



Espiral de Luz

Plan de negocios para la comercialización electrónica de propuestas pictóricas visuales para espacios interiores

Autora

Luciana Rendón Torres

Trabajo de grado para optar al título de Maestra en Artes Visuales

**Propuesta resultante del acompañamiento convocatoria *Atrévete a Emprender 2023-2*
Centro de Emprendimiento – Proyecto de Transferencia, Innovación y Desarrollo de
Conocimiento**

**INSTITUTO TECNOLÓGICO METROPOLITANO
FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES
ARTES VISUALES
MEDELLÍN
2023**



Cita

Rendón Torres, L. (2023)

Referencia Rendón Torres, Luciana. *Espiral de Luz. Plan de negocios para la comercialización electrónica de propuestas pictóricas visuales para espacios interiores* [Trabajo de grado, modalidad Proyecto Empresarial] 2023. ITM Institución Universitaria, Medellín, Colombia.



Pregrado en Artes Visuales

Facultad de Artes y Humanidades

ITM Institución Universitaria



Departamento de Biblioteca y Extensión Cultural

Repositorio Institucional: <https://repositorio.itm.edu.co/handle/20.500.12622/13>ITM Institución Universitaria - www.itm.edu.co**Rector:** Alejandro Villa Gómez.**Decano/Director:** Carlos Andrés Caballero Parra.**Jefe departamento:** Diego León Zapata Dávila.

El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de ITM. Institución Universitaria ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por los derechos de autor y conexos.

Tabla de contenido

<i>Misión</i>	8
<i>Visión</i>	9
<i>Plan administrativo y habilidades gerenciales</i>	10
Descripción de la necesidad y problema	10
Descripción de la idea de negocio y de la empresa	11
Mapa de <i>stakeholders</i>	13
<i>Plan de mercadeo</i>	15
Condiciones del entorno	15
Entorno Legislativo.....	16
Entorno Económico	18
Entorno Social.....	21
Entorno de salud	22
Segmentación de mercado - clientes	23
Propuesta de valor	23
Análisis de competitividad	23
Análisis del mercado	24
Análisis de la competencia	27
Galería La Cometa	27
Ledania.....	29

Neptune shop Medellín	32
Proyección de ventas.....	34
Riesgos.....	34
Canal de distribución.....	35
Canal de ventas	35
Medios Digitales	35
Otros Medios.....	36
Canales directos	36
Comunicación (promoción).....	36
<i>Plan de Operaciones</i>	<i>38</i>
Organización	38
Marco Legal.....	38
Socios.....	39
Áreas funcionales	39
Marketing – Ventas (Contratación externa por horas de asesorías)	39
Producción	41
Logística.....	41
Finanzas (Contratación externa por horas de asesorías).....	43
Organigrama	45
Personal.....	46

Estrategias operacionales	47
Procesos.....	47
Distribución en planta	49
Tecnología y equipos.....	52
<i>Plan financiero</i>.....	53
Ventas.....	53
Estado de resultados proyectados.....	55
Indicadores de Rentabilidad	56
Los indicadores financieros	57
Indicadores de rentabilidad	58
Ebitda	59
Margen Bruto	59
Margen operacional	60
Margen neto de utilidad	61
Margen Ebitda.....	61
Indicadores financieros de liquidez y actividad	62
Razón corriente	63
Solidez.....	63
Capital de trabajo	64
Nivel de endeudamiento	64
Flujo de fondos	65

Punto de equilibrio.....	67
Evaluación económica	67
Valor presente neto	68
La TIR.....	68
<i>Anexos</i>	70
Resumen ejecutivo del plan de negocios	70
Presentación de idea de negocios – Pitch	71
Video Pitch.....	72
Evidencia de validación de mercado (Encuesta, fotos, Herramienta utilizada, etc.)	
.....	73
<i>Referencias bibliográficas</i>	74

Agradecimientos

Gracias a mis padres, Nancy Torres y Nicolás Rendón, por tener la tenacidad de vivir a mi lado el proceso de crecer y no abandonarme. A las personas que me han acompañado durante toda mi vida hasta este momento, cada una me ha dejado una semilla para cultivar la persona que soy hoy. Siento que el proceso de la universidad es más que lograr cada uno de los cursos; más bien, cada curso aportó en la formación de la persona que soy. Al final voy a morir y creo que eso es lo realmente valioso de este proceso. Gracias infinitas a cada uno de ustedes y al pregrado en Artes Visuales de la Facultad de Artes y Humanidades del ITM por ayudar a encontrarme y aportar para que seamos una mejor sociedad. El siguiente documento, es una alternativa a las ofertas laborales actuales para los artistas visuales, ojalá sirva de luz para guiar el proceso de quienes decidan tomarlo como referencia y ver otras oportunidades. El poder está en sus manos.

Misión

Nuestra misión es llevar el estilo y perspectiva propia del artista de forma innovadora a las demandas de contemporaneidad de diversos proyectos, productos y servicios desde las artes visuales mediante el uso de las TICs.

Visión

En el 2028 buscamos que *Espiral de Luz* sea un referente de propuestas visuales innovadoras para todo tipo de proyectos en Latinoamérica y que los productos visuales de nuestra empresa ingresen en el mercado de América y Europa.

Plan administrativo y habilidades gerenciales

Descripción de la necesidad y problema

Según Tamayo, “(...) El arte es quizá el modo más sublime de expresar los sentimientos, por lo cual el lenguaje del arte es un diálogo y una comunicación directa y profunda entre todos, aunque se hablen diferentes lenguas” (Tamayo, 2002, p. 5). Para abordar la siguiente problemática es importante situar nuestro nicho de mercado para ser mucho más precisos. Así mismo, el nicho de *Espiral de Luz* son mujeres entre los 25 y los 50 años residentes en Colombia que han desarrollado algún tipo de hobby o sensibilidad hacía manifestaciones artísticas como bailar, literatura, teatro, etc., que ganan más de dos salarios mínimos y son personas que trabajan mucho, ya que tienen muchas tareas por hacer en su día a día por diversos motivos y por lo tanto poco tiempo para desarrollar su vida interior.

A su vez, como sociedad mundial del siglo XXI entendiendo su carga cultural desde diversas guerras, colonialismo, esclavitud, globalización, revoluciones industriales y tecnológicas, pandemias mundiales como la COVID 19, religiones a la par con posiciones políticas de poder al mando de la administración pública, ha creado el principal problema del siglo XXI el estrés, la ansiedad y la depresión. En ese sentido, “situaciones como la violencia, la desigualdad y el conflicto armado han dejado cicatrices profundas en el tejido social y han afectado a millones de familias en su salud mental, situación que se hizo más compleja con la pandemia Covid-19” (Procuraduría, 2023, párr. 3).

Según la Procuraduría General de la Nación de Colombia (2023) “la tasa de suicidios se

incrementó en 15,73 % con respecto al mismo periodo de 2022, pasando de 1.564 a 1.810 casos (...) Entre enero y mayo de 2023, al menos 1'517.933 personas presentaron trastornos enfermedades mentales, de las cuales solo 619.488 han recibido diagnósticos” (párr. 2).

Las anteriores problemáticas centran su foco en el principal problema y es la falta de autocontrol emocional, así lo afirma el Centro Manuel Escudero (s.f.). Por otro lado, Según la periodista científica Emily Anthes “los espacios interiores afectan a nuestra vida diaria de muchas formas y menudo lo pasamos por alto o no lo tenemos lo suficientemente en cuenta” (Como se citó en Blasco, 2021, párr. 12). Así mismo, en el estudio de mercado electrónico realizado para el presente modelo de negocio no se encuentran empresas en Colombia de artistas que desde su propuesta creativa generen conciencia sobre la importancia y como actúa el arte en el día a día de los seres humanos y aborden problemáticas como el manejo de las emociones desde su comunicación con el cliente y sus productos.

Se debe comprender que el núcleo principal del arte radica en la estimulación del pensamiento crítico y en la conexión con las emociones más profundas del ser “el arte, como actividad creativa, tiene un efecto liberador, curativo, y de desarrollo personal. Además, el arte sensibiliza, y los artistas, al ser seres sensibles, crean una mejor sociedad” (García, 2019, párr. 8).

Descripción de la idea de negocio y de la empresa

Con *Espiral de luz* se busca la creación y comercialización de piezas artísticas gráficas derivadas de un proceso creativo personal donde se expondrán imágenes con referencia a hechos cotidianos de la vida que nos marcan o que son importantes para nosotros a través de la

reinterpretación simbólica de signos espirituales para espacios como casas, oficinas, locales comerciales, etc., por medio del comercio electrónico.

Se busca que, desde las líneas, colores, figuras y símbolos, se posibilite o ayude en la armonización y regulación de nuestras emociones y sensaciones en el día a día y propenda la activación de sensaciones como paz, armonía, respeto, el amor propio con el fin de crear una mayor sensibilidad y reflexión personal que aporten al crecimiento personal del individuo. Además, generar una conciencia de nuestros espacios cotidianos.

Mapa de stakeholders

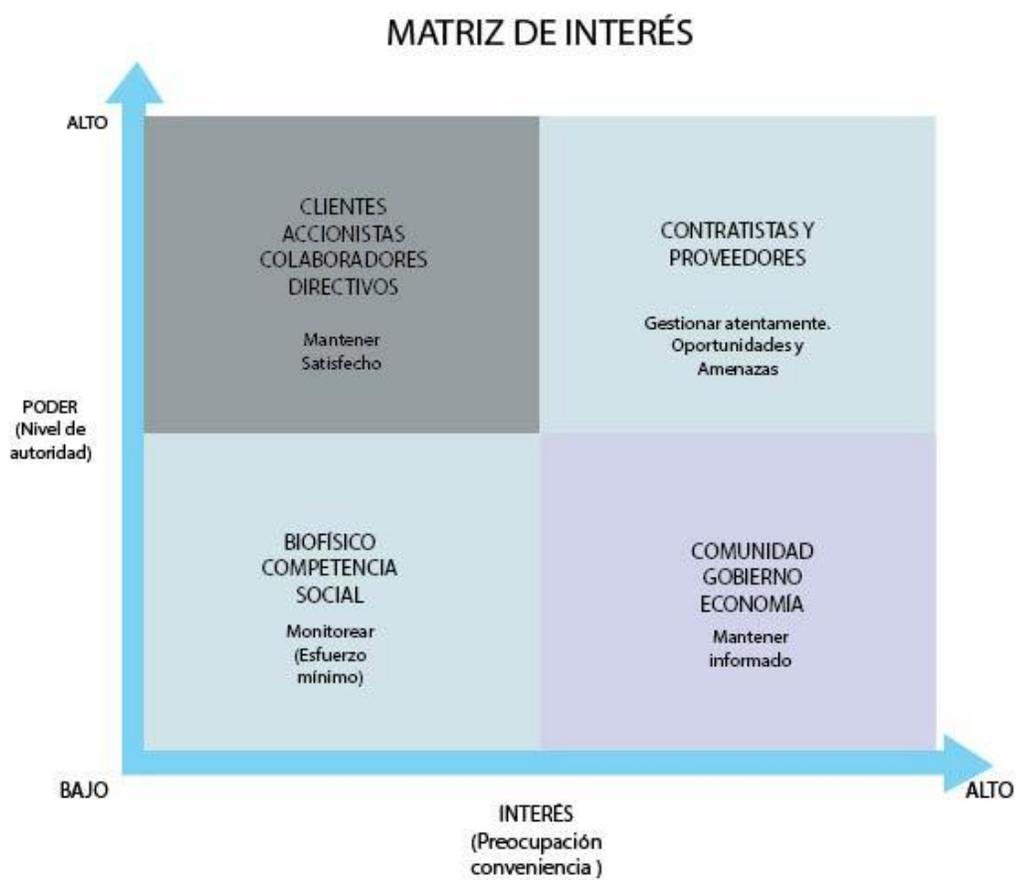
Figura 1 Mapa stakeholders



Figura 2 Mapa Stakeholders 2



Figura 3 Matriz de interés



Hacer un diagnóstico de cuáles son las condiciones del entorno para una idea de negocio permitirá mejorar la planificación en las estrategias de mercadeo, a su vez sentar las bases para las proyecciones y, por último, ver si una idea de negocio es viable o no. Así pues, dentro de las condiciones del entorno se abordan varios puntos o ítems que tocan en un primer momento a la empresa desde todas las condiciones o estructuras sociales, que a su vez funcionan todas dentro de una unidad.

Entorno Legislativo

Dentro de los factores políticos encontramos como el gobierno puede influir dentro de la economía del país o dentro de un sector empresarial. En primer lugar, la ley que rige a los artistas LEY 2184 DE 06 DE ENERO DE 2022 el cual se fomenta el fortalecimiento y la sostenibilidad de los servicios artísticos en Colombia, es decir que hasta el momento es una ley que cobija, promueve y apoya a la industria cultural. Lo anterior promueve un buen diagnóstico para el futuro de la empresa, ya que impulsa que las propuestas artísticas que surjan en el país hablando propiamente de Espiral de Luz estará cobijada desde su valoración, reconocimiento y salvaguarda dentro de los planes, proyectos e iniciativas que pueda tener el ministerio de cultura desde el gobierno nacional proporcionando educación, recursos e iniciativas que hagan crecer la propuesta para el bien de toda la comunidad. Ya que Espiral de Luz puede proponer proyectos en vías de su propio producto a este tipo de convocatorias y obtener financiamiento externo, no necesariamente de ventas físicas.

Por otro lado, otra de las leyes que cobija a los artistas, son los derechos de autor LEY 23 DE 1982, que salvaguardan toda reproducción no autorizada por el artista con sanciones

monetarias. Lo cual garantizaría la protección patrimonial de la empresa para posibles fraudes por reproducciones. De otra parte, la ley 2069 DE 2020, el gobierno garantiza medidas especiales para los emprendimientos, desde regulaciones económicas, contables y capacitaciones para exportaciones.

De otra parte, la LEY 2191 DE 2022 que garantiza la desconexión laboral para los trabajadores. Muestra un excelente panorama para este tipo de emprendimientos en las industrias creativas, ya que garantiza tiempo a los trabajadores para la recepción de la información y/o contenido de valor que pueda proponer la empresa más allá del producto. Garantizaría que el mercado se active para otras posibles alianzas con entidades que propongan espacios para el desarrollo cultural.

Por último, para el sector del comercio electrónico con la nueva ley 2277 las “Se modifica la tarifa para usuarios de zona franca, indicando que, para los ingresos de exportaciones de bienes o servicios, la tarifa sería del 20% del impuesto sobre la renta” (Portafolio, 2023, párr. 9). Lo anterior es algo que la empresa debe de comprender y tener dentro de sus proyecciones para comprender que tan viable es emprender un proceso de exportación y con qué tipo de productos debe hacerse, ya que como visión empresarial se propone la exportación de pinturas en América Latina. Más aún, “la nueva reforma tributaria solo contempló la eliminación de la retención en la fuente por impuesto de renta a favor de personas naturales no responsables de IVA” (Portafolio, 2023, p. 11) algo que en un primer momento beneficiaría a la economía de la empresa y por lo tanto parte de su competitividad en el mercado.

Entorno Económico

Dentro del entorno económico podemos presenciar como el nivel adquisitivo de los consumidores influye en la adquisición de los productos y cómo opera esto dentro de su psicología, esto afectará el tipo de comunicación que se tiene con el cliente para que se cumpla o se cierre una venta y es algo fundamental para los túneles de venta. Así mismo, “Cuando hay crecimiento económico y facilidades de crédito ... implica que los individuos puedan satisfacer necesidades más complejas que las de la simple supervivencia” (McGrawHill, s.f., p. 5). Por lo tanto, cuando el cerebro está en modo supervivencia hay “Falta de concentración, aparece la niebla mental y es más difícil terminar una actividad. Una visión negativa de sí mismos, sentimientos de indefensión, culpa o vergüenza” (Pescador, 2022, párr. 9).

Así mismo, todos nuestros productos en el mercado se encuentran en la categoría de productos de comparación y por convicción. Veamos:

Comparación: “Requieren de una detenida comparación por parte de los consumidores para elegir aquel que se adecue más a sus necesidades, intereses y presupuestos” (Lenis, 2022, párr. 16)

Convicción: “Son los productos que los compradores buscan de manera autónoma y que, generalmente, son ofrecidos por una sola marca. Ya sea porque los productos tienen la mejor calidad o porque son los únicos en su nicho de mercado” (Lenis, 2022, párr. 21)

En ese sentido nuestros productos se ubican en esas dos categorías, ya que, si bien en un principio entraría en la categoría de comparación entrando directamente en el nicho de decorativos

y este tipo de usuarios harán una comparativa entre este y otro producto, por ende, se debe mostrar el “valor de tu producto y de los beneficios que implica su compra sobre los que ofrece tu competencia” (Lenis, 2022, párr. 18). También hay que tener en cuenta que la gráfica de los productos es única en el mercado y también entrarían en la categoría de convicción en un segundo momento. Según Lenis (2022) refiriéndose a los productos por convicción "Generalmente ellos lo conocen y activamente buscan consumir los productos de la marca” (párr. 23).

Por otro lado, hay que tener en cuenta que las obras de arte, hablando de las artes visuales “Cuadros, collages y cuadros de pequeño tamaño similares, pinturas y dibujos, realizados totalmente a mano por el artista” (Grande, 2021, párr. 6) tienen un costo del IVA del 10%. A su vez, las reproducciones y creaciones digitales están exentas de IVA, lo cual permitirá una mayor competitividad en el mercado, ya que se ofertará para diversos públicos obras de arte originales, pero también ilustraciones digitales, reproducciones y *merchandising* con objetos como libretas, pocillos, botones, etc. Que dentro de las proyecciones empresariales permitirá mayor variedad de mercado, es decir, de público y dinamizará el ingreso de utilidades de la empresa, haciéndola más sostenible en el tiempo y ofreciendo solo las obras originales a usuarios que realmente puedan pagarlas, que se encuentran en un segmento de clientes con ingresos fijos de más de dos salarios mínimos. Teniendo en cuenta que propiamente en Colombia, hay una marcada diferencia de clases sociales que muestra una estratificación en el poder adquisitivo de las personas a la hora de comprar productos como objetos artísticos, algo que también garantizaría al público un mayor acceso y democratización de las artes visuales, en conjunto con el uso de redes sociales como medio de difusión y acercamiento entre el usuario del común y las artes visuales.

En otro sentido, realizando un diagnóstico de los procesos económicos que enfrenta hoy el país, según el medio La República “El choque que ha tenido los precios del petróleo por un contexto internacional con desaceleración económica es preocupante, si el valor es menor, existen choques sobre las finanzas públicas” (Murcia, 2023, párr. 10). Lo anterior ha dado lugar a que “La independencia de las potencias llevará al mundo, seguramente, a una polarización mucho más radical, en la que cada país tendrá su propia órbita estratégica, su propio control financiero y clarísimas prioridades económicas” (Botero, 2023, párr. 14).

Con respecto a lo anterior, el presidente de Colombia Gustavo Petro (2022) dice que:

Dentro de los procesos de desigualdad adquisitiva lo que se busca es expandir la fibra óptica del país, que luego llevará indirectamente a la creación de riqueza para que nuevas empresas quieran invertir en el país debido a esos cambios de relacionamiento por otro lado, con la reforma tributaria se buscará financiar este sector. (min. 19)

Lo anterior es algo muy positivo para *Espiral de Luz*, ya que debido a que la empresa entra a hacer parte directamente del comercio electrónico, va en consonancia con una de las principales políticas del gobierno Nacional, es decir, que las acciones y las decisiones dentro de los recursos públicos irán en la misma vía de acción de la empresa, garantizando su crecimiento no solo desde lo económico, sino que esto inevitablemente cambiaría el pensamiento y la perspectiva desde lo psicológico a la recepción de nuevas propuestas, por ejemplo como las industrias creativas.

Entorno Social

Ahora veamos, lo social nos expresa en qué tipo de condiciones de vida se desarrolla una comunidad. Según Kantar (2023):

Otra tendencia de compra que los colombianos mantienen es la priorización de Alimentos, Bebidas y productos de Cuidado personal, así como OTC (medicamentos de venta libre). El 77% de este tipo de categorías mostraron una dinámica estable, o positiva en el segundo trimestre de 2023. (párr. 5)

Si bien hay que tener en cuenta que el público al que se dirige la empresa desde su diversidad de productos entra en un nicho específico que tiene al menos una idea de que son las artes visuales. Lo anterior nos muestra que las personas están centrando su atención en el consumo de productos de primera necesidad, pero que tiene una conciencia de cuidado sobre su propio cuerpo, sobre su salud, algo que también quedó muy marcado después de la pandemia del COVID 19. Para *Espiral del Luz* que el consumidor tenga ese tipo de necesidad va a permitir un punto de partida para hablar de la salud, pero desde lo emocional y como esto se relaciona también, hablando del cuidado personal, de cómo estamos viviendo nuestro día a día y que tipo de emociones estamos experimentando.

Por otro lado, “las redes sociales también han hecho tendencia el “mindfulness” y la meditación, por lo que cada vez es más común encontrarse con creadores que hablan del tema e invitan a sus seguidores a adentrarse en este” (El Tiempo, 2023, párr. 5). Entonces, esto afirma y nos expone que en el entorno digital ya hay una conciencia de una espiritualidad mucho más

alternativa. Si bien sabemos que nuestra herencia colombiana está ligada a la religión católica, las nuevas tecnologías han permitido que nueva información llegue y sea digerida, procesada y apropiada por los usuarios. Esto da un panorama que si bien, dentro del país aún falta conectividad hay buena proyección y nos muestra los posibles retos en mercadeo que enfrentaría la empresa en cuanto a formación de públicos dentro del entorno digital donde se ajuste a sus dolores, genere una conexión emocional y que además se activen las obras de arte.

Entorno de salud

Según una encuesta realizada por el Ministerio de Salud a 3.430 personas en todo Colombia arrojó lo siguientes datos:

El 66,3% de los colombianos declara que en algún momento de su vida ha enfrentado algún problema de salud mental. Este porcentaje es significativamente mayor entre las mujeres en un (69,9%). En el rango de 18 a 24 años el 75,4% de mujeres así lo declara. (párr. 3)

Más de la mitad de la población en Colombia ha presentado o ha sido consciente de que ha tenido algún problema de salud mental, esto nos muestra que hay una conciencia de algún tipo de dolencia emocional y mental dentro de la población, lo que para Espiral de Luz es algo positivo ya que parte de la oferta de valor y los tipos de productos ofrecidos tocan esta problemática.

De manera análoga, “el 42% de la población considera que consultar el psicólogo o psiquiatra les ayuda a mejorar como personas” (Min Salud, 2023, párr. 8) En conjunción con las estadísticas de desarrollo del comercio electrónico antes mencionada, propone un buen margen de

éxito e incidencia de la propuesta empresarial, pero también supone un reto en la formación de públicos

Segmentación de mercado - clientes

Dentro del segmento elegido en un primer momento para Espiral de Luz, son mujeres entre los 25 y los 50 años residentes en Colombia usuarias de redes sociales, que realizan transacciones por comercio electrónico han desarrollado algún tipo de hobby o sensibilidad hacia manifestaciones artísticas como bailar, literatura, teatro etc, que ganan más de dos salarios mínimos y son personas que trabajan mucho, ya que tienen muchas tareas por hacer en su día a día por diversos motivos y por lo tanto poco tiempo para desarrollar su vida interior.

Propuesta de valor

Nuestro producto de pinturas artísticas ayuda a las personas a potenciar su crecimiento personal, diseñar mejor sus espacios interiores y a relajar la mente por medio de contenido de valor en redes sociales y una asesoría personalizada al momento de la compra, permitiendo mejorar su estado de ánimo y por ende tener relaciones más armónicas y en última instancia bienestar y equilibrio en las áreas de su vida.

Análisis de competitividad

Los productos que está ofreciendo en el mercado de los cuadros pictóricos son ilustraciones personalizadas con la fotografía de las mismas personas, con su mascota, su perro o como recordatorio de una fecha especial, este tipo de venta se hace por medio del comercio electrónico.

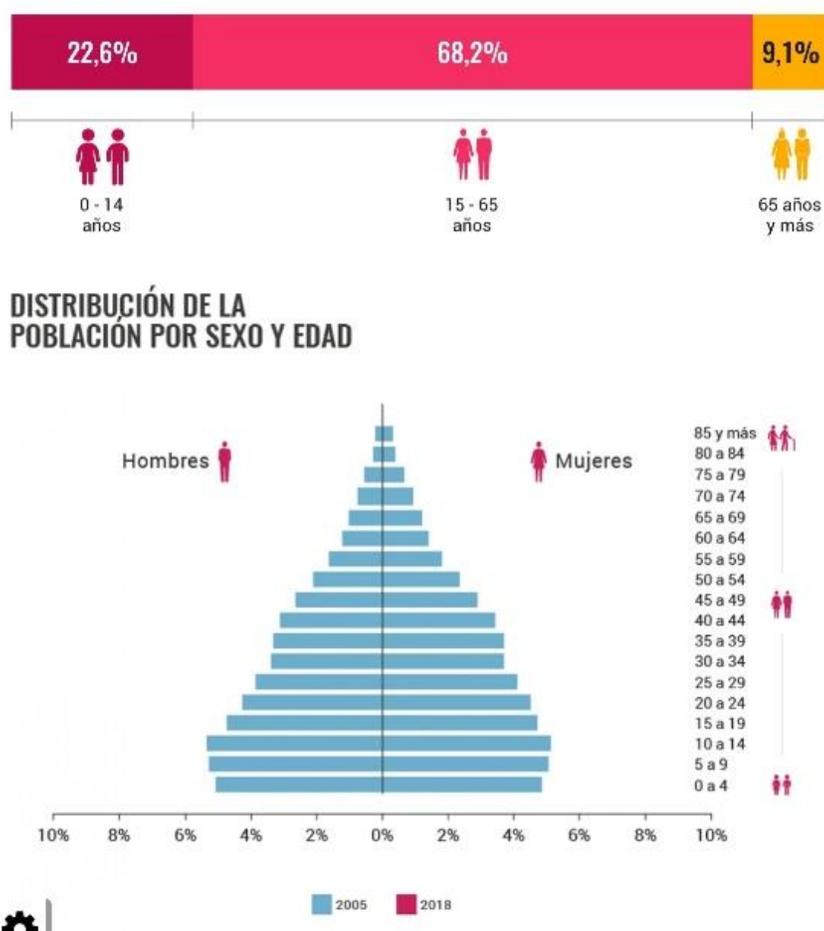
En este segmento encontramos una clase social media. Por otro lado, encontramos las galerías de arte que ofertan arte contemporáneo de artistas con una línea investigativa, entre ellas están obras pictóricas que su nivel adquisitivo se centra en público con una clase social alta o medio alta, este tipo de galerías la mayoría de sus ventas son ventas en lugares físicos como las galerías tradicionales donde se les ofrece una experiencia al cliente. A su vez, están algunos artistas visuales que venden su obra al público, muchos tienen mayor reconocimiento que otros, pero en general no es un mercado que se activa de forma masiva, muchos de estos artistas hacen ilustraciones o trabajos por encargo a nuevos tipos de mercado dentro de su propio estilo artístico, unos de estos artistas son artistas de galerías y otros se enfocan directamente en el comercio electrónico por medio de encargos. También hay un mercado donde se venden las ilustraciones, pero propuestas en artículos de uso diario que van más enfocadas a productos de primera o segunda necesidad.

Así pues, nuestra línea de acción se centrará en un público de clase media, con la comercialización de las obras y sus reproducciones en pequeño, mediano y gran formato. También es de considerar que nuestro producto toca indirectamente otros nichos como el crecimiento personal y la psicología dentro del comercio electrónico.

Análisis del mercado

Datos tomados del DANE sobre el número de personas habitantes y cuantas de ellas tienen acceso a la tecnología de Colombia:

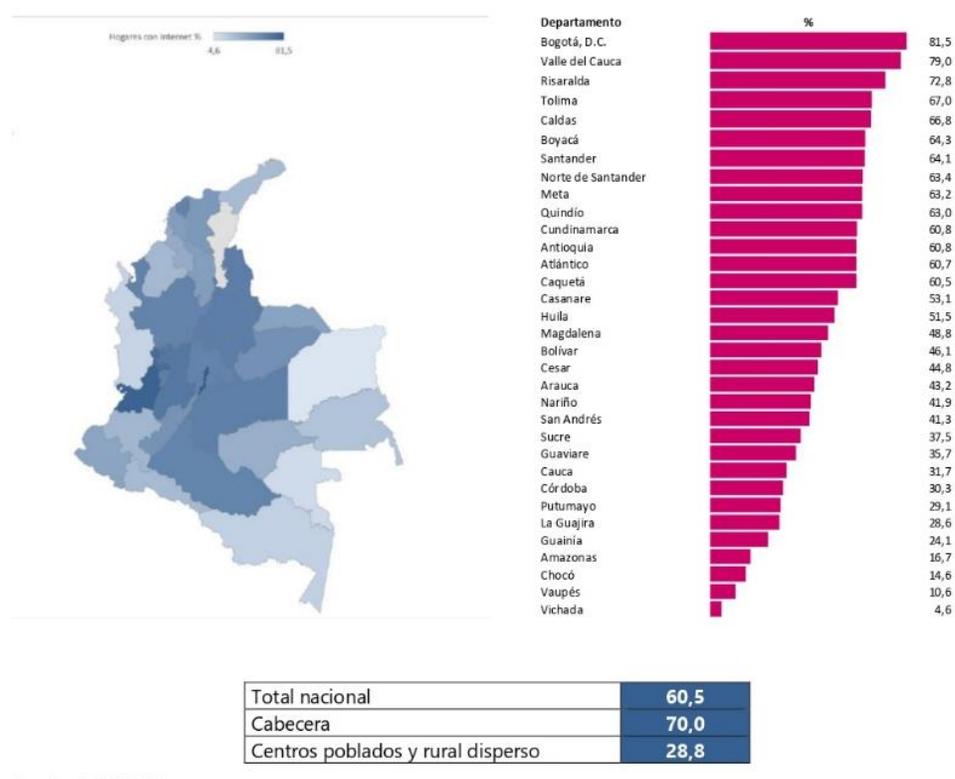
Figura 4 Grande grupos de Edad



Nota: Tomado de: DANE (s.f.) ¿Cuántos Somos? URL <https://acortar.link/d93xi>

El estimado total de personas censadas fue de 44.164.417 personas las cuales el 51,2% son mujeres. (DANE, s.f.).

Figura 5 Proporción de hogares con conexión a internet



Nota: Tomado de: DANE. 2022 28 de julio. Encuesta de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en Hogares (ENTIC Hogares). URL <https://acortar.link/VN9Nxy>

Ahora bien, con los datos hallados de nuestro segmento encontramos un total de Mujeres de 16.851.093 en Colombia. Con los datos sobre el acceso a la tecnología, se buscará sacar un aproximado de cuantas personas en ese segmento mujeres, tienen acceso a la tecnología. Para un total de 10.110.655. Por otro lado, “En 2020 el 42,5% de la población del país se encontraba en condición de pobreza, el 30,4% en situación de vulnerabilidad, el 25,4% pertenecía a la clase media, y el 1,7% se ubicó en la clase alta” (DANE, 2021, párr. 1).

Análisis de la competencia

Galería La Cometa

“La Cometa es un proyecto pensado para facilitar las relaciones entre el espectador, la obra de arte y los artistas, desde las distintas vertientes del arte contemporáneo” (La Cometa, s.f. párr. 2). La galería la cometa es uno de los exponentes del mercado del arte más influyentes en nuestro país, como bien se cita, es un espacio donde se propone una formación de públicos, acercar al espectador a la obra de arte donde haya una devolución por parte y parte. En este espacio se abren exposiciones de un artista periódicamente, la mayoría son artistas latinoamericanos o contemporáneos algunos extranjeros, además sus exposiciones tienen una duración de aproximadamente 3 meses. En ese sentido los artistas situados en este escenario tienen una propuesta de valor definida dentro de una posición crítica.

Tabla 1 Análisis componentes Galería la Cometa

Ítem	Características	Comparativa
Servicios y productos ofrecidos	Obras de arte moderno y contemporáneo	A diferencia de ellos, nosotros ofertamos productos para diversos públicos lo cual sería una ventaja competitiva.
Precio	\$1.000.000 - \$1 M USD	Lo anterior se vería reflejado en el precio de compra. Pero tendría que ser un plan de marketing a escala.
Estilo y Diseño	Línea investigativa y buena factura	Esto podría ser algo que nuestra idea de negocio podría tomar desde la imagen, pero para el tipo de público, la comunicación tendría que ser mucho más cercana
Facilidad de uso	Obra de arte que se instala	Nuestro producto en un primer momento lo podría hacer, sin embargo, en temas logísticos la oferta de valor podría ser en pro de asesoramiento de imagen para saber dónde instalar el producto.
Tipo y calidad de garantías	Si luego quieres vender la obra se te recibe o sirve como medio de pago para otra obra	Dentro de las artes visuales es beneficioso proyectarse como un artista emergente. Ya que dentro los cuadros de arte también se plantean como inversión.
Servicio de asistencia a los clientes	Comerciales que trabajan con la garantía y se atiende directamente	Ellos brindan un asesoramiento personalizado, lo cual genera una cercanía con el cliente, que genera que el producto se adapte mejor a sus necesidades. Esta cercanía se puede plantear desde el lenguaje comunicacional.
Calidad del producto	Las mejores obras de arte en el mercado, aunque depende del tipo de material.	Es una de las características que se busca con el producto de ellos. Es decir, la visión que se posee del producto resalta sus características.
¿Qué historia cuentan?	Se fundó hace 38 años y comenzó como una marquertería. Una de las galerías más importantes de Colombia.	Para la venta del producto cuentan su historia.
¿Qué valor aportan a sus clientes?	Espacios, eventos, prestigio en la calidad de los productos.	Comercializan su producto a través de encuentros en ferias y en consumo cultural, como parte de su oferta de valor.
¿Cuál es la misión de empresa?	Desarrollar el arte latinoamericano y llevar a más lugares y sostener más alto el arte moderno.	Dan la importancia pertinente al arte y buscan su expansión.
¿Cuál es la voz de la marca?	Es una voz que explica las diversas materialidades de la obra. Y lo hacen en conexión con otros artistas que hacen parte del programa.	Dar la explicación, pero no invitan al lector a adentrarse en la parte sensitiva de la obra desde como abordan el texto.
Sitio web	https://galerialacometa.com/	
Documentación	Todo está documentado	Todo lo relacionado con la compra de la obra se documenta. Algo que debería

		tener previsto la empresa.
Redes sociales	Todas las redes, pero más énfasis a insta y tic toc	No tenemos énfasis en instagram.
Contenido sitio web	Dentro de su contenido esta la oportunidad de indagar más en otras esferas. A su vez dentro de su promoción contiene diversos temas que son expresados en imágenes y creo que esto es muy positivo ya que también habla de una cultura visual.	Esto me gustó mucho y creo que puede aplicarse
Avisos publicitarios	No cuentan con avisos publicitarios	Tal vez esto sea positivo que el cliente que esté interesado realmente los busque. Pero creo que es una deficiencia a la hora de atraer clientes nuevos, desaprovechando la oportunidad de las redes
Comunicados de prensa	Comunicados de prensa para las inauguraciones. Se usa mucho la prensa.	Creo que ellos tienen muy claro cuál es su público, pero es algo que no les ha permitido expandirse a nuevos públicos.
Textos sobre el producto	Explican el producto desde su materialidad. Esto es algo muy positivo ya que hace que el arte no pierda su sentido crítico	¿Cómo idear una forma para que esto sea más cercano con el público?

Ledania

Es una artista colombiana que promueve el muralismo y el graffiti a partir de formas y colores con un estilo único, dinámico. Representado en figuras de la realidad, pero a través de la caricatura y figuras geométricas donde cada forma y color dan una expresión única del entorno. Desde las vibraciones, desde lo que expresa y siente.

Los diseños no son muchos. Cada diseño específico tiene una reproducción. Los cuadros que sacan no son en cantidades, pero tiene buena oferta de productos.

Tabla 2 Análisis componentes Ledania

Ítem	Características	Comparativo
Servicios y productos ofrecidos	Graffiti para festivales. Tiendas para festivales - bonos de regalo - Botones - Camisas, cuadros, piezas de colecciones. - café - Afiches - Vestidos de baño, gorros - Colchas, pijamas. - Todo a lo que se le pueda poner un diseño. Prendas de moda	Saben usar el <i>merchandising</i> del producto de una forma espectacular. Son simples con el lenguaje que usan para el público, además que se ajustan a la cultura visual de este. Su modelo de trabajo se ajusta a la oferta de valor del graffiti y el muralismo, lo usan para hacerlo a gran escala. Por ejemplo, para espiral de luz podría plantearse a que otro tipo de formatos podría expandirse la obra que no sea necesariamente el <i>merchandising</i> .
Precio	Ropa: 80.000 - 300.000 Cuadros pequeños: 400.000 Cuadros medianos y grandes: \$2.000.000 - 6.000.0000	Tienen propuestas de valor para diversa tipología de clientes. Creo que ahí radica mucho del éxito de que muchas personas la conozcan en <i>instagram</i>
Estilo y Diseño	Usa el graffiti como insignia, dentro de sus diseños hace referencias a paisajes naturales, animales, temas ecológicos. Posee un dinamismo como si cada figura del objeto tuviera una personalidad desde las formas y los colores.	Creo que es una artista que no ha hecho del todo consciente su éxito. Creo que su propia personalidad que es reflejada en sus pinturas ha hecho eco en las personas. Pero una de las ventajas que podría tener <i>Espiral de Luz</i> es también proponer un sentido crítico, pero precisamente desde la imagen.
Tipo y calidad de garantías	Las garantías que da la aseguradora	Creo que para este tipo de clientes es un riesgo. Hay que mirar cuales son las garantías que están habilitadas dentro del mercado
Servicio de asistencia a los clientes	Lo hacen através de whatsapp para toda la tienda y para cotizaciones personales a través de correo electrónico.	El servicio debería ser más cercano con el público.
¿Qué historia cuentan?	Ledania ya es considerado una marca y se posicionó como una de las artistas más increíbles y brutales del momento dentro de la mentalidad de los consumidores y se ha posicionado también a través del graffiti.	¿Qué historia o desde que ángulo se contará la historia de <i>Espiral de Luz</i> ?
¿Qué valor aportan a sus clientes? En redes sociales	Desde sus productos van más allá de la necesidad básica con la que se usa un producto y sacan contenido de valor en redes sociales. También desde el producto sacan solo piezas decorativas que se ven bonitas y agradables a un espacio. Se posiciona ella dentro de lo que se conoce.	Todo esto podría implementarse desde <i>Espiral de Luz</i> . Sacar contenido de valor que sea propiamente del uso o que aspectos trastoca el producto, más allá del producto.

	Pública todos sus procesos artísticos de las obras que esta desarrollando.	
¿Cuál es la misión de empresa?	Dentro del graffiti son piezas que salen de forma natural y fácil. Rompe con todos los estereotipos del arte hasta el momento, es transgresor. Pero no hacen investigación creación o no lo exponen así al público. Transformación de lugares.	
¿Cuál es la voz de la marca?	La voz de la marca es desde todo el discurso transgresor del graffiti, digamos que es la principal oferta de valor. Pero sencillamente solo se oferta ella con su estilo único. Tiene también un discurso ecológico y de la pintura de fácil hacer. Marcas colombianas, lo local, lo ecológico. Pero la voz real es lo que piensa ella desde su más hondo sentir desde sus propios ideales. Que al final son los ideales que van en pro de todos los elementos de transgresión como lo ecológico, la naturaleza, las mujeres, ella pinta lo que expresa y eso lo comparte. Pero aplicando a nuevas tendencias.	Hay un nicho que se posiciona desde diversos ideales y Ledania toma estos también como una forma de conectar con su público desde el sentir de las personas, desde lo que viven en su día a día, desde sus dolores. Creo que en su última colección su discurso se fue más allá de lo comercial u a otro tipo de discurso que no es lo que marco su crecimiento y su formación como persona y a muchas marcas les pasa esto. Me gusta que cuenta lo que le pasa en su día a día, también se muestra humana y esto conecta mucho a un artista con su público.
Sitio web	No aplica	
Desarrollos tecnológicos	Productos a dispositivos electrónicos	
Redes sociales	Solo usa whatsapp e instagram. Tiene dos uno para su tienda y otro para su labor con el graffiti.	
Avisos publicitarios	No aplica	
Comunicados de prensa	El espectador y	

Neptune shop Medellín

Cuadros personalizados

Tabla 3 Componentes *Neptune shop Medellín*

Ítem	Características	Comparativo
Servicios y productos ofrecidos	Ilustraciones impresas: los cuadros más vendidos son los 30x40 cm. Forros de celular con fotografías de las personas. Complementan con este tipo de productos que están de moda.	Tienen claridad sobre el producto que más se vende en el mercado. Pero no ofrecen contenido de valor al cliente más allá de publicar los propios productos y creo que esto hace que la marca no sea recordada en el tiempo si algún día desaparece.
Precio	-20x20 55.000 -20x30 68.000 -30x30 75.000 -30x40 85.000 -50x50 105.000 -60x60 125.000 -50x70 140.000 -100x70 215.000 -90x120 310.000	Por otro lado, tienen un precio competitivo en el mercado, pero son productos muy “Ligth”. También nos marca una pauta o un panorama de cómo está la conciencia de los usuarios en este momento frente al mercado
Estilo y Diseño	Es un estilo realista, el fondo le genera movimiento a la imagen. Son fotos de mascotas, de parejas o de la familia en su mayoría.	Son fotos que poco trascienden más allá de la simple concepción de la fotografía.
Facilidad de uso	Término medio, no usan instalación.	
Tipo y calidad de garantías	Con el envío de los productos, se han dañado y esto se le ha hecho garantía. Para ello usan una capa de protección transparente.	¿Qué tipo de garantía se encuentra en el mercado?
Servicio de asistencia a los clientes	Lo hacen a través de whatsapp y lo que hacen es darle a cliente la mayor de las posibilidades para cambiar el estilo, le dan todo el amor posible desde las palabras y el trato con ellos. Le resuelven todas las dudas posibles.	Versatilidad. Pero no cuentan con una oferta de valor.
Calidad del producto	/Nuestros cuadros son ilustraciones digitales, que son impresas en laminado de alta resolución adherida madera MDF con una capa extra de protección transparente	¿Qué tipo de protección ofrecerá Espiral de Luz a las obras?
¿Qué historia cuentan?	Le dan el poder de creer en ellas mismas a las personas a través de las ilustraciones. Ilustrar a tu peludito Regalos para fechas especiales	Si bien esto lo desarrollan a lo largo de su oferta de valor. No son constantes con esta información en sus redes sociales, es decir, si lo hablan y lo expresan, pero no de forma constante.

	Familia Darle personalidad a momentos bonitos, hermosos y significativos en la vida de las personas.	
¿Qué valor aportan a sus clientes?	Como organizar los cuadros según la pared, le dan una asesoría al cliente sobre esto	La asesoría es muy mínima y realmente no profundizan mucho en esto. También según los clientes han quedado mal con los tiempos de entrega y esto está generando que de alguna forma se formen comentarios con respecto a su negocio.
¿Cuál es la misión de empresa?	Decora tus espacios de forma diferente	Si bien se enfocan en parte del diseño de interiores, no profundizan, más allá dejando al cliente sin un montón de posibilidades de como decorar sus espacios.
¿Cuál es la voz de la marca?	Es una voz de amor, dulzura, de creencias en ellos mismos. Amor a la familia y a las mascotas.	
Cosas por mejorar	No entregan a tiempo, no son amables con el servicio al cliente. Las ilustraciones no llevan el detalle adecuado y especializado de compra y de amor para los clientes.	
Desarrollos tecnológicos	Inteligencia artificial, ilustraciones digitales.	
Documentación	No Aplica	
Redes sociales	Instagram	
Avisos publicitarios	No aplica	
Comunicados de prensa	No aplica	
Textos sobre el producto	Nuestras familias; nuestros momentos. Siempre presentes!!	Acogen al usuario, como parte integral de la familia de la tienda y esto me pareció muy bonito. Si bien, esto no esta tan presente en sus redes, es algo que cuando lo hacen, lo hacen con amor y desde el corazón y esto hace que el cliente se conecte con la marca. El tipo de trato humano también podría ser una oferta de valor con respecto a otros emprendimientos.

Proyección de ventas

Dado los datos anteriores tomados del DANE, si de esos 10.110.655 personas mujeres, tenemos que muy posiblemente los estratos medios tengan más acceso a internet por su disponibilidad económica. Podemos sacar un último valor de 2.527.663 de esas personas. Nuestra capacidad de producción son 6 a 8 obras mensuales, lo cual significaría que tenemos capacidad para satisfacer el 0,0004% de este nicho.

Riesgos

Uno de los posibles riesgos que puede tener la comercialización es posiblemente una vez más una de las crisis económicas más fuertes de los últimos años que fue el covid 19, en la cual muchas personas perdieron su empleo y muchos de los servicios y productos no pudieron ser realizados debido al aislamiento. Aquí la empresa, debe proveer posibles alternativas de sus productos si esto llegará a suceder, pensando en cómo podría adaptarse a las necesidades del mercado en un momento similar si llegare a pasar.

Así mismo, otro de los riesgos “los clientes temen que al ingresar a los diferentes portales de compras Virtuales, su información personal y financiera sea sustraída y utilizada para hechos delictivos” (Arango, 2013, p. 2) Por ende, la empresa debe de suministrar al cliente la seguridad necesaria, en este caso por medio de redes sociales sólidas, con imágenes de derecho propio, una cara de la empresa definida que genere confianza y por supuesto, buenos comentarios de sus clientes.

Por último, otro de los posibles riesgos que la empresa debe prever es generar un sistema de producción real y eficiente en la práctica que permita la correcta entrega y distribución del producto en los tiempos asignados. Así mismo que se le entregue toda la información al cliente necesario para que no quede duda en ninguna parte del proceso de los tiempos y de la entrega del cómo y de cada uno de los productos que se van a entregar.

Canal de distribución

Canal de ventas

Nuestro comercio estará enfocado principalmente al comercio electrónico con un canal de venta directo ya que las redes sociales tienen la posibilidad de llegar directamente a muchas personas y los costos son relativamente menores al de una tienda física, por ejemplo, por ende:

Medios Digitales

Creación de túneles de ventas en Instagram y Facebook primero con la creación de un público orgánico y luego realizando publicidad paga. Este tipo de contenidos direccionarán directamente al botón de *whatsapp* donde se dará una atención personalizada, esto será en un primer momento.

En un segundo momento la publicidad paga será direccionada a la página web donde podrán hacer la compra de forma directa en una *market place*. Por otro lado, estará la creación de contenidos que aporten contenido de valor desde el arte a las dinámicas diarias de los usuarios apelando a las emociones usando como principal herramienta lo visual.

Así mismo lograr conectar estos contenidos con aliados estratégicos que tengan alguna conexión o usabilidad aplicando las economías colaborativas para, por ejemplo: concursos en redes, *lives*, desarrollo de producto, redes de comunicación etc.

Otros Medios

Creación de eventos donde los clientes tengan la posibilidad de conocer directamente el proyecto con aliados estratégicos en la parte cultural como centros culturales, cafés, ferias del mercado del arte, etc. Medios como canales y emisoras institucionales y locales.

Canales directos

Los canales de venta directo será *WhatsApp*.

Comunicación (promoción)

Se busca que la estrategia en redes sociales apele directamente a los dolores, las creencias y todo lo relacionado con nuestro emprendimiento para llegar al punto neurálgico y crear conciencia.

Los flujos de caja estarán destinados a una consignación o depósito bancario. Además, los contenidos que se publiquen las redes sociales servirán para generar confianza en el cliente y que ellos nos conozcan dentro de estos contenidos.

Tabla 3 *Estrategia de Comunicación*

Mes	Contenido	Estrategia
1	<p>Ejemplo:</p> <p>Contenido de valor y orgánico en <i>instagram</i> :</p> <p>Contenido relacionado con la historia del artista, su pensamiento, su día a día, que le gusta hacer, con que intereses se identifica.</p> <p>Qué es espiral de luz, de se trata y también maratones sobre la creación de un producto nuevo.</p>	<p>Tipo de contenido:</p> <p>Juegos en redes sociales.</p> <p>Preguntas y respuestas aplicadas en eventos cotidianos en el día a día de las personas.</p> <p><i>Lives</i></p> <p>Memes para la toma de conciencia.</p> <p>Bonos de descuento con <i>Imbox</i> personalizados en el chat .</p>
2	<p>Procesos sobre la salud mental, porque la salud mental, como nos está afectado en el día a día.</p> <p>Relatos de cómo estamos cómo sociedad, algo de historia y filosofía de que se trata espiral de luz.</p> <p>Entrevistas en canales comunitarios y medios de comunicación locales-</p>	<p>Actividades para que las personas hagan sus propias creaciones en casa.</p> <p>Juegos en redes sociales.</p> <p>Preguntas y respuestas aplicadas en eventos cotidianos en el día a día de las personas.</p> <p><i>Lives</i></p>
3	<p>Se usará la misma estrategia del primer mes, con contenido como:</p> <p>Contenido de valor de cómo puedo ubicar mi cuadro en determinado lugar para que se vea mejor.</p> <p>Contenido de como empoderarnos las mujeres para que nuestros espacios se vean hermosos, agradables y podamos disfrutar de ellos.</p> <p>Salud mental desde la ceración de la palabra y crecimiento personal. es</p>	
4	<p>Aplicación del primer túnel de ventas con publicidad paga en <i>Instagram</i> y <i>Facebook</i></p> <p>Creación de 18 anuncios que apelan al principal problema o necesidad que cubre espiral de luz. Los copys estarán direccionados con:</p>	

Plan de Operaciones

Organización

Espiral de Luz es un emprendimiento dentro del sector de las artes visuales que busca la creación y comercialización de piezas artísticas gráficas derivadas de un proceso creativo personal que aporte a la armonización y regulación de nuestras emociones y sensaciones. Además, hago parte de las industrias creativas y culturales.

Marco Legal

Espiral de Luz se encuentra registrada como persona natural independiente bajo el código actividad comercial CIU 4791 y la 9005 que trata sobre producciones artísticas pictóricas.

- La cuantía del capital social: \$1.000.000 (Espacio)
- Los gastos de constitución: Indeterminado
- Las obligaciones fiscales que se deberá afrontar:
 - ✓ Contratación de personal (servicios tercerizado). Se hace por medio de un contrato creado por la empresa notificada en notaría.
 - ✓ Pago arrendamiento a la inmobiliaria, por medio de un contrato de arrendamiento.
 - ✓ Pago seguridad social y demás prestaciones de ley a los funcionarios que activamente laboren en la empresa dentro de un contrato a término indefinido.

- Las obligaciones laborales que adquiere la empresa y las responsabilidades que se adquieren frente a terceros:
- LEY 23 DE 1982 de derechos de autor, donde se registra totalmente gratis las obras realizadas.

Socios

Por la naturaleza de la empresa no se constituye como una sociedad.

Tabla 4 *Tabla de socios*

SOCIOS	PERFIL PROFESIONAL	TIPO DE APORTE	% DE PARTICIPACIÓN
Socio 1	Artista	Intelectual	100%

Áreas funcionales

Marketing – Ventas (Contratación externa por horas de asesorías)

Community Manager: es el profesional responsable de construir y administrar la comunidad online y gestionar la identidad y la imagen de marca, creando y manteniendo relaciones estables y duraderas con sus clientes, sus fans en internet.

Habilidades:

- Flexibilidad y adaptabilidad a los cambios del mercado.

- Habilidades comunicativas. Que sepan comunicarse asertivamente, que sepa escuchar y observar.
- Resolución de problemas: ante los problemas tengan un buen manejo emocional y sepan direccionar sus propuestas hacía soluciones eficaces.
- Honestidad, iniciativa, potencial de crecimiento.

Funciones:

- Elaboración de Ideas para contenido
- Rastreo del público objetivo y de sus intereses.
- Testeo de los resultados con métricas en anuncios y encuestas a los clientes.
- Mensajes en imbox personalizados
- Atención al cliente para compras en whatsapp
- Elaboración de estrategias de venta y marketing de contenidos
- ✓ Como: lo hará a través de redes sociales, contenidos visuales como imágenes y videos, presentaciones, lives, encuestas.
- ✓ Cuando: Lo hará en un tiempo establecido de apertura de la tienda, el momento en que la empresa adquiera sus primeras producciones, se comenzarán a desarrollar las estrategias.
- ✓ Equipos: Los equipos que dispondrá son un celular con una cámara de gama media, *software* como *Capcut* para edición de videos y *lightroom* para fotos. También dispondrá de programas como *Whatsapp*, Instagram y Facebook.
- ✓ Dónde: Lo podrá hacer desde cualquier lugar del mundo.

Producción

Artista visual: Es un profesional de la imagen que, a diferencia del artista plástico, no sólo utiliza materiales susceptibles a ser moldeados, sino que además crea propuestas multidisciplinarias para expresar su perspectiva

- Funciones: realizar propuestas pictóricas originales y creativas que atiendan al objetivo emocional y estético de la empresa.
- Como: lo hará a través de diversas técnicas como la pintura en acrílico y óleo, además propondrá desde otras materialidades técnicas nuevas propuestas innovadoras que contribuyan al desarrollo de la empresa.
- Cuándo: lo hará en el momento después de la experimentación artística donde decida que materiales implementará para hacer la ejecución final de la obra.
- Equipos: iluminación adecuada y espacio silencioso, caballete, pinturas, escritorio para dibujo, impresora.
- Dónde: espacio amplio, con buena iluminación y silencioso.

Logística

Mensajero: recogen y entregan mensajes, documentos, paquetes y otros artículos entre lugares.

Habilidades:

- Debe ser una persona atenta, con buena escucha y organización de la información.
- Garantizar la disponibilidad del producto.
- Honestidad, iniciativa, potencial de crecimiento.
- Buena planificación
- Resolución de conflictos

Funciones:

- Consecución de la materia prima.
- Agendamiento de envíos
- Agendamiento de impresiones
- ✓ Como: se dará una lista de compras y envíos que deberá cumplir, en caso de presentar algún inconveniente se comunicará con el área encargada.
- ✓ Cuándo: en un primer momento cuando el artista haya terminado su experimentación y en un segundo momento cuando se confirme los datos del envío.
- ✓ Equipos: carro y celular.
- ✓ Dónde: sector donde hace las reproducciones y el centro de envío.

Empresa de Mensajería (Contratación tercerizada)

- ✓ Funciones: recogida, admisión, clasificación, transporte, distribución y de las obras de arte.
- ✓ Como: a través de su logística de transporte.
- ✓ Cuándo: en el momento en el que el mensajero entrega el paquete en la

transportadora.

- ✓ Dónde: ciudad de Medellín.

Finanzas (Contratación externa por horas de asesorías)

Auxiliar contable externo:

Habilidades:

- Proactividad
- Capacidad para tomar buenas decisiones
- Capacidad de negociación
- Pensamiento estratégico

Funciones:

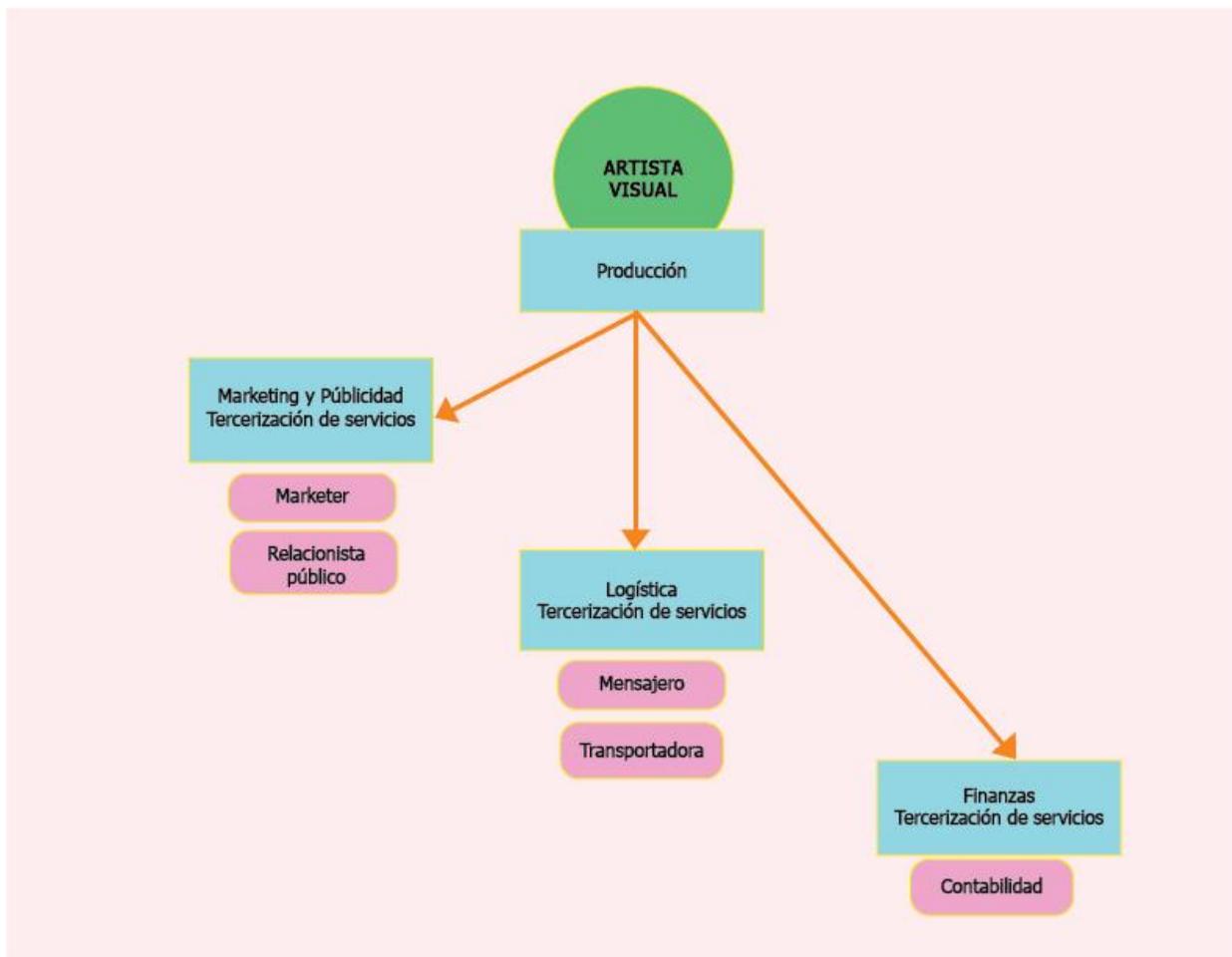
- Registro de ingresos y egresos
- Pago a proveedores
- Realización de proyecciones financieras
- Gestión y análisis de los recursos financieros (ingresos, gastos, inversión y financiación).
- ✓ Cómo: lo hará por medio de un sistema interno empresarial donde en un plataforma como Excel o un chat de *Whatsapp* se consignen todas las facturas pagas y en un Word en un primer momento se generará las demás facturas de las ventas realizadas

a los clientes.

- ✓ Cuándo: cuando se registren facturas de ingresos y egresos.
- ✓ Equipos: computador donde manejará programas como *Excel*, *Word* y demás *software* que requiera el contador.
- Dónde: desde cualquier parte del mundo.

Organigrama

Figura 6 Organigrama



Personal

Proyección de personal

Tabla 5 *Proyección de Personal*

ÁREA	2024	2025	2026	2027	2028
Logística	1	2	2	2	2
Mercadeo y ventas	1	2	2	2	2
Producción	1	1	2	2	2
Finanzas	1	1	1	1	1

Canales de comunicación Interna: los canales de comunicación usados serán canales digitales disponibles.

Normatividad interna: se trabajará sin horario con metas establecidas por el grupo a corto, mediano y largo plazo. Las fechas se deberán cumplir a cabalidad con el grupo. Para el área de marketing se acordará un horario de atención al público.

En un segundo momento de la empresa, los contratos establecidos según la necesidad, se harán con una prueba de 3 meses y contrato a término indefinido.

1 encargado de Logística: se conseguirá cuando la empresa obtenga cierto tope en ventas que le permitirá pagar los sueldos de este, en un primer momento se hará por medio de asesorías.

1 encargado de mercadeo: este se hará por porcentaje de ventas.

1 encargado de producción: se asignará un sueldo o salario mínimo en un primer momento.

Estrategias operacionales

Estrategia operacional diferenciación e innovación dentro de experiencia individual del cliente al ser una propuesta basada en la investigación – creación personal.

Procesos

Se presenta una relación de procesos por área y un mapa final con las interrelaciones necesarias para producción de las obras artísticas hasta su entrega.

Figura 7 *Procesos por área*

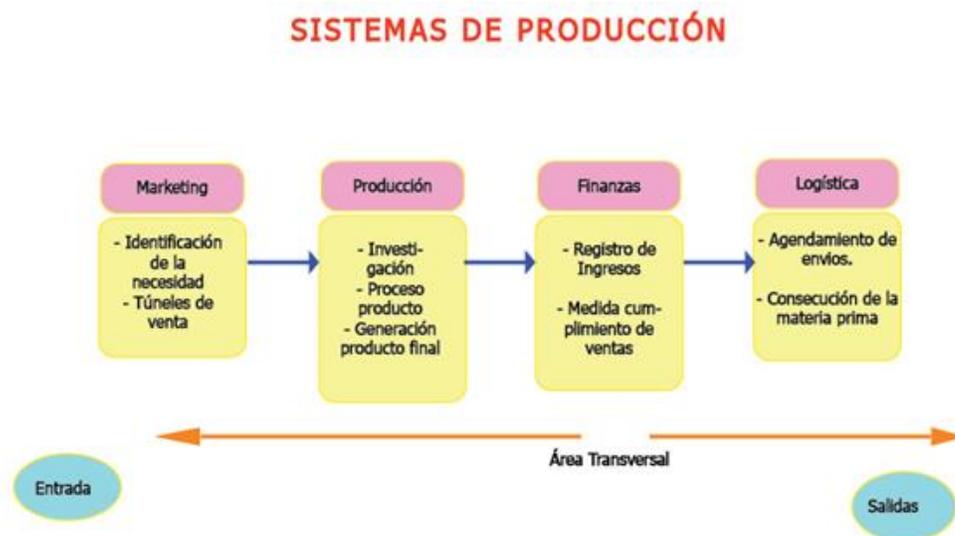


Figura 8 Sistema individual de Logística

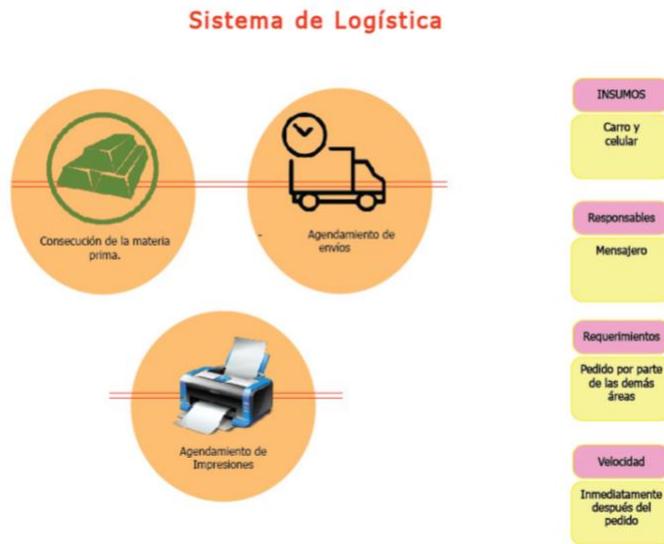


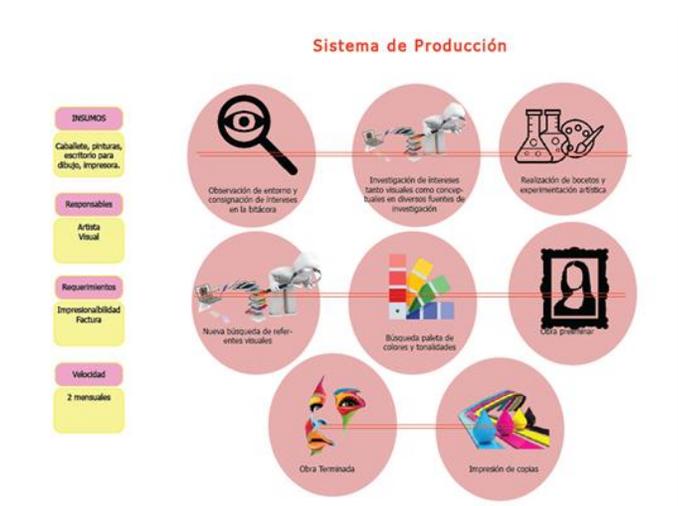
Figura 9 Sistema individual de Finanzas



Figura 10 Sistema individual de Marketing



Figura 11 Sistema individual de Producción



Distribución en planta

Actualmente la producción de las obras pictóricas se realiza en un espacio dentro de la casa de habitación personal dotado con los materiales necesarios para el ejercicio operacional, como son: caballete, escritorio, iluminación y repisa.

Figura 12 Proyección de un taller de producción artística



A continuación, se presenta una proyección de un taller de producción artística en pintura ideal para el ejercicio a mayor escala.

Figura 13 Proyección de un taller de producción artística



En el mismo espacio de producción se encuentra el espacio de oficina con el equipo necesario como computador, celular, internet, impresión, entre otros para el ejercicio administrativo.

Tecnología y equipos

Tabla 6 *A continuación descripción de los equipos*

Descripción	Área de Funcionamiento	Precio
Escritorio	Producción	450.000
Silla	Producción	200.000
Caballote	Producción	150.000
Portátil	Marketing	2.000.000
Celular	Marketing	2.000.000
Impresora	Producción	450.000
Lienzos hasta 1mx 1m	Producción	150.000
Pinturas Acrílicas por U	Producción	30.000
Internet	Marketing y Producción	80.000
Papelería x U	Producción	10.000

Plan financiero

“En este documento se plasman los fundamentos económicos que permiten que un negocio sea viable y se establecen unos objetivos a corto y largo plazo, así como la situación financiera actual de la empresa” (Cámara Madrid, 2022, párr. 1)

“La planeación financiera es uno de los aspectos con mayor relevancia en la empresa ya que es una guía en la coordinación y control de las actividades, y así poder cumplir cada uno de los objetivos propuestos por la compañía” (Aristizabal et. al, 2017, p. 8)

Ventas

En términos de emprendimiento “un proceso de comunicación interpersonal durante el cual el vendedor descubre y satisface las necesidades del cliente, proceso que está basado en un beneficio mutuo sostenible en el largo plazo” (*Wikitips*, s.f., párr. 5). Este proceso interpersonal puede ser por medio de varios canales que sean tanto amigables con el cliente como con la empresa y se encuentre según el producto que canal podría ser más efectivo.

Tabla 7 *Proyección de ventas anual en unidades*

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Obra original 60x60 cm	20	22	23	24	25
Obra original 80x80cm	15	17	17	18	19
Obra original 100x100 cm	13	14	15	16	17
Impresión en Lienzo 60x60 cm	20	22	23	24	25
Impresión en Lienzo 80x80cm	15	17	17	18	19
Impresión en Lienzo 100x100 cm	13	14	15	16	17
Total CANTIDADES	96	106	111	116	122

La anterior tabla muestra la proyección en ventas en unidades de nuestros productos que se proyectó con un crecimiento promedio de un 6% cada año. De acuerdo al crecimiento del mercado del arte que estima un crecimiento del 29%:

Tabla 8 *Proyección de ventas anual en pesos*

INGRESOS					
Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Obra original 60x60 cm	\$14.000.000	\$16.480.800	\$18.867.220	\$21.599.193	\$24.493.485
Obra original 80x80cm	\$12.750.000	\$15.009.300	\$17.182.647	\$19.670.694	\$22.306.567
Obra original 100x100 cm	\$14.300.000	\$16.833.960	\$19.271.517	\$22.062.033	\$25.018.346
Impresión en Lienzo 60x60 cm	\$10.000.000	\$11.772.000	\$13.476.586	\$15.427.995	\$17.495.347
Impresión en Lienzo 80x80cm	\$9.750.000	\$11.477.700	\$13.139.671	\$15.042.295	\$17.057.963
Impresión en Lienzo 100x100 cm	\$10.400.000	\$12.242.880	\$14.015.649	\$16.045.115	\$18.195.160
0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Total Ingresos	\$71.200.000	\$83.816.640	\$95.953.289	\$109.847.326	\$124.566.867
CRECIMIENTO ANUAL	71.200.000	18%	14%	14%	13%

La siguiente tabla muestra la proyección de ventas anuales en pesos; iniciando con año 1 71.200.000, para el año 2 se espera un crecimiento del 20% con 85.368.800 pesos, para el año 3 se espera un crecimiento del 13% así como los próximos 3 años siguientes con 96.808.219, 109.780.521 y 124.491.110 respectivamente. Representando un crecimiento gradual y equitativo en cada uno de los productos y tamaños propuestos.

Estado de resultados proyectados

Los resultados proyectados:

Pronostican los resultados económicos-financieros futuros de la empresa respecto a sus operaciones. Además, a través de las proyecciones financieras, se pueden generar diversos escenarios en los que el negocio puede variar, teniendo diferentes estimaciones de los resultados, permitiéndole al emprendedor identificar los posibles riesgos que pueden impactar en su negocio e implementar estrategias que amortigüen los efectos negativos (Comunidad de Madrid, s.f. p. 1).

Además, cumplen otras funciones como:

Demostrar la fiabilidad y estabilidad del proyecto de cara a la financiación por parte de terceros (bancos, entidades de crédito, estado, etc). La proyección de estados financieros es fundamental en el mundo empresarial, y especialmente en las pequeñas y medianas empresas porque cuando se demuestra que existe una oportunidad de negocio, resulta más factible adquirir los recursos necesarios para acometer el proyecto. (Comunidad de Madrid, s.f. p. 1).

“El emprendedor debe apoyar sus proyecciones financieras en análisis y cifras realistas sobre el entorno, el sector, los competidores, los clientes”. (Comunidad de Madrid, s.f. p. 1)

Tabla 9 *Tabla de estado de resultados*

ESTADOS DE RESULTADOS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	71.200.000	83.816.640	95.953.289	109.847.326	124.566.867
Comisión ventas	0	0	0	0	0
Materia Prima, Mano de Obra	30.456.000	35.844.432	41.027.925	46.961.446	53.247.688
Depreciación	1.340.000	1.340.000	1.340.000	1.340.000	150.000
Agotamiento	0	0	0	0	0
Otros Costos	8.115.600	8.764.848	9.466.036	10.223.319	11.041.184
Total de costos	39.911.600	45.949.280	51.833.961	58.524.764	64.438.873
Utilidad Bruta	31.288.400	37.867.360	44.119.329	51.322.562	60.127.995
Gasto de Ventas	5.760.000	6.278.400	6.780.672	7.323.126	7.908.976
Gastos de Administracion	26.721.600	28.859.328	31.168.074	33.661.520	36.354.442
Provisiones	0	0	0	0	0
Amortización Gastos	2.315.550	2.315.550	2.315.550	2.315.550	0
Total de gastos	32.481.600	35.137.728	37.948.746	40.984.646	44.263.418
Utilidad Operativa	-3.508.750	414.082	3.855.032	8.022.366	15.864.577
Otros ingresos	0	0	0	0	0
Gastos financieros	0	0	0	0	0
Utilidad antes de impuestos	-3.508.750	414.082	3.855.032	8.022.366	15.864.577
Impuestos (31%)	0	103.520	963.758	2.005.591	3.966.144
Utilidad Neta Final	-3.508.750	310.561	2.891.274	6.016.774	11.898.433

La anterior tabla nos muestra el estado de resultados proyectados del proyecto a 5 años, en el año 1 se tiene una rentabilidad de -3.508.750. Del año 1 al 2 un crecimiento de 831% del año 2 al año 3 una rentabilidad del 108% y del año 3 al año 4 una rentabilidad del 98%. Lo cual muestra estabilidad por parte del proyecto, a lo largo de los años y como su inversión va creciendo a lo largo del tiempo, en un crecimiento exponencial.

Indicadores de Rentabilidad

Estado de situación financiera

El estado de situación financiera presenta en forma clasificada, resumida y consistente, la situación financiera de la entidad a una fecha determinada y revela la totalidad de sus bienes, derechos y obligaciones, y la situación del patrimonio. El estado de resultados presenta las partidas de ingresos, gastos y costos de la entidad, con base en el flujo de ingresos generados y consumidos durante el periodo. (Función Pública, s.f. párr. 1)

Tabla 10 Balance General

BALANCE GENERAL						
	0	1	2	3	4	5
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo						
Efectivo	0	8.200.411	9.745.111	14.635.205	22.803.241	37.781.090
Cuentas X Cobrar	0	0	0	0	0	0
Provisión Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Inventarios Materias Primas e Insumos	0	590.333	694.940	795.568	910.766	1.032.809
Inventarios de Producto en Proceso	0	0	0	0	0	0
Inventarios Producto Terminado	0	618.256	723.031	823.821	939.195	1.038.288
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Gastos Anticipados	11.577.750	0			0	0
Total Activo Corriente:	11.577.750	9.409.000	11.163.082	16.254.594	24.653.201	39.852.187
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Construcciones y Edificios	0	0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipo de Operación	0	0	0	0	0	0
Muebles y Enseres	750.000	600.000	450.000	300.000	150.000	0
Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Equipo de Oficina	5.950.000	4.760.000	3.570.000	2.380.000	1.190.000	0
Semovientes pie de cria	0	0	0	0	0	0
Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
Total Activos Fijos:	6.700.000	5.360.000	4.020.000	2.680.000	1.340.000	0
Total Otros Activos Fijos	0	0	0	0	0	0
ACTIVO	18.277.750	14.769.000	15.183.082	18.934.594	25.993.201	39.852.187
Pasivo						
Cuentas X Pagar Proveedores	0	0	0	0	0	0
Impuestos X Pagar	0	0	103.520	963.758	2.005.591	3.966.144
Acreedores Varios	0	0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	0	0	0	0	0	0
Otros pasivos a LP	0	0	0	0	0	0
Obligacion Capital Semilla	0	0	0	0	0	0
PASIVO	0	0	103.520	963.758	2.005.591	3.966.144
Patrimonio						
Capital Social	18.277.750	18.277.750	18.277.750	18.277.750	18.277.750	18.277.750
Reserva Legal Acumulada	0	0	0	31.056	320.184	921.861
Utilidades Retenidas	0	0	-3.508.750	-3.229.245	-627.098	4.787.999
Utilidades del Ejercicio	0	-3.508.750	310.561	2.891.274	6.016.774	11.898.433
Revalorizacion patrimonio	0	0	0	0	0	0
PATRIMONIO	18.277.750	14.769.000	15.079.562	17.970.836	23.987.610	35.886.043
PASIVO + PATRIMONIO	18.277.750	14.769.000	15.183.082	18.934.594	25.993.201	39.852.187

Los indicadores financieros

Son una herramienta con la que las empresas pueden realizar un análisis financiero de la

situación del negocio en un determinado periodo. Ayudan a realizar comparativas y a tomar decisiones estratégicas en el ámbito económico y financiero. Gracias a los indicadores financieros y su interpretación, un negocio puede saber qué rumbo necesita. (Mundi, 2022, párr. 3)

Indicadores de rentabilidad

Los indicadores referentes a rentabilidad tratan de evaluar la cantidad de utilidades obtenidas con respecto a la inversión que las originó, ya sea considerando en su cálculo el activo total o el capital contable (Guajardo, como se citó en Suárez et al, 2008, p. 8)

En otras palabras, Muestran la productividad de los fondos comprometidos en un negocio, es decir, la capacidad de una empresa de generar beneficios económicos a partir de la utilización de recursos (Gaviria et al, s.f. p. 6). Su importancia radica en que se muestra si se cumplen los objetivos de continuidad de la empresa en el futuro y la creación o incremento de su valor (Gaviria et al, s.f. p. 6). Existen varios tipos de indicadores de rentabilidad que varía según las inversiones obtenidas en la empresa

Tabla 11 Tabla con los indicadores de Rentabilidad

Indicador	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 4
Ebitda	146.800	4.069.632	7.510.582	11.677.916	16.014.577
Margen Ebitda	0,21%	4,9%	7,8%	10,6%	12,9%
Margen bruto	0,43944382	0,454002774	0,46080501	0,46715248	0,482641216
Margen Operacional	-4,9%	0,5%	4,0%	7,3%	12,7%
Margen neto	-4,9%	0,4%	3,0%	5,5%	9,6%

Ebitda

Es un indicador financiero (acrónimo de los términos en inglés Earnings Before Interest Taxes Depreciation and Amortization) que muestra el beneficio de la empresa antes de restar los intereses que tienes que pagar por la deuda contraída, los impuestos propios de tu negocio, las depreciaciones por deterioro de este, y la amortización de las inversiones realizadas. El propósito del EBITDA es obtener una imagen fiel de lo que la empresa está ganando o perdiendo en el núcleo del negocio. Representa la utilidad que efectivamente se convierte en caja. (Santander, s.f. párr. 1)

El emprendimiento generará en el año 1 un EBITDA de \$146.800, en el año 2 el beneficio será de \$4.069.632, en el año 3 de \$7.510.582, en el año 4 de \$11.677.916, y el año 5 de \$16.014.577.

Margen Bruto

El margen bruto o margen de beneficio bruto es una forma de medir los beneficios que obtiene una compañía después de restar los costes directos asociados a la venta de sus bienes y servicios. Puede indicar si una empresa está generando ingresos a pesar de sus gastos. (IG, s.f. párr. 1).

Su importancia radica en que permite a los inversores obtener información clave sobre las decisiones que la administración podría tomar en el futuro; se puede utilizar para medir los costes de fabricación frente a los ingresos. Si el margen bruto es muy bajo, la compañía quizá desee reducir los costes de producción y fabricación para aumentar sus beneficios

(IG, s.f. párr. 10)

Es decir, permite observar si la empresa está teniendo un buen margen de ganancia dentro de sus operaciones y donde podría tomar decisiones para incrementar este margen. Se obtiene dividiendo el beneficio bruto que es la cantidad de ganancia después de costes, sobre los ingresos brutos que es la cantidad total de dinero que la empresa recibe por la venta de sus productos. El resultado se multiplica por 100, para obtener un porcentaje. La empresa obtendrá un margen bruto en el año 1 \$0,439 pesos por cada peso recibidos de las ventas, en el año 2 el beneficio será de \$0,454 , en el año 3 de \$0,460 en el año 4 de \$0,467 y en el año 5 el beneficio será de \$0,482

Margen operacional

“El margen operativo es una ratio que cuantifica el porcentaje de ingresos por ventas que la empresa convierte en beneficios, antes de descontar impuestos e intereses. Para su cálculo se emplean datos referentes a la actividad principal de la compañía” (Ludeña, 2021, párr.1)

Se obtiene dividiendo los ingresos netos que son los ingresos obtenidos de la empresa después de sacar sus gastos y costos por los ingresos totales de las ventas, para mirar el beneficio reales obtenido. Así mismo nos indica, si el negocio es o no lucrativo, en sí mismo, independientemente de la forma como ha sido financiado (Bolsa de Valores el Salvador, s.f. párr. 1)

El emprendimiento generará un margen operacional por cada peso obtenido en ventas en el año 1 de - 0,049 centavos, en el año 2 el beneficio será de 0,0049 centavos, en el año 3 de 0,040,

en el año 4 de 0,0730 y en el año 5 el beneficio será de 0,127 centavos

Margen neto de utilidad

“El margen neto permite conocer el porcentaje de utilidad que se obtiene de las ventas después todos los costos y gastos en los que incurre un negocio. En otras palabras, muestra que porcentaje de las ventas queda como utilidad”. (Bursitia, s.f., párr. 1)

“Calcular el margen neto de una empresa ayuda a saber si el negocio de la empresa es rentable, ver cómo ha evolucionado con el paso del tiempo y sobre todo nos permite comparar empresas similares para determinar cuál es la más rentable”. (Singula Bank, 2017, párr. 8)

La rentabilidad de un negocio es lo que este genera después de todos los gastos y costos. Este se calcula restando los gastos operativos del margen bruto. El porcentaje de las ventas que queda como utilidad en el año 1 será del -4,9%, en el año 2 será del 0,4%, en el año 3 del 3,0%, en el año 4 del 5,5%, y en el año 5 el beneficio será de 9,6%,

Margen Ebitda.

Muestra el beneficio de tu empresa antes de restar los intereses que tienes que pagar por la deuda contraída, los impuestos propios de tu negocio, las depreciaciones por deterioro de este, y la amortización de las inversiones realizadas. El propósito del EBITDA es obtener una imagen fiel de lo que la empresa está ganando o perdiendo en el núcleo del negocio. (Santander, s.f. párr.1)

A pesar de que no forma parte del estado de resultados de las compañías, el EBITDA es una ratio que te permite saber de una manera rápida y sencilla si tu negocio es rentable o no, ya que representa el beneficio bruto de explotación calculado antes de la deducibilidad de los gastos financieros. (Santander, s.f. párr.2)

Este se calcula obteniendo primero el EBIT que es igual a las ventas - costos de ventas - gastos. Luego, para obtener el EBITDA se debe sumar el EBIT más las amortizaciones y depreciaciones. Luego de restar los costos y gastos operacionales excluyendo el efecto contable de la depreciación y amortización en el año 1, por cada \$ 100 en ventas, a la empresa le quedarán \$ 0.2 pesos de utilidad real, en el año 2 le quedarán 4,9%, en el año 3 le quedarán 7,8%, en el año 4, 10,6% y en el año 5, 12,9%.

Indicadores financieros de liquidez y actividad

Los indicadores de liquidez son una clase importante de métricas financieras que se utilizan para determinar la capacidad de un deudor para pagar sus obligaciones de deuda actuales sin obtener capital externo. Estos indicadores te ayudan a conocer la capacidad que tiene tu empresa para pagar deudas, obligaciones y su margen de seguridad a través del cálculo de métricas que incluyen la ratio actual, la ratio rápido y la ratio de flujo de caja operativo. (Ortega, 2021, párr. 3)

Tabla 12 *Indicadores financieros de liquidez y actividad*

Indicadores	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Razón corriente			16,87	12,29	10,05
Nivel de endeudamiento		0,7%	5,1%	7,7%	10,0%
Capital de trabajo	11.577.750	9.409.000	11.059.562	15.290.836	22.647.610
Solidez	0	0	146,6673944	19,64662528	12,9603673 3

Razón corriente

“Indica qué proporción de deudas de corto plazo pueden ser cubiertas por los activos que se pueden liquidar rápidamente” (Funding Circle, s.f., párr. 5)

“Los pasivos corrientes son las obligaciones y deudas a corto plazo, deudas a proveedores, entidades financieras o asociaciones del mismo grupo”. (Quickbooks, 2023)

La empresa por cada peso que debe en el año 1, tendrá 0 pesos para pagar o respaldar la deuda de corto plazo, en el año 2 dispondrá de 0, en el año 3 dispondrá de 16,87, en el año 4 dispondrá de 12,29, y en el año 5 dispondrá de 10,05

Solidez

Los indicadores de solidez financiera (ISF) son medidas que muestran la salud financiera actual y la solidez de las instituciones financieras de un país, y de las empresas y hogares que son su contraparte. Los Índice de solidez financiera de comprenden datos individuales agregados de las instituciones financieras e indicadores representativos de los mercados en

los que funcionan dichas instituciones. Los ISF se calculan y divulgan con el propósito de respaldar el análisis macroprudencial-- la evaluación y supervisión de los puntos fuertes y los puntos vulnerables de los sistemas financieros -- teniendo en mira fortalecer la estabilidad financiera y limitar la probabilidad de crisis financieras. (International Monetary Fund, 2007, párr. 1).

Capital de trabajo

“El capital de trabajo son todos aquellos recursos disponibles de forma inmediata o en el corto plazo que requiere la empresa para poder operar” (Gerencie.co, 2022, párr. 1)

“La empresa para poder operar requiere de recursos para cubrir necesidades de insumos, materia prima, mano de obra, reposición de activos fijos, etc. Estos recursos deben estar disponibles a corto plazo para cubrir las necesidades de la empresa a tiempo” (Gerencie.co, 2022, párr. 2).

En el año 1, la empresa contará con \$ 11.577.750, para desarrollar su operación, en el año 2, contará con \$ 9.409.000, año 3 contará con \$ 11.059.562, año 4 contará con \$ 15.290.836 y en el año 5 contará con \$ 22.647.610.

Nivel de endeudamiento

El ratio de endeudamiento evalúa la proporción de financiación ajena que posee una empresa frente a su patrimonio. En otras palabras, es un cociente matemático que representa el porcentaje total de la deuda que tiene un negocio con relación a sus recursos

propios. (BBVA, s.f. párr. 1)

En ese sentido es importante saber cuál es el nivel de endeudamiento de las empresas para saber que decisiones tomar frente a un posible crédito.

Por cada peso de fondos propios, la empresa tiene deudas por valor de 0 pesos en el año 1, en el año 2 será de 0,7%, en el año 3 será de 5,1%, en el año 4 será de 7,7%, y en el año 5 será de 10%

Flujo de fondos

El flujo de fondos es el indicador del rendimiento de tu emprendimiento. Está compuesto por la cantidad de dinero ya sea en efectivo o en crédito que está fluyendo dentro y fuera de tu negocio. El flujo de fondos siempre se calcula considerando un tiempo determinado que, por lo general, no supera el año. (Becchetti, s.f., párr. 4)

Cuando un flujo de fondos es positivo significa que hay más dinero ingresando a tu emprendimiento que saliendo. De lo contrario, es decir, si es negativo, es menos el dinero que entra a tu negocio. Esto último implica que los ingresos son menores que los necesarios para cubrir los gastos de tu emprendimiento. (Becchetti, s.f., párr. 5)

Tabla 13 Flujo de Fondos

FLUJO DE CAJA						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de Caja Operativo						
Utilidad Operacional		-3.508.750	414.082	3.855.032	8.022.366	15.864.577
Depreciaciones		1.340.000	1.340.000	1.340.000	1.340.000	150.000
Otros ingresos		0	0	0	0	0
Agotamiento		0	0	0	0	0
Provisiones		0	0	0	0	0
Impuestos		0	0	-103.520	-963.758	-2.005.591
Neto Flujo de Caja Operativo	0	-2.168.750	1.754.082	5.091.512	8.398.608	14.008.986
Flujo de Caja Inversión						
Variación Cuentas por Cobrar						
Variación Inv. Materias Primas e insumos		-590.333	-104.607	-100.627	-115.198	-122.043
Variación Inv. Prod. En Proceso		0	0	0	0	0
Variación Inv. Prod. Terminados		-618.256	-104.775	-100.790	-115.374	-99.094
Otros Activos		0	0	0	0	0
Variación Cuentas por Pagar						
Variación Acreedores Varios		0	0	0	0	0
Variación gastos anticipados	-11.577.750	11.577.750				
Variación Otros Pasivos						
Variación del Capital de Trabajo	-11.577.750	10.369.161	-209.382	-201.418	-230.572	-221.136
Inversión en Terrenos	0	0	0	0	0	0
Inversión en Construcciones	0	0	0	0	0	0
Inversión en Maquinaria y Equipo	0	0	0	0	0	0
Inversión en Muebles	-750.000	0	0	0	0	0
Inversión en Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	-5.950.000	0	0	0	0	0
Inversión en Semovientes	0	0	0	0	0	0
Inversión Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
Inversión Otros Activos	0	0	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	-6.700.000	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Inversión	-18.277.750	10.369.161	-209.382	-201.418	-230.572	-221.136
Flujo de Caja Financiamiento						
Desembolsos capital semilla	0					
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	0	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		0	0	0	0	0
Intereses Pagados		0	0	0	0	0
Dividendos Pagados		0	0	0	0	0
Capital	18.277.750	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Financiamiento	18.277.750	0	0	0	0	0
Neto Periodo	0	8.200.411	1.544.700	4.890.094	8.168.035	13.787.850
Saldo anterior	0	0	8.200.411	9.745.111	14.635.205	22.803.241
Saldo siguiente	0	8.200.411	9.745.111	14.635.205	22.803.241	36.591.090

En la presente tabla se presenta dos flujos de caja de cada año iniciando con un flujo de 8.200.400, del año 1 al año 2 hay un crecimiento del 49%, del año 2 al año 3 hay un crecimiento del 51% y del año 3 al año 4 hay un crecimiento del 58%, lo anterior indica que la empresa produce los recursos líquidos necesarios para sostener la operación.

Punto de equilibrio

“El punto de equilibrio es el volumen de producción y ventas con el cual el ingreso total compensa exactamente los costos totales, que son la suma de los costos fijos y los costos variables”

(Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas, s.f. p. 1)

El punto de equilibrio sirve para determinar el nivel de operaciones necesario para cubrir todos los costos relativos a estas, evaluar la rentabilidad de los diversos niveles de producción y ventas, planear la producción, planear las ventas, planear resultados antes y después de ISR (Impuesto sobre la renta) y PTU (Participación de los Trabajadores en las Utilidades de la empresa), controlar costos, tomar decisiones. (Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas, s.f., p. 1)

Punto de equilibrio = 80.000.0000 EN VENTAS anual, en este nivel de ventas la empresa cubre sus costos totales, no hay pérdidas ni ganancias.

Evaluación económica

La evaluación económica constituye la parte final de toda una secuencia de análisis de factibilidad en los proyectos de inversión, en la cual, una vez concentrada toda la información generada en los capítulos anteriores, se aplican métodos de evaluación económica que contemplan el valor del dinero a través del tiempo, con la finalidad de medir la eficiencia de la inversión total involucrada y su probable rendimiento durante su vida útil. (UNAM, s.f., párr. 1)

Valor presente neto

El Valor Presente Neto (VPN) es el valor de los flujos de efectivo proyectados, descontados al presente. Es un método de modelado financiero utilizado para la elaboración de presupuestos de capital y por analistas e inversores para evaluar la rentabilidad de las inversiones y proyectos propuestos. El método del Valor Presente Neto incorpora el valor del dinero en determinado tiempo de flujos de efectivo netos de un negocio o proyecto. El objetivo del valor presente neto es realizar las comparaciones entre los periodos en los que el proyecto o negocio tuvo diferentes flujos de efectivo para determinar si conviene o no invertir en él. El valor depende de la tasa de interés a la que se ajusta el cálculo del valor presente neto. El método para calcular el valor presente neto es a través de un quebrado o razón aritmética, en donde el numerador es el dinero y el denominador corresponde a la tasa de interés.

La TIR

La Tasa Interna de Retorno o TIR es la tasa de interés o de rentabilidad que ofrece una inversión. Así, se puede decir que la Tasa Interna de Retorno es el porcentaje de beneficio o pérdida que conllevará cualquier inversión. Es una medida ampliamente utilizada para la evaluación de los proyectos de inversión. Además, está muy relacionada con el VAN o Valor Actualizado Neto. De hecho, su relación es tal, que la Tasa Interna de Retorno también está definida como el valor de la tasa de descuento cuando el Valor Actualizado Neto adquiere un valor igual a 0 para un proyecto de inversión concreto y determinado. (DELSOL, s.f., párr. 1)

Es un indicador de rentabilidades de proyectos o inversiones, de manera que cuanto mayor sea la TIR mayor será la rentabilidad. Realizando el cálculo de la tasa interna de rentabilidad de diferentes proyectos se facilita la toma de decisiones sobre la inversión a realizar. De forma simple podríamos definir la TIR como el porcentaje de ingresos o pérdidas que se obtiene como consecuencia de una inversión. (Fernández, 2023, párr. 4)

Tabla 14 *Tabla Tir y V*

Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	- 2.168.75 0	2.644.3 94	5.359.3 18	8.237.6 92	13.975.1 12
- 18.277.75 0	10.369.1 61	- 235.12 1	- 189.85 6	- 215.28 8	-220.988
18.277.75 0	0	0	0	0	0
- 18.277.75 0	8.200.41 1	2.409.2 73	5.169.4 62	8.022.4 05	13.754.1 24
18%					
25,63%					
3.698.269					

La evaluación económica del proyecto parte de una tasa de oportunidad del 18%. Al realizar el cálculo de la TIR nos arroja un valor del 25,63%, lo que indica que el proyecto es viable financieramente, ya que la TIR es mayor a la tasa de oportunidad. En cuanto a la metodología del valor presente neto (VPN) esta arroja que es positivo, arroja un valor de 3.698.269, es decir, que después de cubiertos los costos y gastos y la inversión inicial arroja un excedente por el valor antes mencionado.

Anexos

Resumen ejecutivo del plan de negocios

En el siguiente enlace encontrará el resumen ejecutivo del plan de negocio

<https://docs.google.com/document/d/1GfkaxOrdL31IcuA8r5ZUAPoFImNvT6HB/edit>

Presentación de idea de negocios – Pitch

En este enlace aparece el Pitch de la idea de negocio <https://docs.google.com/presentation/d/1jE6LawqFS8FVEkKckHJ580x9jzJRWD5T/edit?usp=sharing&ouid=105924470911498015350&rtpof=true&sd=true>

Video Pitch

A continuación, el enlace del video Pitch:

<https://drive.google.com/file/d/1wRYZbOsmztu20rXts6sCsC0KWq3D8fX0/view?usp=sharing>

Evidencia de validación de mercado (Encuesta, fotos, Herramienta utilizada, etc.)

Aquí se encuentra el enlace de la encuesta: <https://docs.google.com/forms/d/1Tm-4hHRvp3iUIFpq3EEedLoNK6JMF6q-ofPkbNfEdNAw/edit?usp=drivesdk>

¿Qué piensas sobre el arte y los artistas en general?

11 respuestas

hj

Que tienen un poder de sanación interior muy interesante cuando se sabe explorar y libera tu alma y tu vida de todo aquello que no sabemos expresar y procesar de forma consciente

Me agradan mucho

Indispensables en la construcción del mundo simbólico colectivo

Mente abierta. Forma de pensar diferente

El arte y los artistas son los encargados de sensibilizar la sociedad que cada vez se concentra más en las mal llamadas ciencias exactas. Son los encargados de conectar nuestro ser con el alma, la naturaleza y el universo en su sentido espiritual. Son los encargados de conectar a la humanidad con sus emociones más puras y elevadas. Son los encargados de recordarnos la humanidad que aún nos queda.

Es una forma de expresar nuestras emociones y equilibrar nuestra energía.

¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por una obra de arte?

¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por una obra de arte?

11 respuestas

Dependiendo de la obra y de mis posibilidades al momento de adquirirla , no se aproximadamente 200mil

Dependiendo de lo que me haga sentir se pone el precio, aunque tampoco es que tenga una economía muy amplia

En este momento entre 3 y 5 millones

Entre 300.000 y 800.000 dependiendo

Lo justo en proporción al desarrollo del propio artista y su obra

Dependería mucho de la obra.

Depende de muchas cosas

200.000

Depende de varios factores como: del dinero que tenga y Si me gusta la obra

¿Cuáles son tus hobbies? ¿Qué actividades artísticas te gustaría hacer?

Referencias bibliográficas

- Alonso, E. 2023 18 de mayo. *'Mindfulness' y astrología, entre las nuevas tendencias en la espiritualidad global*. El Tiempo. URL <https://www.eltiempo.com/vida/religion/las-ultimas-tendencias-en-la-espiritualidad-global-769852>
- Arango, L. 2013. *Comercio electrónico, los riesgos que enfrenta américa latina para su masificación* [Trabajo de pregrado]. URL <https://acortar.link/BjL2qc>
- Alter Finance. (s.f.). *Indicadores de Rentabilidad*. <https://www.alterfinancegroup.com/blog/financiacion/indicadores-de-rentabilidad/>
- Banco Santander. s.f. *¿Qué es el EBITDA?*. URL <https://acortar.link/VNjzw6>
- BBVA. (s.f.) *Qué es el ratio de endeudamiento y cómo se calcula*. URL <https://www.bbva.com/es/salud-financiera/que-es-el-ratio-de-endeudamiento-y-como-se-calcula/>
- Becchetti, P.A. (s.f.). *Flujo de fondos: ¿cómo calcularlo y por qué es clave para tu Emprendimiento?*. <https://www.tiendanube.com/blog/flujo-de-fondos/>
- Blasco, L. (2021, 17 de abril). *Psicología del espacio: cómo la arquitectura interior altera nuestra salud e influye en nuestros comportamientos*. BBC New Mundo. URL <https://www.bbc.com/mundo/noticias-56486912>
- Botero, J. (2023, 2 de julio). *La economía colombiana en el 2023*. Razón Pública. URL <https://razonpublica.com/la-economia-colombiana-2023/>
- Bolsa de Valores del Salvador. (s.f.) *Glosario*. URL <https://acortar.link/ZW6JAw>
- Bursitia. (s.f.) *Qué es, como se calcula y para que se usa el margen neto*. URL

- <https://www.bursitia.com/2022/10/21/que-es-como-se-calcula-y-para-que-se-usa-el-margen-neto/>
- Cámara Madrid. (2022, 26 mayo). *Plan financiero: qué es y cómo hacerlo*. <https://www.mastermbaonline.com/finanzas/plan-financiero/>
- Comunidad de Madrid. (s.f.). *Las proyecciones financieras*. http://www.madrid.org/cs/StaticFiles/Emprendedores/Analisis_Riesgos/pages/pdf/proyecciones_financieras_es.pdf
- DANE. (2022, 28 de julio). *Encuesta de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en Hogares (ENTIC Hogares)*. URL <https://acortar.link/VN9Nxy>
- DANE. (2021, 6 de mayo). *Pobreza monetaria en Colombia según clases sociales – variación del ingreso real per-cápita por quintiles – 2020*. URL <https://acortar.link/Fyb9LJ>
- Delsol. (s. f.) *Activo corriente y no corriente*. URL <https://www.sdelsol.com/glosario/activo-corriente-y-no-corriente/>
- DELSOL. (s. f.) *Tasa interna de retorno TIR*. URL <https://www.sdelsol.com/glosario/tasa-interna-de-retorno-tir/>
- Facultad de Ciencias Administrativas. S.f. *Finanzas I*. <https://www.fcca.umich.mx/descargas/apuntes/academia%20de%20finanzas/finanzas%20i%20mauricio%20a.%20chagolla%20farias/9%20 analisis%20de%20equilibrio.pdf>
- Faculta de economía UNAM. IV. *Evaluación Económica*. URL <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap4.pdf>
- Facultad de Economía de la UNAM. (s. f.) *Evaluación Económica*. <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap4.pdf>
- Funding Circle. s.f. *¿Qué es el ratio de liquidez?* URL <https://acortar.link/mIKfsP>

Función Pública. (s. f.). *Estados Financieros*. URL <https://www.funcionpublica.gov.co/estados-financieros#:~:text=El%20estado%20de%20situaci%C3%B3n%20financiera,y%20la%20situaci%C3%B3n%20del%20patrimonio>.

Gaviria, S et al. (2016). *Indicadores de rentabilidad: su aplicación en las decisiones de agrupamiento empresarial*. Trabajos De Grado Contaduría UdeA, 4(1). Recuperado a partir de <https://revistas.udea.edu.co/index.php/tgcontaduria/article/view/323546>

Gerence.co. (2022, 12 de septiembre). *Capital de Trabajo*. URL https://www.gerencie.com/capital-de-trabajo.html#Que_es_el_capital_de_trabajo

Grande, P. (2021, 19 de enero). *¿Cómo funciona el IVA en transacciones con obras de arte? Te Gestionamos*. URL [¿Cómo funciona el IVA en transacciones con obras de arte? | TeGestionamos](https://www.tegestionamos.com/que-es-el-iva-en-transacciones-con-obras-de-arte/)

Garcia, G. (2019, 02 de febrero). *¿Cuál es la importancia del arte en la sociedad?* <https://www.artescondido.com/cual-es-la-importancia-del-arte>

Higuerey, E. (2021, 06 octubre). *Guía de ventas: tipos, ciclo de ventas, técnicas y todo para vender más*. <https://rockcontent.com/es/blog/ventas/>

Instituto Nacional de Contadores Públicos. S.f. *Principales indicadores financieros y de gestión*. <https://incp.org.co/Site/2012/agenda/7-if.pdf>

International Monetary Fund. (2007). *Indicadores de solidez financiera*. URL <https://www.elibrary.imf.org/display/book/9781589063983/9781589063983.xml>

IG. (s. f.). *Margen Bruto (definición)*. URL <https://acortar.link/L9Uoch>

Kantar. (2023, 28 de agosto). *Tendencia de consumo: siete de cada 10 hogares colombianos han comprado en promoción*. URL <https://acortar.link/rOTII8>

Lenis, A. (2023, 19 de abril). *Los 4 tipos de productos que existen, sus características y ejemplos*.

- <https://blog.hubspot.es/marketing/tipos-de-productos>
- Ludeña, J. (2021, 30 de junio). *Margen Operativo*. Economipedia. URL <https://economipedia.com/definiciones/margen-operativo.html>
- Ministerio de Salud. (2023, 11 de octubre). *Encuesta de Minsalud revela que el 66,3% de los colombianos declara haber enfrentado algún problema de salud mental*. URL <https://www.minsalud.gov.co/Paginas/66-porciento-de-colombianos-declara-haber-enfrentado-algun-problema-de-salud-mental.aspx>
- Murcia, J. (2023, 17 de junio). *Así va la economía luego de un año de su llegada a la Casa de Nariño*. La República. URL <https://acortar.link/ivfR14>
- Mundi. (2022, 27 de julio). *Conoce los indicadores financieros clave para asegurar la estabilidad financiera de tu empresa*. URL <https://mundi.io/finanzas/indicadores-financieros-para-empresas/>
- Ortega, C. (2021). *Indicadores de liquidez: Qué son, tipos y cómo medirlos*. <https://tudashboard.com/indicadores-de-liquidez/>
- Petro, G. (2022, 31 de agosto). *Gustavo Petro en Andicom se dirige al sector TIC | El Tiempo*. URL (1846) *Gustavo Petro en Andicom se dirige al sector TIC | El Tiempo - YouTube*
- Puchol, D. (2003, 29 de septiembre). *Trastornos de ansiedad: la epidemia silenciosa del siglo XXI*. Revista PsicologíaCientífica.com, 5(3). <https://psicolcient.me/tnfwt>
- Pescardor, D. (2022, 20 de junio). *Signos de que estás en modo de supervivencia, y qué puedes hacer*. URL <https://acortar.link/6DtM3b>
- Periodico Arteria. (2023, 18 de mayo). *En nueva carta sector cultura invita otra vez al diálogo al presidente Petro*. URL <https://www.periodicoarteria.com/cultura-solicita-cita-hablar-gustavo-petro>

Portafolio. (2023, 17 de enero). *Siete cambios que dejó la reforma tributaria a la economía digital*.

URL <https://www.portafolio.co/economia/reforma-tributaria/reforma-tributaria-y-su-impacto-en-la-economia-digital-576993>

Procuraduría General de la Nación. (2023, 10 de octubre). *Suicidio disparado en Colombia por*

cuenta de trastornos mentales: Procuraduría. URL

<https://www.procuraduria.gov.co/Pages/suicidio-disparado-colombia-cuenta-trastornos-mentales-procuraduria.aspx>

Quickbooks. (2023, 27 de octubre). *¿Qué son y cómo calcular los pasivos corrientes?*. URL

<https://quickbooks.intuit.com/global/resources/es/contabilidad/pasivo-corriente/>

Singular Bank. (2017, 02 de febrero). *Margen Neto, ¿Gana dinero la empresa en la que quiero*

invertir? URL <https://blog.selfbank.es/margen-neto-gana-dinero-la-empresa-la-quiero-invertir/>

Suárez, et al. (2008). *Indicadores de rentabilidad: herramientas para la toma decisiones*

financieras en hoteles de categoría media ubicados en Maracaibo. Revista de Ciencias

Sociales. v. 14, n. 1, 88-109. <https://www.redalyc.org/pdf/280/28011673008.pdf>

Unidad I, la decisión de compra del consumidor. (s. f.). McGrawHillo. URL

<https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448176081.pdf>

Villegas, F. (s. f.). *Las ventas dentro del contexto del mercadeo*.

file:///C:/Users/Luciana/Downloads/Dialnet-LasVentasDentroDelContextoDeMercadeo-5006668.pdf



Institución
Universitaria
Reacreditada en Alta Calidad

Hacia una era de
Universidad y Humanidad

www.itm.edu.co

Dirección: Calle 73 No. 76A - 354, Vía al Volador

Teléfono: (+604) 440 51 00 Fax: (+604) 440 51 02 / Medellín - Colombia / Código Postal: 050034

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ADSCRITA AL MUNICIPIO DE MEDELLÍN VIGILADA MINEDUCACIÓN



Alcaldía de Medellín
Distrito de
Ciencia, Tecnología e Innovación