

Factibilidad para la Creación de una Empresa Productora y Comercializadora de Bolsos  
Personalizados Tejidos a Mano en el Municipio de Puente Nacional Santander

Andrea Catherine Castellanos Ortiz y Claudia Milena Ruiz Sanabria

Trabajo de Grado para Optar al Título de Profesional en Gestión Empresarial

Director

Guillermo León Castillo Estévez

Especialista en Proyectos de Desarrollo

Universidad Industrial de Santander

Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia

Gestión Empresarial

Bucaramanga

2022

### **Agradecimientos**

Este primer logro en mi vida profesional lo dedico primeramente a Dios, porque me dio la oportunidad de vivir cada día con alegría, sabiduría y con muchas bendiciones a lo largo de la carrera.

También a mi madre por aquellos valores que inculco en mi desde niña, por todo ese amor y buen ejemplo que hoy dan fruto, por todo ese esfuerzo y lucha constante en su único objetivo, sacarme adelante.

A mi amado esposo David y mis hijos Sol y Gabriel, por su inmenso amor y apoyo incondicional en todo el proceso de formación, porque el sacrificio de aquellos días interminables que no podíamos compartir, hoy tiene su recompensa más gratificante.

Mis grandes amores, este logro es de todos. Muchas gracias, los amo inmensamente

Dar un agradecimiento especial al cuerpo docente de la Universidad Industrial de Santander por su orientación profesional y enseñanzas que hoy nos permiten decir que la UIS es nuestra Alma máter.

**Andrea Catherine Castellanos Ortiz**

Un agradecimiento muy especial primero a Dios por regalarme la vida y la sabiduría para sacar mi carrera adelante, por regalarme la fuerza para no desfallecer en los momentos difíciles y permitirme cumplir este gran sueño que por muchos años tuve que aplazar.

A mis padres y esposo, quienes me apoyaron incondicionalmente y sacrificaron muchos planes por estar conmigo durante este camino, este triunfo es de ustedes y sé que siempre se sentirán orgullosos de mí; gracias papitos por enseñarme a luchar por mis sueños y seguir el camino correcto; gracias amor, por ayudarme cuando solo tenía tiempo para mis trabajos, solo tú sabes cuantas dificultades tuve que superar para avanzar cada semestre.

A mi director, Guillermo León Castillo por su orientación fundamental para el éxito de este proyecto, excelente profesional y amplia experiencia profesional en el direccionamiento de los proyectos.

A la Universidad Industrial de Santander, por ofrecer programas académicos como este, profesional en Gestión Empresarial, carrera que busca fortalecer las ideas empresariales que tenemos, colocando a nuestra disposición docentes con habilidades y destrezas en la materia.

A mis compañeros de carrera, Dios los bendiga y ojalá puedan continuar con sus sueños y proyectos.

**Claudia Milena Ruiz Sanabria**

## Tabla de Contenido

Introducción .....	24
1. Generalidades.....	26
1.1 Panorama del sector .....	26
1.1.1 Evolución y tendencias del sector en el mundo y en Colombia .....	26
1.1.2 Evolución y tendencias del sector en Santander .....	36
1.2 Contexto geográfico.....	42
1.3 Aspectos legales.....	51
2. Estudio de mercados .....	56
2.1 Objetivos.....	56
2.1.1 Objetivo general.....	56
2.1.2 Objetivos específicos .....	57
2.2 Descripción del producto .....	58
2.2.1 Descripción, usos y especificaciones del producto.....	58
2.2.2 Atributos diferenciadores del producto.....	62
2.3 mercado potencial y objetivo .....	62
2.3.1 Mercado potencial.....	62

2.3.2 Mercado objetivo .....	63
2.4 Investigación de mercados .....	64
2.4.1 La demanda .....	64
2.4.2 Tabulación, presentación y análisis de resultados .....	68
2.4.3 Estimación de la demanda del proyecto.....	97
2.4.4 Proyección de la demanda .....	97
2.5 Oferta o competencia .....	98
2.5.1 Necesidad de información.....	98
2.5.2 Análisis de la situación actual de la competencia .....	99
2.6 Demanda potencial insatisfecha.....	100
2.7 canales de comercialización.....	100
2.7.1 Estructura de los canales actuales .....	100
2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales .....	101
2.7.3 Selección de los canales de comercialización.....	101
2.8 Precios.....	102
2.8.1 Análisis de precios de la competencia .....	102
2.8.2 Estrategia de fijación de precios .....	103
2.9 Publicidad y promoción .....	103

2.9.1	Objetivos .....	103
2.9.2	Logotipo .....	104
2.9.3	Slogan .....	105
2.9.4	Análisis de medios .....	105
2.9.5	Selección de medios.....	107
2.9.6	Estrategias publicitarias .....	108
2.9.7	Presupuesto de publicidad y promoción .....	109
3.	Estudio técnico.....	110
3.1	Tamaño del proyecto.....	110
3.1.1	Descripción del tamaño del proyecto.....	110
3.1.2	Factores que determinan el tamaño del proyecto.....	111
3.1.3	Capacidad del proyecto.....	112
3.2	Localización .....	116
3.2.1	Macrolocalización.....	116
3.2.2	Microlocalización .....	118
3.3	Ingeniería del proyecto .....	121
3.3.1	Ficha técnica del producto .....	121
3.3.2	Descripción técnica del proceso.....	124

3.3.3 Diagrama de operaciones, proceso y procedimiento .....	128
3.3.4 Control de calidad .....	130
3.3.5 Recursos .....	134
3.3.6 Análisis de proveedores .....	139
3.4 Distribución de la planta .....	151
4. Estudio administrativo .....	153
4.1 Forma de constitución .....	153
4.2 Cultura organizacional .....	165
4.2.1 Visión .....	165
4.2.2 Misión .....	165
4.2.3 Objetivos .....	166
4.2.4 Políticas (personal, compras, ventas) .....	168
4.3 Estructura organizacional .....	170
4.3.1 Organigrama .....	170
4.3.2 Descripción y perfil de cargos .....	170
4.3.3 Asignación salarial .....	178
5. Estudio financiero .....	179
5.1 Inversiones .....	180

5.1.1 Inversión fija .....	180
5.1.2 Inversión diferida .....	183
5.1.3 Inversión capital de trabajo .....	184
5.1.4 Inversión total .....	194
5.1.5 Fuentes de financiación.....	195
5.2 Costos y gastos.....	196
5.2.1 Costos y gastos fijos.....	196
5.2.2 Costos y gastos variables .....	196
5.2.3 Costos y gastos total unitario .....	197
5.3 precio de venta .....	198
5.4 Proyecciones financieras.....	199
5.4.1 Ingresos .....	199
5.4.2 Egresos .....	200
5.5 Estados financiera proyectados a 5 años.....	201
5.5.1 Estado de resultados proyectado a 5 años.....	201
5.5.2 Flujo de caja proyectado .....	202
5.5.3 Balance proyectado .....	203
6. Evaluación del proyecto.....	205

6.1 Evaluación social y los aspectos claves de la responsabilidad social empresarial ...	205
6.2 Evaluación ambiental.....	208
6.2.1 Matriz de evaluación de impactos.....	209
6.2.2 Plan de mitigación.....	211
6.4 Evaluación financiera.....	212
6.4.1 Valor presente neto .....	214
6.4.2 Tasa Interna de Retorno TIR.....	215
6.4.3 Periodo de recuperación.....	215
6.4.4 Análisis de razones financieras .....	216
6.5 Punto de equilibrio.....	218
Conclusiones .....	221
Referencias Bibliográficas .....	224
Apéndices.....	233

**Lista de Tablas**

	<b>Pág.</b>
Tabla 1 Ficha técnica .....	66
Tabla 2 Sexo .....	69
Tabla 3 Rango de edades .....	70
Tabla 4 Uso del bolso como accesorio de vestir.....	71
Tabla 5 Material de bolso que usa .....	72
Tabla 6 Finalidad compra bolso.....	73
Tabla 7 Colores de preferencia en los bolsos.....	75
Tabla 8 Cantidad promedio de bolsos comprados anualmente.....	76
Tabla 9 Lugar de preferencia para la compra de bolsos .....	77
Tabla 10 Medio de publicidad preferido.....	79
Tabla 11 Característica más importante a la hora de comprar un bolso .....	80
Tabla 12 Medio de pago de su preferencia .....	82

Tabla 13 Precio de compra bolso en el mercado .....	83
Tabla 14 Nivel de aceptación de la nueva empresa .....	84
Tabla 15 Disposición de compra bolsos tejidos a crochet .....	85
Tabla 16 Preferencia a personalizar los bolsos .....	86
Tabla 17 Aspectos a tener en cuenta al personalizar los bolsos .....	88
Tabla 18 Medidas bolsos tejidos.....	90
Tabla 19 Preferencia en el tamaño del bolso .....	90
Tabla 20 Rango de precios de los bolsos tejidos a crochet.....	92
Tabla 21 Mecanismo de preferencia al recibir su bolso tejido .....	94
Tabla 22 Modalidad de pago de preferencia.....	96
Tabla 23 Proyección general de la demanda estimada .....	98
Tabla 24 Análisis de la situación de la competencia .....	99
Tabla 25 Ventajas y desventajas canales actuales .....	101
Tabla 26 Publicidad de lanzamiento .....	109
Tabla 27 Publicidad de operación.....	109

Tabla 28 Capacidad total diseñada por línea de producto .....	113
Tabla 29 Capacidad instalada .....	114
Tabla 30 Capacidad utilizada.....	115
Tabla 31 Capacidad proyectada .....	116
Tabla 32 Ponderación de los factores de calificación cualitativa por puntos .....	120
Tabla 33 Total puntuación para determinación de la ubicación .....	120
Tabla 34 Ficha técnica del producto .....	121
Tabla 35 Simbología.....	128
Tabla 36 Mano de obra directa .....	134
Tabla 37 Mano de obra indirecta .....	134
Tabla 38 Muebles y enseres.....	135
Tabla 39 Equipo de oficina.....	137
Tabla 40 Herramientas proceso de producción.....	138
Tabla 41 Materia prima.....	138
Tabla 42 Materiales indirectos.....	139

Tabla 43 Análisis de proveedores .....	139
Tabla 44 Ficha técnica de proveedores .....	140
Tabla 45 Disponibilidad de insumos y materiales .....	141
Tabla 46 Precio por unidad de medida .....	142
Tabla 47 Forma de pago establecida por los proveedores .....	143
Tabla 48 Disponibilidad de realizar acuerdos comerciales.....	143
Tabla 49 Cantidad de madres.....	144
Tabla 50 Tiempo de experiencia en el tejido .....	145
Tabla 51 Origen del conocimiento.....	145
Tabla 52 Certificación de habilidades.....	146
Tabla 53 Entidad certificadora.....	147
Tabla 54 Certificación.....	147
Tabla 55 Característica del tejido .....	148
Tabla 56 Capacidad de tejidos con complejidad.....	148
Tabla 57 Preferencia a hacer parte de Artesanías de Colombia.....	149

Tabla 58 Certificación de calidad .....	149
Tabla 59 Contrato de cuentas en participación .....	150
Tabla 60 Distribución de zonas.....	152
Tabla 61 Perfil y funciones del gerente .....	170
Tabla 62 Perfil y funciones secretaria general .....	172
Tabla 63 Perfil y funciones del contador .....	173
Tabla 64 Perfil y funciones del Asesor tienda virtual y física .....	174
Tabla 65 Perfil y funciones jefe de producción .....	176
Tabla 66 Perfil y funciones de las Tejedoras .....	177
Tabla 67 Asignación salarial.....	178
Tabla 68 Prestaciones sociales.....	179
Tabla 69 Muebles y enseres .....	181
Tabla 70 Equipos de oficina .....	181
Tabla 71 Herramientas .....	182
Tabla 72 Total inversión fija.....	182

Tabla 73 Inversión diferida.....	183
Tabla 74 Materias primas.....	184
Tabla 75 Mano de obra directa, jefe de producción.....	185
Tabla 76 Mano de obra indirecta .....	186
Tabla 77 Materiales indirectos.....	187
Tabla 78 Insumos indirectos .....	187
Tabla 79 Servicios.....	188
Tabla 80 Depreciación de activos fijos.....	188
Tabla 81 Otros costos indirectos de fabricación.....	189
Tabla 82 Total C.I.F.....	189
Tabla 83 Total costos de producción .....	190
Tabla 84 Gastos de administración.....	191
Tabla 85 Nómina administrativa.....	192
Tabla 86 Gastos de personal por prestación de servicios .....	192
Tabla 87 Servicios públicos y arrendamiento.....	193

Tabla 88 Total gastos de administración y ventas .....	193
Tabla 89 Total capital de trabajo .....	194
Tabla 90 Inversión total .....	195
Tabla 91 Fuente de financiación .....	195
Tabla 92 Costos y gastos fijos .....	196
Tabla 93 Costos y gastos variables .....	197
Tabla 94 Total costos fijos y variables por producto .....	197
Tabla 95 Costos y gastos totales unitarios bolso mediano.....	198
Tabla 96 Costos y gastos totales unitarios bolso grande.....	198
Tabla 97 Proyección de ingresos .....	199
Tabla 98 Proyección de egresos.....	200
Tabla 99 Estado de resultados proyectado.....	201
Tabla 100 Flujo de caja proyectado .....	202
Tabla 101 Balance general proyectado .....	204
Tabla 102 Lineamientos GTC 180.....	206

Tabla 103 Matriz de evaluación de impactos .....	209
Tabla 104 Plan de mitigación .....	211
Tabla 105 Razones financieras .....	216
Tabla 106 Punto de equilibrio.....	219

**Lista de Figuras**

	<b>Pág.</b>
Figura 1 Municipio de Puente Nacional Santander .....	43
Figura 2 Municipio de Barbosa Santander.....	45
Figura 3 Municipio de San Gil Santander.....	47
Figura 4 Bucaramanga .....	49
Figura 5 Municipio de Tunja Boyacá .....	50
Figura 6 Bolso tejido.....	59
Figura 7 Sexo .....	69
Figura 8 Rango de edades .....	70
Figura 9 Uso del bolso como accesorio de vestir .....	71
Figura 10 bolso que usa .....	72
Figura 11 Finalidad compra bolso .....	74
Figura 12 Colores de preferencia de los bolsos .....	75
Figura 13 Cantidad promedio de bolsos comprados anualmente .....	76

Figura 14 Lugar de preferencia para la compra de bolsos .....	78
Figura 15 Medios de publicidad preferidos .....	79
Figura 16 Característica más importante a la hora de comprar un bolso.....	81
Figura 17 Medio de pago de su preferencia.....	82
Figura 18 Precio de compra bolsos en el mercado .....	83
Figura 19 Nivel de aceptación de la nueva empresa.....	85
Figura 20 Disposición de compra bolsos tejidos a crochet.....	86
Figura 21 Preferencia a personalizar los bolsos.....	87
Figura 22 Aspectos a tener en cuenta al personalizar los bolsos .....	89
Figura 23 Rango de precios de los bolsos tejidos a crochet .....	93
Figura 24 Mecanismo de preferencia al recibir su bolso tejido .....	95
Figura 25 Modalidad de pago de preferencia .....	96
Figura 26 Canales actuales de comercialización .....	100
Figura 27 Canal directo.....	102
Figura 28 Logotipo Arte Tejido MY .....	104

Figura 29 Diagrama flujo de producción .....	130
Figura 30 Distribución de la Planta .....	151
Figura 31 Organigrama Bolsos Tejidos MY.....	170
Figura 32 Ciclo PHVA.....	205
Figura 33 Punto de Equilibrio.....	220

**Lista de Apéndices**

Apéndice A. Cuestionario estudio de mercado.....	233
Apéndice B. Encuesta aplicación a proveedores .....	238
Apéndice C. Contrato de cuentas en participación .....	241
Apéndice D. Comprobante en cuentas de utilidades .....	245
Apéndice E. Acta de terminación de contrato en cuentas en participación .....	246

## Resumen

**Título:** Factibilidad para la creación de una empresa productora de bolsos personalizados tejidos a mano en el municipio de Puente Nacional\*

**Autor:** Andrea Catherine Castellanos Ortiz, Claudia Milena Ruiz Sanabria\*

**Palabras Clave:** Bolso tejido a mano, técnica de crochet, outfit, artesanías.

El presente proyecto tiene como finalidad identificar la factibilidad para posteriormente crear una empresa con sentido y responsabilidad social en el Municipio de Puente Nacional, dedicada a la producción de bolsos tejidos a mano mediante la técnica de crochet, buscando que el cliente pueda participar en el proceso de elaboración, generando así una buena experiencia, calidad del buen servicio y expectativas frente a los producto que “Arte Tejido MY” tiene para todos aquellos que incluyan en su outfit un bolso tejido.

En la formulación del presente proyecto se realizaron ciertos estudios que permitieron determinar su viabilidad; inicialmente el estudio de mercados, en el que se identificó el mercado objetivo de la empresa.

“Arte Tejido MY” tendrá presencia en los municipios de Barbosa, Puente Nacional, San Gil, Bucaramanga en el departamento de Santander y Tunja en el departamento de Boyacá; estará enfocada en hombres y mujeres desde los 15 años en adelante que pertenezcan a estratos 3 y 4, ya que presentan una alta capacidad de compra.

El proyecto incorpora generalidades de las artesanías junto con sus antecedentes, se profundizó en el mercado objetivo, en lo técnico del arte de crochet, en la mejor opción existente para constituir la empresa y de acuerdo a un análisis se determinaron los cargos que se requieren para la puesta en marcha y se colocó en términos monetarios todo lo planteado en el documento, realizando un estudio financiero, el cual arrojó resultados positivos, además de una evaluación que reúne lo financiero y el bienestar medio ambiental en el entorno.\*\*

---

\* Proyecto de grado

\*\* Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia Programa de Gestión Empresarial Director Guillermo León Castillo Estévez Especialista en Proyectos de Desarrollo

### Abstract

**Title:** Factibilidad para la creación de una empresa productora de bolsos personalizados tejidos a mano en el municipio de Puente Nacional\*

**Authors:** Andrea Catherine Castellanos Ortiz, Claudia Milena Ruiz Sanabria\*\*

**Key Words:** Hand knitted bag, crochet technique, outfit, crafts.

The purpose of this project is to identify the feasibility to subsequently create a company with meaning and social responsibility in the Municipality of Puente Nacional, dedicated to the production of hand-woven bags using the crochet technique, seeking that the client can participate in the process of elaboration, thus generating a good experience, quality of good service and expectations regarding the products that "Arte Tejido MY" has for all those who include a woven bag in their outfit.

In the formulation of this project, certain studies were carried out that made it possible to determine its viability; initially the market study, in which the company's target market was identified.

"Arte Tejido MY" will have a presence in the municipalities of Barbosa, Puente Nacional, San Gil, Bucaramanga in the department of Santander and Tunja in the department of Boyacá; It will be focused on men and women from the age of 15 on who belong to strata 3 and 4, since they have a high purchasing power.

The project incorporates generalities of handicrafts along with their antecedents, delved into the target market, in the technical area of crochet art, in the best existing option to establish the company and according to an analysis the positions required to the start-up and everything raised in the document was placed in monetary terms, conducting a financial study, which yielded positive results, as well as an evaluation that brings together financial and environmental well-being in the environment.

---

\* Bachelor Thesis

\*\*Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia Programa de Gestión Empresarial Director Guillermo León Castillo Estévez Especialista en Proyectos de Desarrollo

## **Introducción**

A continuación, se presenta un documento de trabajo de grado que reúne 5 etapas que se denominan estudios y que componen la factibilidad (mercado, técnico, administrativo, financiero y evaluación financiera); los cuales, se elaboraron mediante el levantamiento de información especialmente primaria y que fueron construidos con base en la estructura de la Guía de Trabajos de Grado – Factibilidad que pone a disposición la Universidad Industrial de Santander.

La empresa “Arte Tejido MY”, se enfocó en desarrollar una propuesta empresarial bajo un estudio de factibilidad con el propósito de salvaguardar los arraigos culturales y tradicionales del municipio de Puente Nacional y la provincia, esto se logrará con el apoyo y gestión ante Artesanías de Colombia y con el sello de calidad “Hecho a mano” que otorga la entidad, y de esta manera incentivar el arte ancestral de la región.

Gracias al desarrollo y resultados de las fases de estudio en las que se fundamenta el presente proyecto (mercados, técnico, administrativo, financiero y de evaluación) y sobre todo la voluntad de emprender en defensa de los saberes ancestrales; se logrará determinar si la empresa es conveniente y sostenible de acuerdo a los componentes de responsabilidad social, medioambiental y sustancialmente por la evaluación financiera.

Arte Tejido MY contará con compradores potenciales y será competitivo en el mercado, contará con artesanos con saberes ancestrales y experiencia con más de 5 años.

El proyecto incorpora generalidades de las artesanías junto con antecedentes, se profundizó en el mercado objetivo, en lo técnico del arte de crochet, en la mejor opción para constituir la empresa y los cargos que se querían y se colocó en términos monetarios todo lo planteado en el documento, además de una evaluación que reúne lo financiero y el bienestar medio ambiental en el entorno.

## **1. Generalidades**

### **1.1 Panorama del sector**

#### **1.1.1 Evolución y tendencias del sector en el mundo y en Colombia**

La actividad artesanal en el mundo cobra un valor significativo como generador de desarrollo cultural y enmarcado como patrimonio cultural inmaterial. La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual OMPI (2011), define el patrimonio cultural inmaterial como “Los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural”. Este patrimonio es transmitido de generación en generación, motivando al respeto por su riqueza cultural.

Uno de los ámbitos en los que se evidencia el patrimonio cultural inmaterial son las técnicas tradicionales.

La inclusión de las técnicas artesanales tradicionales dentro de los ámbitos que abarca el Patrimonio Inmaterial constituye un importante reconocimiento al rol desempeñado por la creación artesanal en la producción y reproducción de los medios de vida de los pueblos a través de toda la historia y de su función como elemento de articulación entre los valores materiales y espirituales de una colectividad (UNESCO, 2003, p. 5).

En esta actividad artesanal interviene el dominio de diferentes técnicas y habilidades, caracterizadas por el uso de algunos equipos y maquinaria en determinados oficios, pero siempre predominando la técnica manual, fundamental para la diferenciación de una producción seriada.

En la actualidad, el mercado se caracteriza por ser cada vez más especializado y globalizado lleva a que el artesano produzca con más eficiencia apostando a la innovación, a pesar de ello se lucha contra la indiferencia de la actividad artesanal por parte del sector político, así también la carencia de organismos de protección tanto al producto como al arte, e incluso la falta de valoración a la producción artesanal clasificada como producción accesoria sin impacto social. UNESCO (2003) afirma:

Este asunto tiene una importante expresión en el campo de la Protección Intelectual donde aparece el tema de si es posible proteger a las artesanías tal y como se protege la obra de arte mediante el Derecho de Autor y si el Derecho de Autor tiene entre sus bases la originalidad de la obra, cómo proteger entonces las creaciones que son patrimonio de grupos étnicos, de colectividades, que no son originales en el sentido en que este derecho lo exige, es decir como algo irrepetible.

La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), ha desarrollado múltiples actividades, misiones, cursos y jornadas técnicas para profundizar en el tema y divulgar los diversos medios jurídicos y extrajurídicos que pueden adoptarse en la protección de las artesanías, que por su doble funcionalidad estética y utilitaria pueden protegerse invocando el Derecho de Autor y la Propiedad Industrial, de forma alternativa o simultánea con la llamada protección

acumulativa o con otros medios capaces de reconocer aspectos no cubiertos por estos instrumentos (p.8).

Estas actividades artesanales deben ir de la mano de las tendencias que se desarrollan a nivel mundial, como son la cultura del reciclaje, principalmente en países desarrollados o en vía de desarrollo, destacándose el emprendimiento especialmente en la elaboración de artesanías a base de desechos en diferentes materiales, llegando a convertirse en grandes oportunidades de negocio, y contribuyendo al desarrollo social en el cuidado del medio ambiente, reusando residuos aprovechables.

De igual manera, la tendencia va hacia lo artesano, los productos elaborados a mano convirtiéndose en la característica principal de las principales firmas de lujo en el mundo, dando una vuelta a la autenticidad, donde el cliente quiere sentirse único.

Siempre ha sido el valor añadido del mundo del lujo, la artesanía. El trabajo bien hecho, a mano y con delicadeza es lo que ha distinguido a las grandes firmas de lujo en el mundo. Son elementos que marcan la diferencia y que hacen único a un producto o servicio y, por tanto, al cliente que lo adquiere... los consumidores quieren sentirse únicos, diferentes, en un mundo cada vez más globalizado e industrializado... hay una vuelta a las raíces, a lo artesanal, y esto también llega a los estantes de los supermercados, donde los grandes distribuidores también están incluyendo productos y alimentos artesanales. (Cinco Días, 2016).

Es así que la tendencia de bolso primavera Verano 2021 son los bolsos tejidos ya sea de crochet o de red, propuestos el año inmediatamente anterior, en tamaños L y XL. (Mariestilos.com, 2021) afirma:

Tendencias Bolsos Primavera Verano 2021 (Moda Verano) Los 9 bolsos de moda más populares para la temporada primavera verano, carteras que son tendencia y que te ayudarán a complementar tus outfit toda la temporada. Bolsas de tejido / crochet/ RED, Bolsas de gran tamaño, Totes de compras, Bolsas de cadena, Bolsas de paja, Bolsos Fruncidos o Plegados, Mini bolsos, Bolsos Geométricos, Hobo Bags (Bolsos De Vagabundo).

Así mismo, Colombia no fue ajeno al desarrollo artesanal, los oficios medievales desempeñados por artesanos llegaron con la influencia española en el proceso de colonización, sin embargo, en Colombia ya se desarrollaban algunas actividades artesanales en algunas regiones del país, y es bien conocido el grado de perfección de sus productos. Gaviria (2002) afirma:

Si bien es cierto que los oficios medievales desempeñados por los artesanos vinieron con los conquistadores españoles, ello no significa que no hubieran existido con anterioridad actividades artesanales en el Nuevo Reino de Granada. Es bien conocido el grado de perfección a que llegaron las manufacturas artesanales de los guanes en Santander y de los muiscas de la altiplanicie cundiboyacense (p. 47).

Una vez se fueron desarrollando los oficios artesanales también se establecieron formas de organización gremial. La historia de estas primeras organizaciones gremiales varía dependiendo de los autores, sin embargo, lo más acertado se debe a dos factores: la necesidad del artesano a proteger sus oficios y al interés de las autoridades por defender a los consumidores. Así mismo Gaviria (2002) afirman que:

No obstante, lo más acertado es sostener que los gremios deben su aparición a la influencia de dos factores: la tendencia de los artesanos a asociarse para proteger sus artes y oficios, y el interés de las autoridades municipales por defender a los consumidores. Basta anotar que los “vigilantes municipales”, creados para ejercer el control sobre la calidad de los artículos producidos por los artesanos, tenían el derecho de entrar en los talleres a cualquier hora del día o de la noche con el fin de inspeccionar su trabajo, y aquel que hubiera cometido fraude o falsificado algún producto era objeto de severas sanciones (p. 52).

Hoy en día los oficios artesanales se definen como un conjunto operativo de saber y del hacer productivo que conforman un sistema generalizado de trabajos en el que se hace uso de habilidades y destrezas para la elaboración de objetos o productos de forma manual, con identidad cultural comunitaria. Estos trabajos artesanales se pueden clasificar, entre otros, por el tipo de materia prima en que se elaboran.

Después de procesar los datos del Sistema de Información Estadístico de la Actividad Artesanal, se codificaron las respuestas de los encuestados y, con el propósito de operacionalizar las categorías, se organizaron según la materia prima en que se elaboran agrupándolas así: Trabajos en fibras blandas y duras (tejeduría, cestería, sombrerería, costura, hilandería entre otros); Trabajos en metales preciosos y no preciosos (joyería, filigrana o joyería tradicional, metalistería, orfebrería, y platería); Trabajos en madera (carpintería, ebanistería, o la luthería); Trabajos decorativos, Trabajos con gredas y arcillas (cerámica y alfarería); Trabajos en Cuero (marroquinería, talabartería o costura del cuero); Trabajos de productos lúdicos (muñequería en trapo y en amero de maíz) (Márquez y Serrano, 2017, p. 51).

Además, el sector artesanal en Colombia es considerado subsector de las manufacturas y ha recibido apoyos e incentivos de los organismos encargados para el fortalecimiento de sus unidades productivas, buscando el perfeccionamiento en cada área del proceso de producción y comercial en los últimos años, avanzando hacia la internacionalización y asumiendo el reto de una mayor productividad reinventando su arte de la mano de la innovación en pro de incrementar sus ventas llegando a nuevos mercados. “Artesanos colombianos siguen más vigentes que nunca y ahora reinventan su actividad de la mano de la innovación para conquistar nuevos mercados. Sin embargo, el país aún tiene el desafío de lograr una mayor profesionalización e integración empresarial para consolidar esa actividad” (Semana, 2015).

Dentro de estos apoyos e incentivos es de recalcar el papel fundamental de Artesanías de Colombia S.A, entidad encargada del fortalecimiento del sector artesanal colombiano; y cuyos objetivos se centran en: procesos de fortalecimiento a la comercialización de artesanías, el fortalecimiento de saber ancestral del artesano y potenciar sus capacidades técnicas y productivas, busca valorar el patrimonio cultural artesanal, contribuye al mejoramiento de la calidad de vida de los artesanos a través de oportunidades comerciales, entre otros.

Es así, que se certifica al artesano con el sello “hecho a mano”, distintivo de calidad que garantiza que el producto es 100% elaborado a mano, enmarcados dentro de la calidad y tradición, y que contribuye a la gestión, desarrollo y competitividad, abriendo puertas no solo para mercados nacionales sino mundiales.

Algunos países optan por la marca de hecho a mano como es el caso Artesanías de Colombia S. A. que introduce sello de calidad Hecho a Mano como una certificación de carácter permanente, otorgada a productos artesanales elaborados a mano, con base en parámetros de calidad y tradición que permite diferenciarlos de los productos elaborados industrialmente y reconocer su valor como expresión de identidad y cultura (UNESCO, 2003, p. 14).

De hecho, en la actualidad este sector le apuesta a la innovación y al diseño para mayores ventas y una mejor proyección internacional. Es así, que desde hace 9 años se realiza el encuentro de artesanos, Expo artesano, que incentiva la innovación y la elaboración de nuevos productos

Gracias a estas apuestas de innovación y diseño, seis artesanías del país fueron elegidas para ser parte del catálogo de The Cityzenry, empresa online experta en ese tema para el hogar. Esta es una plataforma especializada en decoración de lujo más importante de EE.UU. Con una inversión inicial de más de \$200 millones, 178 artesanos colombianos serán beneficiados directamente. Canastos cuatro tetas, elaborados en Guapi, tapetes de Curití (Santander) y canastos Maku, de Mitú (Vaupés), conforman la lista de artesanías seleccionadas (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo [Mincomercio], 2020).

Por su parte, algunas características predominantes en el sector artesanal colombiano son, unidades productivas conformadas en su gran mayoría por un solo artesano, mostrando una asociatividad muy baja. Márquez y Serrano (2017) manifiestan:

El 73.1% de los artesanos no pertenece a ninguna asociación u organización. El 26.8% de los artesanos hace parte de una asociación u organización. Los mayores niveles de asociatividad se presentan en Córdoba (53%) y en Caquetá (40.3%). Aunque se esperaría que los departamentos en donde la mayor parte de los artesanos son indígenas fueran departamentos con altos niveles de asociatividad, los datos contradicen esta idea: en La Guajira solo el 16.7% de los artesanos se encuentran asociados, en Chocó el 16.4% y en Putumayo el 24.1% (p.69).

Igualmente, dentro de las características sociodemográficas del sector artesanal colombiano, la gran mayoría de unidades productivas están conformadas por mujeres y generalmente asociado con el trabajo doméstico e informal.

El 70.5% de las personas encuestadas está conformado por mujeres y el 29.5% por hombres. La actividad artesanal tradicional, entendida en términos económicos, responde a dinámicas de división sexual del trabajo simple, en donde las mujeres suelen ser asociadas con el espacio doméstico y con la ejecución de actividades auxiliares que generalmente se desarrollan de manera informal. El que el mayor número de artesanas sean mujeres es un dato relevante que se puede tomar desde varios focos. De un lado, las mujeres se encuentran en una situación de desventaja histórica frente a los hombres en tanto acceso a derechos y oportunidades en los distintos campos de la vida social, en lo político, lo económico, lo laboral y lo educativo. De otro, el rol de la mujer varía según la cultura en que se encuentre inscrita y en la práctica artesanal puede tener distintos significados (Márquez y Serrano, 2017, p.10).

Dentro de este orden de ideas, teniendo en cuenta el sector ocupacional de tejeduría al que está dirigido este proyecto de creación de empresa y según su clasificación por materia prima usada, se encuentra dentro de los trabajos de fibras blandas y duras. En este sector se identifican los siguientes oficios artesanales: trabajos en bambú, Textilería, tejido crochet, tejido tricot, macramé, tejido bolillo, tejidos en fique, tejidos en seda natural, bordado, bordado con caracol, costura, cestería, sombrerería, mimbrería.

Según los datos presentados por Artesanías de Colombia en el resultado del levantamiento de información realizado entre 2014 y 2016 en el país, más de la mitad de personas encuestadas manifestó practicar sus oficios elaborados en fibras blandas y duras. Márquez y Serrano (2017) afirman “El 54.2% de los encuestados dijo practicar principalmente un oficio elaborado con fibras blandas y duras, esto es, tejeduría, cestería, sombrerería, costura, hilandería, entre otros. El oficio mencionado con mayor frecuencia en esta agrupación es el de tejeduría, que varía en técnicas y materiales dependiendo de la región o la cultura en que se practique” (p.51).

Así mismo el departamento donde más se concentran artesanos dedicados a este oficio es la Guajira, reconocido por las artesanías de la cultura Wayuu para quienes tejer se convierte en una herencia ancestral. “Va más allá de maniobrar con las manos; significa transmitir su inteligencia, sabiduría y todo lo que sienten. El rango de importancia que tiene el tejido dentro de la cultura Wayuú, al momento de plasmar en cada objeto de su uso cotidiano el arte de tejer, hace que esta tradición mantenga su continuidad en los jóvenes y las nuevas generaciones dentro de la cultura” (WordPress.com, 2012). Luego se tienen los departamentos de Nariño, Cauca,

Santander, Boyacá entre otros. Márquez y Serrano (2017), afirman “Los departamentos en donde reside la mayor cantidad de artesanos dedicados a los trabajos en fibras blandas y duras son La Guajira (96.8%), Nariño (79%), Cauca (78%), Santander (68.4%), Boyacá (64.3%), Córdoba (63.4%) y Bolívar (59%)” (p. 51).

Así mismo, las tendencias hacia donde apunta la economía colombiana es la compra de sus productos a través de plataformas digitales cada vez más rápido y más seguro de acuerdo a la Encuesta General de Medios (EGM).

El internet tiene una penetración en el consumidor cercana al 87%, y apenas el 8% de los colombianos no cuenta con acceso. Lo anterior muestra la gran oportunidad que existe para las marcas en el mundo digital, que aprovechan las diversas plataformas para potenciarse, ofreciéndole a los consumidores la practicidad necesaria para que su compra sea cada vez más simple, el comercio electrónico puede apalancar en gran medida el posicionamiento de los negocios (Portafolio, 2020).

Es por ello, que Artesanías de Colombia, entidad vinculada al Ministerio de Comercio, Industria, Turismo “a través de la nueva tienda virtual ofrece 1.100 productos del sector, elaborados por 184 artesanos y que representan a 17 oficios tradicionales del país y que, además, estará abierta por tiempo indefinido” (párr. 2).

Es por ello que el cliente prefiere productos que los identifique plenamente y es un reto para las organizaciones con una larga trayectoria ofrecer más que un producto una experiencia diferencial en el proceso de adquisición de bien.

El nuevo consumidor está en la búsqueda de productos y servicios con los que se identifique plenamente, por ello evocar sensaciones agradables y familiares para el comprador o usuario genera una conexión emocional con la marca, lo que puede ser de gran provecho para las empresas (Portafolio, 2020).

Según un estudio realizado por Mediacom, el consumidor de ahora quiere comprar productos que les permita identificarse. “el 50% de los compradores suele realizar comparaciones antes de tomar la decisión de compra, personalizar la oferta es una apuesta sumamente efectiva para generar un diferencial en las marcas y poder posicionarse” (Portafolio, 2020).

### ***1.1.2 Evolución y tendencias del sector en Santander***

El departamento de Santander es el cuarto departamento que más aporta al PIB, superado por Bogotá, Antioquia y Valle del Cauca. Dentro de las actividades económicas que se destacaron están: las manufacturas, comercio, transporte y alojamiento. Según el ministerio de comercio en su informe Perfiles económicos departamentales 2020 afirma:

Santander tiene un PIB de 2,2 %. Desde el 2005, esta cifra ha tenido un crecimiento promedio anual del 3,9 % sobre la tasa. De hecho, el departamento tiene una participación en el PIB nacional del 6,5 %, porcentaje que lo ubica como la cuarta economía más importante para el país, por debajo de Bogotá, con 25,9 %; Antioquia, con 14,7 %, y Valle, con 9,8 % (p.11).

Continuando con lo anterior, el sector económico que más se destacó en el departamento en 2019 fue las manufacturas con un 18,2, seguido de derechos e impuestos y comercio hoteles y reparación. Del sector de las manufacturas hacen parte las artesanías donde se desarrollan varios oficios desempeñados por los habitantes de algunos municipios santandereanos. Es así que en el 2017 se identificaron 853 artesanos y están presentes en 34 municipios, evidenciándose un mayor porcentaje en Curití y San Gil, en el resto de municipios se evidenció un promedio entre 15 a 40 artesanos que se dedican a la producción de artesanías en diferentes materiales.

En el departamento de Santander hasta noviembre 31 del presente año, se identificaron 853 artesanos en el departamento en 34 municipios: Aratoca, Barichara, Barrancabermeja, Betulia, Bucaramanga, Cepita, Cerrito, Charalá, Confines, Coromoro, Curití, Floridablanca, Girón, Guadalupe, Málaga, Mogotes, Ocamonte, Oiba, Onzaga, Palmar, Palmas del Socorro, Páramo, Piedecuesta, Pinchote, San Gil, San Joaquín, Santa Bárbara, Simacota, Socorro, Suaita, Tona, Valle de San José, Villanueva y Zapatoca. Como se puede observar un importante porcentaje de artesanos identificados se concentra en Curití 154 que representa el 18,1% y San Gil 144 que corresponde al 16,9% de la población encuestada. En los demás municipios se ha identificado un promedio de 15 a 40 artesanos que realizan distintas actividades artesanales”. La base de sus economías históricamente ha sido artesanías de materiales como madera, fique, cobre, arcilla, yeso, cerámica, cestería, tallas, tejeduría, esculturas, agricultura, trabajos en cabuyas, trabajos en cuero (Salazar, 2017, p.3-5).

Dentro de las características sociodemográficas identificadas por Artesanías de Colombia en Santander, se destaca que la son más las mujeres encuestadas en comparación con los hombres. “Una de las características más importantes de la población artesanal en Santander es que más de la mitad de quienes fueron identificados (67%) son mujeres y (33%) hombres” (Salazar, 2017, p.8). Los porcentajes de edades más altos en esta población santandereana se encuentran por encima de los 41 años, siendo el rango de 61 años en adelante el que más sobresale, evidenciándose una necesidad de involucrar a más personas jóvenes en estos oficios, para continuar conservando estas tradiciones que en su gran mayoría han sido transmitidas de generación en generación.

Del 67% de las artesanas, un importante porcentaje (45,33%) se ubica en los rangos de edad de mayores de 41 años. Entre estos rangos sobresalen las mujeres adultas mayores (con más de 61 años) que representan el 11,18% de la totalidad de la población artesanal identificada en el departamento. Este grupo de mujeres artesanas es quien adelanta la mayor parte de la actividad artesanal en sus tiempos libres, en algunos casos, esta actividad contribuye a los ingresos del hogar, sobre todo en los casos en donde las artesanas se identifican como miembros de algún grupo de población vulnerable, o asumen la jefatura del hogar (Salazar, 2017, p. 9).

De igual manera, otra característica predominante es que la mayoría de artesanos se ubican en sectores urbanos, así mismo el nivel de educación predominante es la primaria y media o secundaria, en cuanto a educación superior se identifican barreras importantes que impiden acceder ya sea a carreras técnicas, tecnológicas o profesionales.

Como también son predominantes los bajos ingresos que reciben los artesanos por sus productos, la gran mayoría reciben menos de 1 SMMLV, ubicando a los hogares en la línea de pobreza. Salazar (2017) afirma:

El 65,65% de los hogares tienen ingresos menores a un SMMLV, es decir menores a \$737.717; el 24,6% de los hogares tienen ingresos que oscilan entre 1 y 2 salarios mínimos (\$737.717 y \$1.475.434). Sólo el (9,74%) del total de artesanos tiene ingresos mayores a estos rangos. Estas cifras concluyen que el ingreso promedio mensual de los hogares de los artesanos es muy bajo lo cual, situaría la mayoría de los hogares en la línea de pobreza (p. 32).

Estos bajos ingresos se deben a que su proceso de comercialización está destinado en su gran mayoría para comercio local o cercano, como consecuencia ya sea al mal estado en las vías de acceso, a los costos de desplazamiento a grandes ciudades, falta de apoyos de las entidades encargadas para dar a conocer sus productos, el desconocimiento del artesano en la manera de incursionar en nuevos mercados entre otros, siendo la principal barrera de intercambio comercial llevando a una producción mínima y sus ventas a precios por debajo de sus costos de producción.

Los destinos de venta a donde dirigen los productos artesanales en Santander son principalmente el mercado de la localidad o municipio (88,08%). Menos de la mitad de los artesanos (41,32%) lleva sus productos a otros municipios del departamento, por lo general cercanos al municipio de residencia. El (14,17%) los lleva a otros departamentos aledaños, sólo el (11,45%) lleva sus productos a la capital del país y el (8,85%) a la

capital del departamento. El bajo intercambio comercial de productos artesanales entre departamentos y/o capitales se explica por las distancias de los municipios y en algunos casos, el mal estado de las vías que impide que el transporte sea más fácil para que los artesanos puedan movilizarse de un lugar al otro (Salazar, 2017, p. 35).

Ahora bien, la tasa de desempleo en el departamento aumento en 2019. Según el boletín técnico del DANE (2019) afirma que:

Santander presentó una tasa global de participación de 67,3%, disminuyendo 1,6 p.p. frente a 2018 (68,9%). La tasa de ocupación se situó en 60,9%, reportando una caída de 2,7 p.p. respecto al 63,6% del año anterior y la tasa de desempleo fue 9,6%, con un aumento de 1,9 p.p. en comparación con 2018 (7,7%) (p.19).

De acuerdo con oficios desarrollados por los artesanos se destaca principalmente los productos tejidos seguido de la carpintería, los bordados, bisutería, talla, trabajos decorativos, tejido plano, marroquinería, cerámica, muñequería, cestería, pintura, ebanistería, mimbrería, aplicaciones en tela entre otros.

Los artesanos identificados en el departamento se ocupan en distintos oficios artesanales siendo los tejidos el principal (60,16%). La principal actividad artesanal desarrollada es la tejeduría a través de distintos materiales naturales (lana, fique, entre otros) o sintéticos (hilos) y distintas técnicas como tejido en crochet, tejido en dos agujas, tricot, entre otras. Los municipios que se destacan en la tejeduría son: 100% de los identificados en Aratoca, 71,43% en Betulia; 100% Cepita; 83,33% Cerrito; Charalá 70%; 100% Coromoro;

75,97% Curití; 84,62% Mogotes; 85,71% Ocamonte; 100% Onzaga, 100% Palmar; 76,47% Pinchote; 89,29% San Joaquín; 100% Suaita; 94,12% Valle de San José; 71,43% Villanueva (Salazar, 2017, p. 24).

De hecho, el 60,16% de artesanos, que equivale a 564 del total de encuestados, cuyo oficio está enfocado principalmente en la tejeduría, aproximadamente 400 son mujeres evidenciándose una división sexual del trabajo, siendo por lo general el oficio femenino el menor remunerado en comparación con el masculino.

A pesar de los informes, es de aclarar que la información con la que se cuenta en la web de Artesanías de Colombia, no se tiene un registro de levantamiento de datos de población artesanal en la provincia de Vélez. Salazar (2017) afirma “en los 19 municipios que conforman la provincia aún no se ha iniciado el levantamiento de línea base de la población artesanal, por lo tanto, se recomienda en una próxima ocasión, focalizar la caracterización en esta zona donde hay una importante actividad artesanal” (p. 7).

Esta provincia veleña tiene una riqueza turística que se convierte en una gran oportunidad para dar a conocer las artesanías tejidas elaboradas a mano, mostrando la cultura de la región. Adicional no se tiene información de alguna empresa legalmente constituida dedicada a la fabricación de bolsos tejidos mediante la técnica de croché en estilos personalizados, esta información se tomó con base en los resultados de la búsqueda en la Cámara de Comercio de Bucaramanga- COMPITE 360, 2020.

Es así que se encuentran mujeres dedicadas a la elaboración de bolsos tejidos de manera informal, esto lleva a que se trabaje bajo el denominado encargo a la población de los municipios que se interesen por su compra, siendo vendidos a precios muy por debajo de los que realmente son y en cantidades de producción mínimas. Siendo evidente la falta de canales de comercialización de sus productos para lograr ser competitivas en el mercado.

Pero este proceso de comercialización se hace eficiente cuando los tejidos de bolsos logran sellos que garanticen su calidad y autenticidad, facilitando la apertura de nuevos mercados y la diferenciación con otros productos que cuentan con características similares.

## **1.2 Contexto geográfico**

La producción de bolsos tejidos a crochet en estilos personalizados se desarrollará en Puente Nacional Santander y para su venta se seleccionan los municipios de Barbosa, San Gil, Bucaramanga y Tunja.

**Municipio de Puente Nacional Santander.** El municipio de Puente Nacional se halla ubicado al Sur del Departamento de Santander. La Cabecera dista a 219 Km, de la Capital Bucaramanga y 157 Km de Bogotá. Pertenece a la Provincia de Vélez cuya capital es el Municipio de Vélez. La cabecera municipal está situada a 1625 metros sobre el nivel del mar, tiene una Temperatura media de 19 Grados Centígrados, Hidrográficamente el municipio se localiza sobre la Cuenca del Rio Suarez (Wikipedia, párr. 31).

**Figura 1***Municipio de Puente Nacional Santander*

Nota: Tomado de *Geovisor de Consulta de Codificación de la Divipola, DANE Geoportal, Departamento de Santander, Puente Nacional.*

Este municipio Santandereano limita geográficamente así: al norte con los municipios de Guavatá y Barbosa, al oriente Moniquirá y Santa Sofía Boyacá, al sur el municipio de Saboya Boyacá y al occidente con los municipios de Albania y Jesús María. Tiene una temperatura media comprendida entre los 10 y 22 grados centígrados, sus precipitaciones medias multianual es de 2000 mm, con una humedad relativa que varía entre el 73 y 90%, caracterizándolo como húmedo y muy húmedo.

Por su parte la distribución de la población según el DANE en el Censo Nacional de Población y Vivienda (2018) informa “las personas efectivas censadas en el municipio de Puente Nacional Santander fue de 12.586.

Otro aspecto importante en este municipio es su parte cultural, Puente se denomina como la cuna de la Guabina Santandereana en honor a la obra del Maestro Lelio Olarte, oriundo de este municipio, su gentilicio es Puentano(a). En sus actividades culturales desarrollan actualmente en Puente Nacional, son la tradición de algunas familias que aún mantienen ese espíritu folclórico como herencia de sus antepasados, como son los festivales del requinto y el torbellino, La primera Victoria Comunera 8 mayo, clases esporádicas de pintura y otras artes. Los habitantes de su área urbana consideran como patrimonios culturales las instituciones educativas: La Normal Antonia Santos, El Instituto Técnico, Colegio Aurelio Martínez Mutis, El parque Lelio Olarte, la Casa de la Cultura, casa de Lelio Olarte, los vestigios del Puente Real de Vélez y su templo católico Santa Bárbara entre otros.

Este municipio se considera cuna del turismo en el departamento de Santander, dentro sus sitios turísticos se encuentra, el parador fotográfico, la Unión, río Suarez con el río Cuchinero, Templo Basílica Nuestra Señora Santa Bárbara, Obelisco Alto del Mazamorra, Balneario Natural Pozo la Cantana, Pozo Golondrina, parque Lelio Olarte, Cueva de la Culebrilla, Cueva la vieja, Mirador Cerro del Limaton a 3200 m.a.s.n.m, cascada Quebrada Grande, Balneario Natural Puente Blanco, Las Lajas, Cascada la Chorrera, Mirador Cresta de Gallo 3100 m.a.s.n.m, Balneario Pozo los Enamorados, Cascada Balcones de la Colorada, entre otros. Por esta razón el municipio es muy visitado por turistas enamorados de estas maravillas de la naturaleza.

La vocación de la región es agropecuaria donde se destacan diferentes cultivos. Este municipio impulsa el comercio de productos agrícolas en el epicentro subregional.

**Municipio de Barbosa Santander.** También denominado “Puerta de Oro de Santander” está localizada al extremo sur del departamento de Santander, hace parte de los municipios que conforman la provincia de Vélez, dista de Bucaramanga unos 214 km y de la capital del país 190 km. Tiene una extensión de 46,43 km<sup>2</sup>, su altitud es de 1610 m sobre el nivel mar, su temperatura promedio de 21 grados centígrados.

## Figura 2

### *Municipio de Barbosa Santander*



Nota: Tomado de *Geovisor de Consulta de Codificación de la Divipola, DANE Geoportal, Departamento de Santander, Barbosa.*

La población del municipio, según el DANE en el Censo Nacional de Población y Vivienda- CNPV, es de 28.769. Su economía se basa en la producción agrícola principalmente de habichuela, tomate, caña de azúcar y el café, guayaba, ganadería, la actividad económica predominante es producción de bocadillos y confites y el comercio.

En su parte cultural se desarrollan actividades que han permitido el desarrollo del municipio en sectores como: Transporte, hotelero, restaurantes, víveres y abarrotes. Dentro de estas actividades se destacan el festival Facundo Moraita, Festival Nacional del Rio Suarez evento que reúne cerca de 30.000 turistas, Festival de Retorno a Casa, Festival Nacional de Bandas Marciales, Ferias y Fiestas Tradicionales entre otros. También cuenta con un inventario de sitios turísticos que le permiten al turista escoger los lugares de visita de su preferencia.

El municipio tiene un perfil productivo enfocado hacia la agroindustria de la guayaba-bocadillo y la caña de azúcar, industria tradicional de la Hoya del Rio Suarez y estructurado como cadena productiva en la provincia de Vélez y Ricaurte. También se desarrollan actividades turísticas, servicios financieros, transporte de pasajeros y comercio al por menor.

**Municipio de San Gil.** Se ubica a 96 km de la capital santandereana y a 327 de Bogotá, hace parte de los municipios que conforman la provincia de Guanenta, tiene una extensión de 147,63 km<sup>2</sup>, su altura es de 1.114 m. s. n. m, su temperatura promedio es de 24° C.

### Figura 3

*Municipio de San Gil Santander*



Nota: Tomado de *Geovisor de Consulta de Codificación de la DiviX/pola, DANE Geoportal, Departamento de Santander, San Gil.*

La población del municipio es de 54.687 habitantes según el censo del DANE 2018, de los cuales 45.937 se ubican en la zona urbana y 8.749 en zona rural. Plan de Desarrollo (2020-2023) describe que “Es denominada capital turística del departamento, así mismo es reconocida

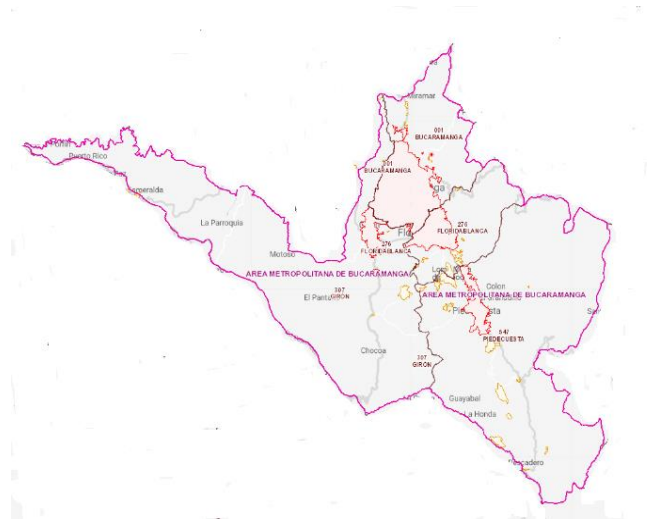
como cuna del cooperativismo colombiano, por las cooperativas de ahorro y crédito, cooperativas de trabajo asociado, cooperativas de transporte y cooperativas agropecuarias, de igual maneras las asociaciones y corporaciones” (p. 34).

Su actividad económica está orientada a las actividades comerciales y turísticas, agropecuarias e industriales

Se afirma que el comercio sobresale en virtud de su posición estratégica como nodo interregional, departamental nacional, debido a la influencia vial; asimismo se considera que el crecimiento significativo de su sector comercial y sus alrededores se puede explicar, en buena medida, por los incentivos para migrar o establecer núcleo familiar en la región (Visión Prospectiva de Santander 2019-2030, 2011).

La vocación del municipio es servicios turísticos, comercialización de productos, actividades agropecuarias e industriales. En el sector primario sobresale la agricultura y la avicultura; en el secundario principalmente panaderías, carpintería, ebanistería alimentos, artesanías, calzado; en el terciario comunicaciones, transporte, servicios generales, turismo, construcción y confecciones.

**Bucaramanga.** Es la capital de Santander, denominada la “ciudad de los parques”, está ubicada al nororiente del país, se encuentra a 384 km de Bogotá. Su área es de 162 km<sup>2</sup>, la ciudad se encuentra en varios pisos térmicos que están en cálido, medio y frío. Tiene una temperatura promedio de 23° C y una máxima de 30° C.

**Figura 4***Bucaramanga*

Nota: Tomado de *Geovisor de Consulta de Codificación de la Divipola, DANE Geoportal,*

*Departamento de Santander, Bucaramanga.*

La población según el DANE (2018), es de 528.855, ubicados en 239 barrios. En su actividad económica se destaca la agroindustria, seguida de la metalmecánica y la producción de calzado, así mismo los servicios en diferentes áreas como educación, salud, hotelería y el sector agropecuario. La ciudad tiene diversas actividades de turismo como lo es el turismo de aventura, turismo ecológico, construcciones coloniales, entre otros.

**Tunja.** El municipio de Tunja es capital del departamento de Boyacá, está situado sobre la cordillera oriental de los Andes, es la capital más alta del país. Su extensión territorial es de 121, 4 km<sup>2</sup>, tiene un clima templado y frio, su temperatura es de 12° C.

### Figura 5

*Municipio de Tunja, Boyacá*



Nota: Tomado de *Geovisor de Consulta de Codificación de la Divipola, DANE Geoportal, Departamento de Boyacá, Tunja.*

Cuenta con una población de 167.991, de los cuales el 95% está en la zona urbana. En la actualidad el municipio cuenta con 246 barrios y 10 veredas en el sector rural.

La economía de Tunja se basa en la agricultura principalmente en cadenas productivas de papa, cacao, hortalizas, frutas agroindustriales, frutas exóticas, café, caña y panela. Así mismo es

fundamental la producción de bienes y servicios y en menor medida la producción industrial y manufacturera.

### **1.3 Aspectos legales**

Colombia es un estado social de derecho que gira entorno a unas competencias normativas para el buen funcionamiento de las entidades territoriales, por lo anterior se debe tener muy presente la normatividad legal colombiana en la creación y puesta en marcha de la empresa productora de bolsos personalizados tejidos a mano, las cuales se nombran a continuación:

#### **Constitución Política de Colombia. Artículo 333**

La empresa como base del desarrollo tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial. El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional (Constitución de Colombia, 1991).

#### **Ley 1258 de 2008**

Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificadas. Esta ley contiene VII capítulos donde se establece una regulación flexible que permite a los asociados estipular condiciones bajo las cuales se regirán sus condiciones.

**Ley 36 de 1984**

Por la cual se reglamenta la profesión de artesano y registro ante Artesanías de Colombia S.A.

**Ley 1014 de 2006**

De fomento a la cultura del emprendimiento: Consta de 3 capítulos: disposiciones generales, marco constitucional y fomento de la cultura del emprendimiento.

**Ley 36 de 1984**

Por la cual se reglamenta la profesión de artesano ante Artesanías de Colombia S.A. y se dictan otras disposiciones.

**Ley 905 de 2004**

Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo del micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones.

**Ley 789 de 2002**

Por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del CÓDIGO SUSTANTIVO DEL TRABAJO.

**Ley 550 de 1999**

Establece un régimen que promueva y facilite la reactivación empresarial, la reestructuración de los entes territoriales para asegurar la función social de las empresas, lograr el desarrollo armónico de las regiones y se dictan disposiciones para armonizar el régimen legal vigente con las normas de esta ley.

**Ley 344 de 1996**

Normas correspondientes a la creación de empresas. En el artículo 16 trata sobre el acceso a los recursos para proyectos de incubadoras asociadas al Sena.

**Ley 2069 de 2020 (Emprendimiento)**

Tiene como fin establecer un marco regulatorio que propicie el emprendimiento y el crecimiento en las empresas para generar bienestar social y equidad.

**Ley 397 de 1997 (Ley general de cultura)**

Esta ley estableció el rol del gobierno frente a la cultura, partiendo de la función social del patrimonio, reconocimiento y aprovechamiento de la misma.

Actualmente se encuentra el Proyecto de Ley 175 de 2017 del Senado de la República, por el cual se dictan normas de protección a la actividad artesanal sostenible y su promoción en Colombia.

**Decreto 1074 de 2015**

Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo.

**Decreto 258 de 1987**

Por el cual se dispone a organizar el registro de artesanos y de organizaciones gremiales de artesanos y se dictan otras disposiciones.

**Decreto 410 de 1972**

Por el cual se expide el Código de Comercio: Contiene las normas criterios y principios del derecho mercantil. Regula todos los actos de comercio en el país.

**Decreto 2291 de 2013**

Decreto por el cual se establece a la entidad Artesanías de Colombia S.A y a su vez las funciones a cargo.

**Decreto 934 de 2003**

Por el cual se reglamenta el funcionamiento del Fondo Emprender FE. El artículo 40 de la ley 789 de 2002 creó el Fondo Emprender FE como una cuenta independiente y especial adscrita al Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, el cual será administrado por esa entidad y cuyo objeto exclusivo será financiar iniciativas empresariales en los términos allí dispuestos.

**Decreto 624 de 1989**

Por el cual se expide el Estatuto Tributario de los impuestos administrados por la Dirección General de Impuesto Nacionales.

**Entidades de apoyo**

**Artesanías de Colombia.** Misión: Liderar y contribuir al mejoramiento integral de la actividad artesanal mediante el rescate y la preservación de los oficios y la tradición, promoviendo la competitividad apoyando la investigación, el desarrollo de productos, la transferencia de metodologías, el mercadeo y la comercialización; todo en un contexto de descentralización y desarrollo de capacidades locales y regionales, de manera que asegure la sostenibilidad de la actividad artesanal y el bienestar de los artesanos (Artesanías de Colombia,2021).

**SENA:** Misión: El Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA, está encargado de cumplir la función que corresponde al Estado de invertir en el desarrollo social y técnico de los trabajadores colombianos; ofreciendo y ejecutando la formación profesional integral, para la incorporación y el desarrollo de las personas en actividades productivas que contribuyan al desarrollo social, económico y tecnológico del país (SENA, 1994).

**Cámara de Comercio de Bucaramanga.** En la Cámara de Comercio de Bucaramanga queremos contribuir al desarrollo del tejido empresarial y la generación de riqueza en Santander, por lo cual nos comprometemos a prestar de manera eficiente servicios empresariales y

delegados por el estado, a gestionar programas y proyectos garantizando el cumplimiento de requisitos, la satisfacción de nuestros clientes y el mejoramiento continuo del sistema de gestión de calidad (Cámara de Comercio de Bucaramanga, 2003).

**Universidad Industrial de Santander (UIS).** La Universidad Industrial de Santander es una institución pública que forma ciudadanos como profesionales integrales, éticos, con sentido político e innovadores; apropia, utiliza, crea, transfiere y divulga el conocimiento por medio de la investigación, la innovación científica, tecnológica y social, la creación artística y la promoción de la cultura; construye procesos colaborativos y de confianza social para la anticipación de oportunidades, el reconocimiento de retos y la construcción de soluciones a necesidades propias y del entorno. Este obrar institucional, dinamizado con redes diversas y abiertas de conocimiento y aprendizaje, busca el fortalecimiento de una sociedad democrática, participativa, deliberativa y pluralista, con justicia y equidad social, comprometida con la preservación del medio ambiente y el buen vivir (UIS, 2021).

## **2. Estudio de mercados**

### **2.1 Objetivos**

#### ***2.1.1 Objetivo general.***

Llevar a cabo un estudio de mercado para acceder a información necesaria para establecer la viabilidad en la creación de una empresa productora de bolsos personalizados

tejidos a mano en el municipio de Puente Nacional Santander, a través del análisis de precios, publicidad, promoción, comportamiento de la competencia y canales de comercialización del producto en los municipios de Barbosa, San Gil, Bucaramanga y Tunja.

### ***2.1.2 Objetivos específicos***

Definir las características físicas, presentación, composición, diseño, empaque y atributos diferenciadores de los bolsos personalizados tejidos a mano.

Determinar el mercado tanto potencial como objetivo de las personas que están dispuestos a adquirir los bolsos personalizados tejidos a mano y su zona de influencia.

Identificar la demanda actual y futura de bolsos personalizados tejidos a mano a través de una investigación de mercado que permita estimar y proyectar su comportamiento.

Efectuar una investigación de oferta que conduzca a establecer el comportamiento de la competencia de productos similares en la región, de tal forma que se pueda determinar sus fortalezas y debilidades.

Establecer si existe o no demanda potencial insatisfecha en relación con los resultados del estudio de mercado, que nos permita recolectar información de la competencia, determinando las fortalezas y debilidades de las demás empresas productoras de bolsos y así establecer el nivel de competitividad del presente proyecto.

Determinar los diferentes canales de comercialización existentes que faciliten el desarrollo del mercado, mediante la identificación de sus ventajas y desventajas al igual que si infraestructura, ofreciendo mayor calidad y eficiencia en la comercialización de los bolsos personalizados tejidos a mano al cliente final.

Realizar un análisis de precios de referencia para los bolsos personalizados tejidos a mano, mediante un relacionamiento de los precios fijados por la competencia, facilitando la selección de estrategias más apropiadas para el mercado objetivo.

Definir las estrategias de publicidad, promoción y ventas más adecuadas para el lanzamiento, venta y operación de los bolsos personalizados tejidos a mano.

## **2.2 Descripción del producto**

### ***2.2.1 Descripción, usos y especificaciones del producto***

#### **Descripción**

El producto que se plantea elaborar en el proyecto es un bolso tejido a mano estilo mochila, elaborado en un material 100% natural a partir del hilo lana de diferentes colores, tanto para hombres como mujeres.

El hilo lana debe ser homogéneo en el color, parejo, presentar una tensión idéntico durante todo el tejido al igual que estar libre de impurezas y residuos grasos para que cumpla con los determinantes de calidad del producto.

**Figura 6***Bolso tejido*

Este bolso será elaborado en dos tamaños, mediano cuyas medidas serán: Altura bolso: 30 cm; base: 25 cm, altura gaza: 56 cm, ancho gaza: 7 cm, cordón de cierre: 31 cm; y el bolso grande con medidas: altura bolso: 40 cm, base: 31 cm, altura gaza: 60 cm, ancho gaza: 9 cm, cordón de cierre: 37 cm.

**Usos**

Los bolsos tejidos cumplen la función fundamental de guardar objetos y son complemento del vestir, es decir, se combinan con distintas prendas y con otros accesorios.

**Especificaciones del producto**

A través de este proyecto se plantea la elaboración de bolsos personalizados tejidos a mano mediante la técnica de crochet netamente artesanal, cuya materia prima es el hilo lana

100% natural. Esta técnica de tejido se elabora con una aguja en forma de gancho por la cual se trabaja un solo hilo, básicamente comienza con un nudo deslizado o nudo de inicio, por medio de la argolla, se pasa el ganchillo formando el nudo, tejiendo la una cadena de lazo, luego se teje una vareta (punto básico de crochet), después se el inicio de la cadena y se continúa tejiendo con puntos medios de crochet.

La materia que se usa para su elaboración es el hilo lana de origen natural provenientes de diferentes animales, siendo un accesorio novedoso y atractivo para los diversos gustos y preferencias del mercado actual. Gracias a este material usado para elaborar los bolsos tejidos, permite ser beneficiosa social y medioambientalmente por ser un material biodegradable y poder de incorporarse a la tierra cerrando su ciclo de vida, adicional son productos mucho más resistentes, flexibles y duraderos.

Adicional a la lana como material necesario para la elaboración de bolsos en crochet, también se necesita, aguja para tejer, cinta métrica y tijeras; vale recalcar que este tejido es completamente a mano.

Son bolsos flexibles por las características de la lana, no cuentan con bolsillos ni cierres, se pueden usar con el fajón en el hombro opuesto al bolso o en el mismo hombro, son fáciles de limpiar cuando se trata de polvo, pero en caso de lavado es más demorado su proceso de secado en comparación de otros materiales, estos tejidos conservan su forma después de usarse. Están conformados por la base, el cuerpo del bolso, un cordón de cierre y un asa o fajón sostenido.

Como características de calidad que deben cumplir los bolsos según el sello de calidad “Hecho a mano” son:

El producto terminado debe corresponder al diseño, tanto en puntada como en color, y talla planeados. Los empates del hilo deben ser imperceptibles en el producto con pequeños nudos escondidos.

La tensión del hilo puede tener mínimas variaciones, a lo largo del tejido (Artesanías de Colombia, 2016, p. 60).

### **Especificaciones del empaque**

Los bolsos tejidos personalizados serán empacados en bolsas de papel kraft biodegradables, luego es depositada en caja de cartón biodegradable con tapa de tamaño 35cm x 25cm x 20cm. Este tipo de empaque debe cumplir con las exigencias del sello de calidad “Hecho a mano” enunciadas en el documento Guía de criterios de calidad de Artesanías de Colombia así:

El empaque para productos artesanales puede llevar atributos visuales agradables que llamen la atención del comprador; además de ser llamativo, debe ser económico, biodegradable y proteger adecuadamente al producto. La imagen debe incluir origen del producto, materiales y usos. Debe especificar el cuidado para el empaque de acuerdo al medio de transporte a utilizar. Incluir información suficientemente explícita para que el usuario sea capaz de utilizar el producto de forma correcta.

### ***2.2.2 Atributos diferenciadores del producto***

Un aspecto que marca la diferencia frente a la competencia de bolsos tejidos es que los clientes pueden participar en el proceso de diseño de los bolsos, seleccionando: colores, estilos y demás características de preferencia a través de una plataforma digital que dispondrá la empresa por medio de la cual permitirá personalizar estos productos.

Los bolsos tejidos se elaboran cumpliendo con los requisitos necesarios para obtener en la certificación “Hecho a Mano” expedida por el ICONTEC, productos artesanales ajustados a la calidad y tradición de la región que facilitan su diferenciación de los demás bolsos elaborados de manera industrial.

Así mismo, otro factor importante es el medio de atención al cliente, principalmente será virtual y presencial de manera personalizada, facilitando la comunicación con los usuarios en el momento y lugar que sea, será una comunicación constante donde los clientes recibirán toda la información por la web, fácil y rápida.

## **2.3 mercado potencial y objetivo**

### ***2.3.1 Mercado potencial***

El mercado potencial de la presente factibilidad, está dirigido para hombres y mujeres de los niveles socioeconómicos 3 y 4 con rango de edades de 15 años en adelante, de los municipios de los departamentos de Santander y Boyacá, que deseen comprar un bolso personalizado.

### ***2.3.2 Mercado objetivo***

Para la siguiente investigación se tienen en cuenta los 163.536 habitantes de los municipios de Puente, Barbosa, San Gil, Bucaramanga y Tunja; discriminados de la siguiente manera:

3.084 Habitantes del municipio de Barbosa (DANE, 2018), 324 habitantes del municipio de Puente Nacional (Base de datos del SISBEN, 2019-2020) , 9.240 habitantes del municipio de San Gil (DANE, 2018), 123.164 personas que viven en la Capital Santandereana Bucaramanga (Plan de Desarrollo de Bucaramanga, 2020-2023, p.19) y 27.724 habitantes del municipio de Tunja en Boyacá (DANE, 2018), de 15 años en adelante de estratos 3 y 4, debido a que dichas personas presentan una capacidad de compra importante del producto a ofrecer.

Las características de esa población objetivo de estratos son:

Están conscientes y buscan tener experiencias con las marcas de productos y se inclinan hacia la personalización de la marca, también prefieren productos que muestren ser socialmente responsables, hacen uso de la tecnología en su diario vivir, realizan cada vez más compras por internet y se adaptan muy fáciles a los cambios.

## 2.4 Investigación de mercados

### 2.4.1 *La demanda*

**2.4.1.1 Descripción del problema de investigación de mercados.** La comercialización de bolsos tejidos en Colombia va de la mano con el arribo de turistas al territorio nacional quienes jalonan este sector artesanal, en año 2017 las mochilas wayuu y los sombreros de caña flecha los más vendidos. LA REPÚBLICA (2018) indica:

Con la llegada de turistas a Colombia el sector hotelero, el de recreación y el gastronómico no son los únicos que se dinamizan. Hay actividades comerciales y empresariales más allá de las tradicionales que son poco analizadas y que también reflejan el crecimiento turístico. Una de ellas es la venta de artesanías (párr. 1).

Además de las visitas de viajeros a establecimientos locales, hay mejores condiciones para generar negocios de exportación a Estados Unidos y Europa. Allí las artesanías colombianas se ven como piezas de alto valor, no solo como objetos de decoración, sino como moda abstracta, como es el caso de las populares mochilas Wayuu que han tenido casos en los que se valorizan hasta 300%. (párr. 4).

Este proceso de comercialización se ha visto dinamizado gracias a Artesanías de Colombia que ha ayudado a consolidar la actividad generando una mayor participación en la economía nacional, evidenciándose mejores empleos y mayores ingresos.

Con el apoyo de ProColombia y la Cámara de Comercio de Bogotá, se llevó a cabo la Rueda de Negocios en Expoartesanías, en la cual participaron 28 compradores internacionales provenientes de Alemania, Canadá, Dinamarca, España, Estados Unidos, Francia, Holanda, Japón, Estados Unidos y Suiza, entre otros países; y 186 artesanos expositores. Esta Rueda dejó un balance muy positivo con 486 citas generadas, que permitieron una expectativa de negocios por US\$ 1.666.059 (Artesanías de Colombia, 2019, párr. 13).

**2.4.1.2 Necesidad de información.** Es de vital importancia conocer los aspectos fundamentales de información a indagar en esta investigación, pues representan la base para un debido estudio de mercado óptimo y permite establecer los fundamentos necesarios para su puesta en marcha. De igual manera para dar cumplimiento con los objetivos establecidos anteriormente se requiere información relacionada con:

Gustos y preferencias del mercado objetivo sobre los bolsos tejidos a mano en estilos personalizados.

Preferencias de los clientes en cuanto a formas y medios de pago de sus productos.

Análisis de precio promedio pagado por el mercado objetivo en un bolso similar al del proyecto.

Los diferentes canales de comercialización existentes que faciliten el desarrollo del mercado de bolsos, mediante la identificación de sus ventajas y desventajas al igual que su

infraestructura, ofreciendo mayor calidad y eficiencia en la distribución de los bolsos personalizados tejidos a mano al cliente final.

Las estrategias de publicidad, promoción y ventas más adecuadas para el lanzamiento, venta y operación de los bolsos personalizados tejidos a mano.

### 2.4.1.3 Ficha técnica

**Tabla 1**

*Ficha técnica*

---

<b>Tipo de Investigación</b>	<p><b>Exploratoria:</b> Se indaga el mercado a través de la recolección de datos, para identificar los gustos y preferencias de los bolsos tejidos.</p> <p><b>Descriptiva:</b> se especifican las características del producto y se establecen las formas de conducta y comportamientos concretos de la población objeto de estudio</p>
<b>Método de Investigación</b>	<p><b>Inductivo:</b> este método científico se aplicará para conocer el mercado en el que se desenvolverá la nueva empresa. Este método utiliza la observación directa del comportamiento de la industria a la que pertenecería la empresa, se registran estos datos para posteriormente realizar una explicación de los resultados obtenidos</p>
<b>Fuentes de información</b>	<p><b>Primarias:</b></p> <p><b>Encuestas:</b> se aplicará a los clientes del mercado objetivo como son Puente Nacional, Barbosa, San Gil, Bucaramanga y Tunja, hombres y mujeres de los niveles socioeconómicos 3 y 4 de los departamentos de Santander y Boyacá, con el fin de conocer los gustos y preferencias respecto de los productos que ofertaría la nueva empresa, como también recopilar sugerencias de manera que se identifiquen posibles innovaciones que se pudieran realizar al producto.</p> <p><b>Secundarias:</b></p> <p><b>Proyectos de grado:</b> Tomados de la biblioteca UIS- estudios de factibilidad.</p> <p><b>Internet:</b> es una herramienta muy importante para obtener información con respecto al mercado de consumo de los bolsos tejidos como también de la competencia existente en el mercado.</p> <p><b>Entidades:</b> DANE, Cámara de Comercio, Artesanías de Colombia S.A, SENA, Planes de Desarrollo municipales.</p>

**Técnicas de investigación**

**Encuesta:** Comprende un grupo de preguntas mediante las cuales sea posible extraer información importante de la demanda de bolsos tejidos en los municipios de Puente Nacional, Barbosa, San Gil, Bucaramanga y Tunja.

**Instrumento para la recolección de información**

**Cuestionario:** estructurados para la recolección de datos, con interrogantes relacionadas con el objetivo de la investigación.

**Modo de aplicación**

Dirigida y directa, por teléfono y por Internet.

**Definición de población**

**Población Total:** 163.536 habitantes de los municipios de Puente, Barbosa, San Gil, Bucaramanga y Tunja, de 15 años en adelante de estratos socioeconómicos 3 y 4. Así: 3.084 Habitantes del municipio de Barbosa (DANE, 2018), 324 habitantes del municipio de Puente Nacional (Base de datos del SISBEN, 2019-2020) , 9.240 habitantes del municipio de San Gil (DANE, 2018), 123.164 personas que viven en la Capital Santandereana Bucaramanga (Plan de Desarrollo de Bucaramanga, 2020-2023, p.19) y 27.724 habitantes del municipio de Tunja en Boyacá (DANE, 2018), de 15 años en adelante de estratos 3 y 4

Se aplicará el muestreo aleatorio simple

N= Tamaño de la población: 163.536

P= Probabilidad de éxito: 50% = 0.5

Q= Probabilidad de fracaso: 50% = 0.5

E= Error estimado: 5% = 0.05

Z= 1.95

**Proceso de muestreo**

$$M = \frac{ZC^2(N) (Q o) (Po)}{E^2(N-1) + Zc^2(Q o) (Po)}$$

$$M = \frac{(1,95)^2(163.536) (0,5) (0,5)}{(0,05)^2(163.536) + 1,95^2(0,5) (0,5)}$$

$$M = 379$$

Estratificación	Total Población	%	Encuestas
Estrato 3	88.011	53,90%	204
Estrato 4	75204	46,10%	175
<b>Total</b>	<b>163.215</b>	<b>100%</b>	<b>379</b>

<i>Alcance</i>	Municipios de Barbosa, San Gil, Bucaramanga y Tunja
<i>Tiempo de aplicación</i>	La encuesta se aplicará en el mes de marzo de 2021.

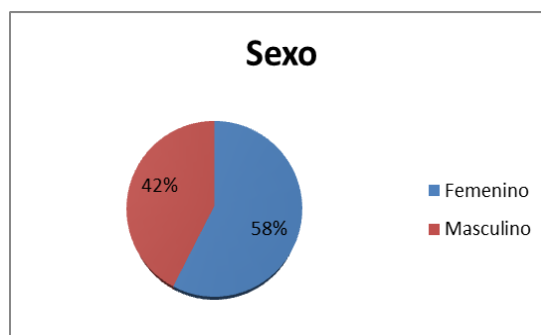
---

#### ***2.4.2 Tabulación, presentación y análisis de resultados***

La encuesta se realizó a través de medios virtuales a 379 personas con edades de 15 años en adelante de estratos 3 y 4 de los municipios de Barbosa, Páez, San Gil, Bucaramanga Y Tunja, correspondiente al total del muestreo. Este cuestionario incluye 19 preguntas a las que se les hizo su respectivo análisis.

**Pregunta 1: Sexo****Tabla 2***Sexo*

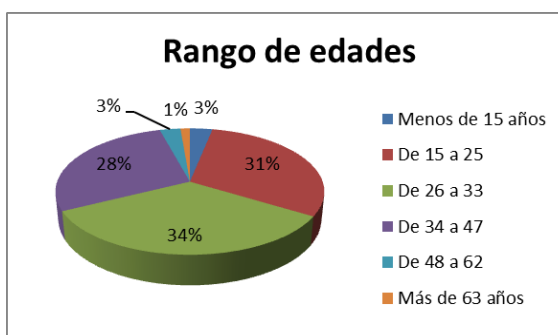
<b>Concepto</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Respuestas</b>
Femenino	58%	218
Masculino	42%	161
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>379</b>

**Figura 7***Sexo*

De acuerdo a los datos obtenidos del total de la muestra de mercado objetivo ubicado en los municipios de Puente Nacional, Barbosa, San Gil, Bucaramanga y Tunja, el 58% de las personas entrevistadas son mujeres y el 42% hombres. Estos datos son muy importantes en el proyecto pues nos permiten conocer la opinión de los dos sexos y se evidencia que los porcentajes son muy cercanos, así que se estima que se dedicará la producción de bolsos tanto para hombres como mujeres.

**Pregunta 2: ¿En qué rango de edad se encuentra?****Tabla 3***Rango de edades*

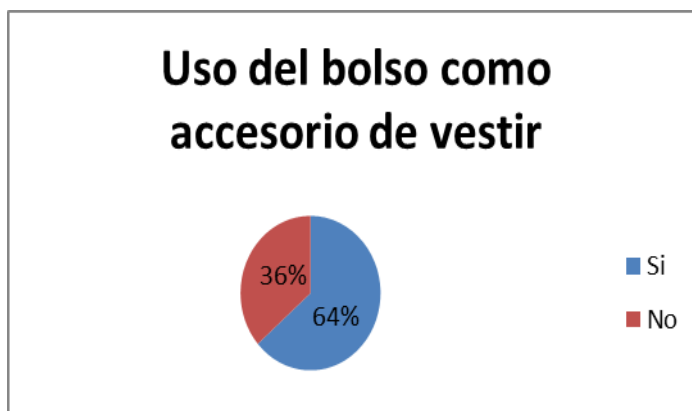
<b>Edades</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Media</b>	<b>Promedio ponderado</b>
Menos de 15 años	3%	12	15	0,5
De 15 a 25	31%	116	20	6,1
De 26 a 33	34%	129	30	10,0
De 34 a 47	28%	106	41	11,3
De 48 a 62	3%	11	55	1,6
Más de 63 años	1%	5	63	0,8
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>379</b>		<b>30,4</b>

**Figura 8***Rango de edades*

De acuerdo a los datos obtenidos, el porcentaje de edad más alto está de los 26 años a los 33, seguido de los 15 a los 25 y posteriormente de los 34 a los 47 con un porcentaje del 28%, datos importantes para el proyecto pues permiten establecer que el rango de edad promedio al que va los bolsos tejidos son 30 años tanto hombres como mujeres.

**Pregunta 3: ¿Acostumbra a usar su bolso como accesorio de vestir?****Tabla 4***Uso del bolso como accesorio de vestir*

Concepto	Porcentaje	Respuesta
Si	64%	241
No	36%	138
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>379</b>

**Figura 9***Uso del bolso como accesorio de vestir*

El 64% de las personas encuestadas manifiestan usar el bolso como accesorio de vestir y el 36% indica no hacerlo, información importante en el proyecto para establecer ese primer filtro en el mercado objetivo.

**Pregunta 4: ¿En qué material es el bolso que utiliza? (En caso de usar más de un material por favor complemente su respuesta en el cuadro de otros aportes)**

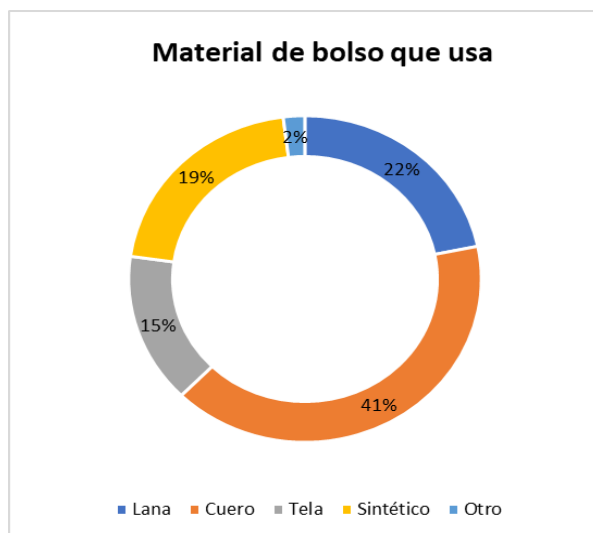
**Tabla 5**

*Material de bolso que usa*

<b>Concepto</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Respuesta</b>
Lana	22%	54
Cuero	41%	100
Tela	15%	37
Sintético	19%	46
Otro	2%	4
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>241</b>

**Figura 10**

*Material del bolso que usa*



El material de preferencia es el cuero con un 41%, le sigue los bolsos elaborados en materiales sintéticos con un 19%, lana con un 22%, tela 15% y finalmente otros materiales con un 2%. De igual forma, en las observaciones de esa pregunta 98 personas manifiestan usar más de un material de bolsos, dentro de los que se destaca el hilo lana y el sintético. Estos datos permiten establecer los materiales más usados a la hora de comprar un bolso, aunque el hilo lana no es el material de mayor preferencia, si representa un porcentaje notable para trabajar e impulsar el uso de la lana en accesorios indispensables para el vestir y en un futuro poder agregar otros materiales a los productos.

**Pregunta 5: ¿Cuál es la finalidad de la compra de su bolso?**

**Tabla 6**

*Finalidad compra del bolso*

	<b>Porcentaje</b>	<b>Respuesta</b>
Para satisfacer una necesidad personal	80%	193
Como obsequio, ocasión especial	19%	45
Para vender	1%	3
Otro	0%	0
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>241</b>

**Figura 11**

*Finalidad compra del bolso*



El 80% de personas encuestadas manifiestan comprar los bolsos para uso personal, el 19% indica que lo hace para regalarlo como obsequio en una ocasión especial y el 1% para la venta. Estos resultados permiten establecer que la producción va dirigida directamente para el consumidor final y que el producto debe cumplir con las indicaciones que el cliente ha dado previamente.

**Pregunta 6: ¿En qué colores prefiere su bolso?**

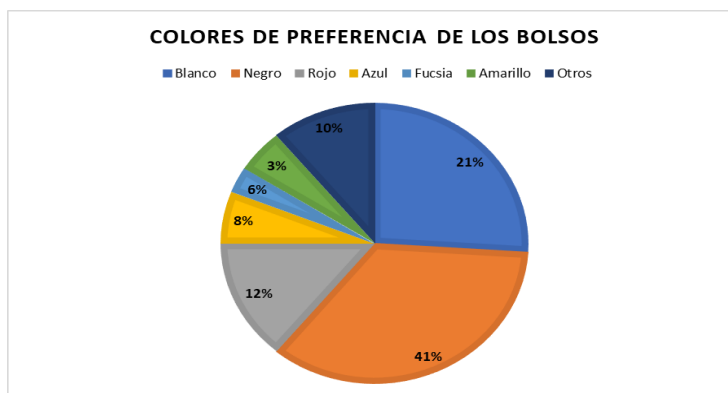
**Tabla 7**

*Colores de preferencia en los bolsos*

<b>Concepto</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Respuesta</b>
Blanco	21%	50
Negro	41%	99
Rojo	12%	28
Azul	8%	19
Fucsia	6%	14
Amarillo	3%	7
Otros	10%	24
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>241</b>

**Figura 12**

*Colores de preferencia de los bolsos*



En la gráfica los colores que prefieren las personas encuestadas en colores de bolsos son: 41% negro, 21% blanco, 12% rojo, 10% otros, 8% azul, 3% amarillo y 6% fucsia. Estos resultados permiten establecer que los clientes prefieren los colores como el negro y el blanco.

### Pregunta 7: ¿En promedio cuántos bolsos compra anualmente?

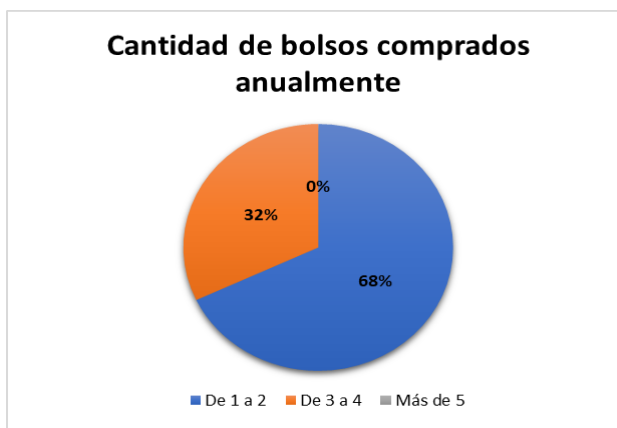
**Tabla 8**

*Cantidad promedio de bolsos comprados anualmente*

Concepto	Porcentaje	Respuestas	Media	Promedio
De 1 a 2	68%	163	1,5	1,015
De 3 a 4	32%	78	3,5	1,133
Más de 5	0%	0	5	
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>241</b>		<b>2,147</b>

**Figura 13**

*Cantidad promedio de bolsos comprados anualmente*



De acuerdo con los resultados obtenidos, el 68% de las personas encuestas manifiestan comprar de 1 a dos bolsos y el 32% compra entre 3 y 4 bolsos al año, siendo 2 el promedio de unidades compradas anualmente. Con estos datos la empresa debe establecer estrategias que le permitan una producción constante y en las cantidades necesarias para su permanencia en el mercado.

**Pregunta 8: ¿En qué lugar compra sus bolsos?**

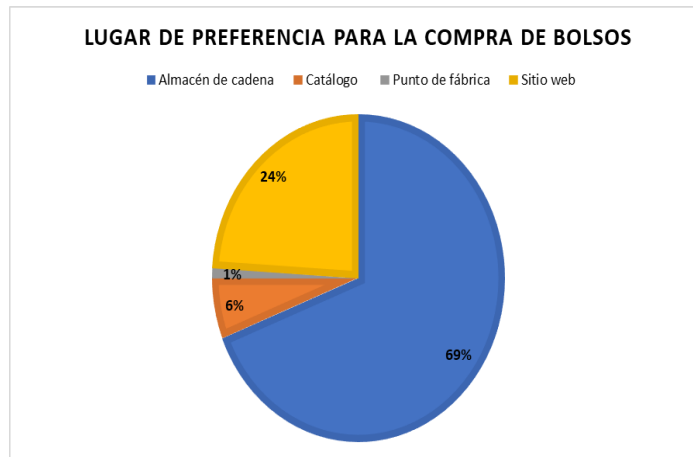
**Tabla 9**

*Lugar de preferencia para la compra de bolsos*

<b>Concepto</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Respuesta</b>
Almacén de cadena	69%	167
Catálogo	6%	15
Punto de fábrica	1%	2
Sitio web	24%	57
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>241</b>

**Figura 14**

*Lugar de preferencia para la compra de bolsos*



De las personas encuestadas el 69% manifiestan que prefieren comprar sus bolsos en un almacén de cadena, el 24% sitio web, 6% en catálogos y el 1% prefieren comprar sus bolsos directamente en el punto de fábrica. Estos datos son muy importantes para el proyecto por lo cual se plantea tener una tienda física y también impulsar los medios de comunicación virtuales.

**Pregunta 9: ¿Cuál es el canal de comunicación de su preferencia, por medio del cual le gusta recibir información importante de los bolsos?**

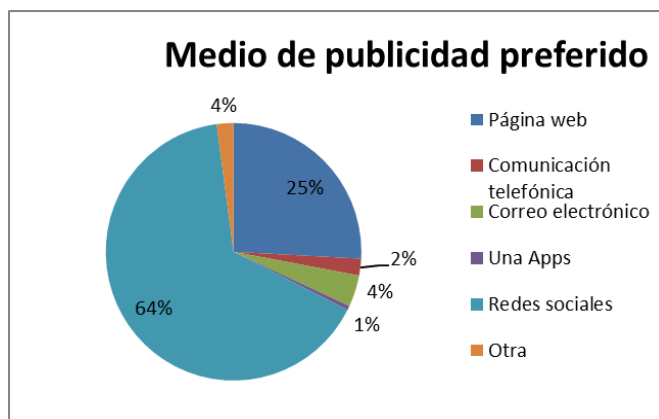
**Tabla 10**

*Medio de publicidad preferido*

<b>Concepto</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Respuesta</b>
Página web	25%	60
Comunicación telefónica	2%	4
Correo electrónico	4%	9
Una Apps	1%	3
Redes sociales	64%	155
Otra	4%	10
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>241</b>

**Figura 15**

*Medio de publicidad preferido*



La tendencia a recibir información de los bolsos es hacia las redes sociales en un mayor porcentaje con un 64% y el 25% indica preferir la página web. Estos porcentajes muestran la tendencia que ha tenido no solo Colombia sino a nivel mundial, en la aceptación de las redes sociales como medios de información preferidos y visionan a la empresa en estrategias de publicidad y promoción, que permitan llegar a la mayor cantidad de clientes que quieran adquirir los bolsos tejidos y lograr la mayor satisfacción en el uso de los productos.

**Pregunta 10: ¿Qué característica es para usted más importante a la hora de adquirir un bolso?**

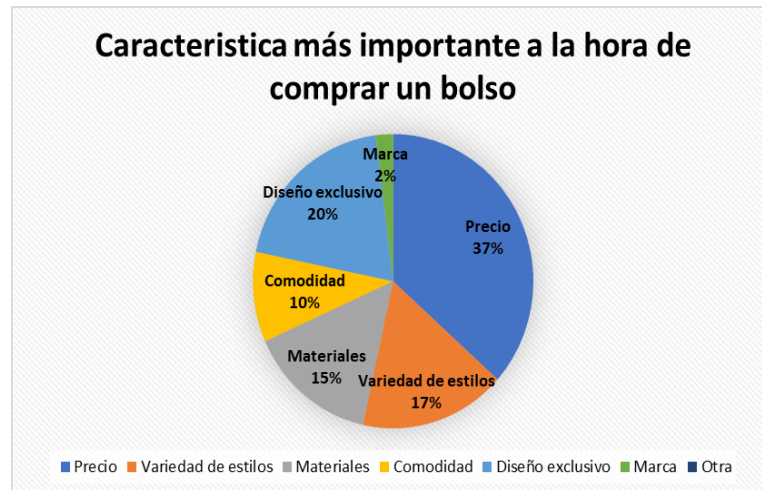
**Tabla 11**

*Característica más importante a la hora de comprar un bolso*

<b>Concepto</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Respuesta</b>
Precio	37%	88
Variedad de estilos	17%	40
Materiales	15%	37
Comodidad	10%	23
Diseño exclusivo	20%	48
Marca	2%	5
Otra	0%	0
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>241</b>

**Figura 16**

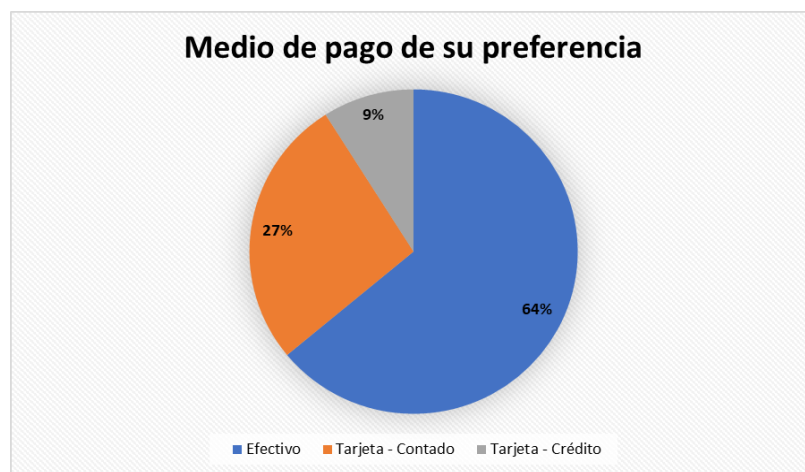
*Característica más importante a la hora de comprar un bolso*



Según los resultados de la encuesta la principal característica que tienen en cuenta los clientes al comprar su bolso es el precio con un porcentaje del 37% seguido del diseño exclusivo con un 20%, aspectos determinantes en el proyecto para establecer un precio de los bolsos acorde al poder adquisitivo de los clientes.

**Pregunta 11: ¿Cuál es el medio de pago de su preferencia?****Tabla 12***Medio de pago de su preferencia*

<b>Concepto</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Respuesta</b>
Efectivo	64%	155
Tarjeta - Contado	27%	64
Tarjeta - Crédito	9%	22
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>241</b>

**Figura 17***Medio de pago de su preferencia*

Las personas encuestadas prefieren pagar en efectivo con un 64%, con tarjeta de contado un 27% y con tarjeta a crédito un 9%. Estos resultados permiten establecer esos mecanismos

necesarios y preferenciales del cliente para hacer efectivo el pago de los bolsos tejidos, siempre pensando en su satisfacción y comodidad.

**Pregunta 12: ¿A qué precio promedio adquiere su bolso en el mercado?**

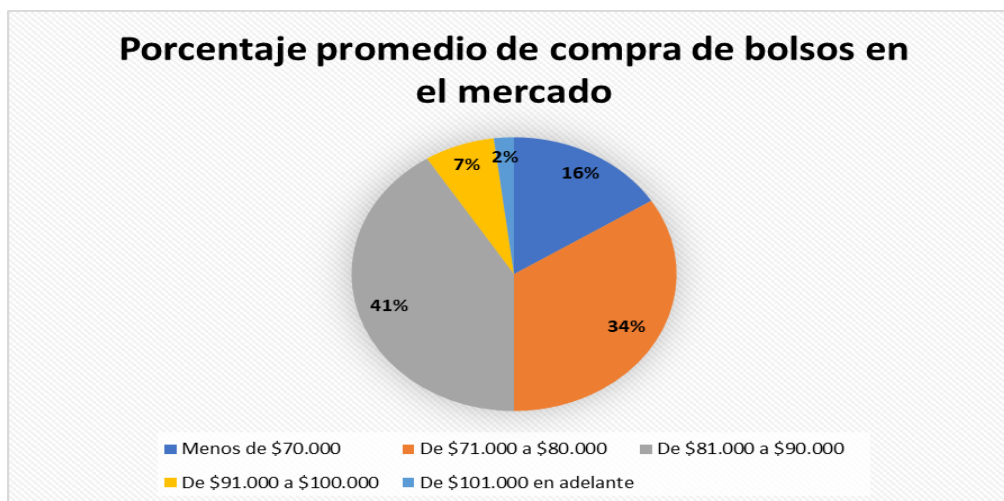
**Tabla 13**

*Precio de compra bolso en el mercado*

Concepto	Porcentaje	Respuesta	Media	Promedio
Menos de \$70.000	16%	39	\$ 70.000	\$ 11.328
De \$71.000 a \$80.000	34%	82	\$ 75.500	\$ 25.689
De \$81.000 a \$90.000	41%	98	\$ 85.500	\$ 34.768
De \$91.000 a \$100.000	7%	17	\$ 95.500	\$ 6.737
De \$101.000 en adelante	2%	5	\$ 101.000	\$ 2.095
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>241</b>		<b>\$ 80.616</b>

**Figura 18**

*Precio de compra bolsos en el mercado*



Esta pregunta permite evidenciar un precio promedio de compra de bolsos de \$ 80.630, identificándose los siguientes porcentajes: el 41% pagan un precio de \$ 81.000 a \$ 90.000, el 34% de \$ 71.000 a \$ 80.000, 16% menos de \$ 70.000, 7% de \$ 91.000 a \$ 100.000 y finalmente un 2% \$ de 101.000 en adelante. Datos importantes para el proyecto pues permiten conocer el precio promedio con el que los bolsos tejidos podrán entrar al mercado.

**Pregunta 13: ¿Le gustaría que existiera en la región una empresa dedicada a la producción de bolsos tejidos personalizados mediante la técnica de crochet?**

**Tabla 14**

*Nivel de aceptación de la nueva empresa*

<b>Concepto</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Respuesta</b>
Si	98%	236
No	2%	5
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>241</b>

**Figura 19***Nivel de aceptación de la nueva empresa*

El 98% de las personas encuestadas están de acuerdo en que creación de una empresa dedicada a la producción de bolsos tejidos personalizados mediante la técnica de crochet y solo el 2% manifiesta no estarlo, lo cual muestra una aceptación importante en la región a la nueva empresa siendo conscientes de los aportes que trae la nueva empresa en el desarrollo social y económico para la región.

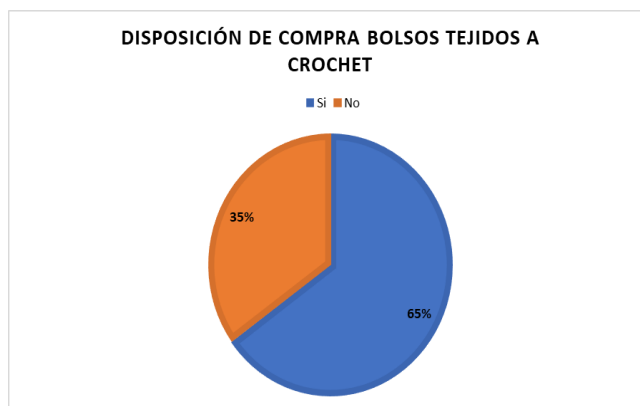
**Pregunta 14: ¿Le gustaría comprar bolsos personalizados tejidos a crochet?**

**Tabla 15***Disposición de compra bolsos tejidos a crochet*

Concepto	Porcentaje	Respuesta
Si	65%	157
No	35%	84
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>241</b>

**Figura 20**

*Disposición de compra bolsos tejidos a crochet*



Las personas encuestadas indican que les gustaría comprar bolsos tejidos a crochet en un 65% frente al 35% que manifestó no gustarles. Esta información es muy importante para determinar la demanda efectiva de bolsos personalizados tejidos a crochet, permitiendo que se lleve a cabo un estudio lo más real posible e identificar las oportunidades de mejora en este sector.

**Pregunta 15: ¿Le gustaría personalizar su bolso?**

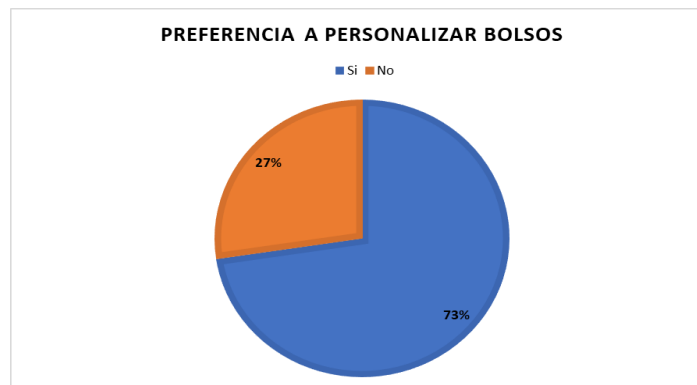
**Tabla 16**

*Preferencia a personalizar los bolsos*

Concepto	Porcentaje	Respuesta
Si	73%	175
No	27%	66
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>241</b>

**Figura 21**

*Preferencia a personalizar los bolsos*



Los resultados muestran que el 73% de personas encuestadas les gustaría personalizar sus bolsos, frente al 27% que no les gustaría personalizarlos. Esta información es muy importante para el proyecto puesto que personalización de los bolsos es un factor clave de innovación y representa ese valor agregado a los productos.

**Pregunta 16: Al momento de personalizar su bolso, ¿qué aspectos tendría en cuenta?**

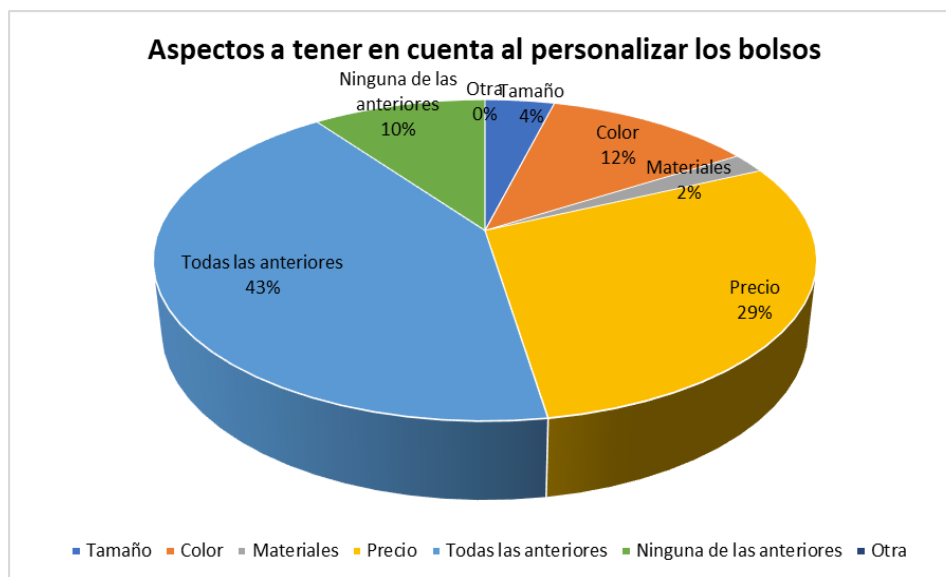
**Tabla 17**

*Aspectos a tener en cuenta al personalizar los bolsos*

<b>Concepto</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Respuesta</b>
Tamaño	4%	10
Color	12%	30
Materiales	2%	5
Precio	29%	69
Todas las anteriores	43%	102
Ninguna de las anteriores	10%	25
Otra	0%	0
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>241</b>

**Figura 22**

*Aspectos a tener en cuenta al personalizar los bolsos*



Los aspectos que tienen en cuenta las personas encuestadas al momento de personalizar sus bolsos tejidos son: tamaño, color, materiales y precio en un 43%, las que solo tienen en cuenta los materiales son el 2%, el precio un 29%, el tamaño un 4% y el 10% indica ninguna de las anteriores. Estos datos indican que a la hora de personalizar sus bolsos juegan un papel fundamental varios aspectos que la empresa debe tener en cuenta para la fidelización de los clientes y fundamentalmente su satisfacción.

**Pregunta 17: De los siguientes tamaños, ¿Cuál sería el de su preferencia?**

**Tabla 18**

*Medidas bolsos tejidos*

TAMAÑO	MEDIDA			
	Base	Base Bolso	Altura Gaza	Ancho gaza
Mediano	De 22 a 30 cm	De 21 a 25 cm	De 54 a 56 cm	6 a 7 cm
Grande	De 31 a 40 cm	De 26 a 31 cm	De 57 a 60 cm	8 a 9 cm

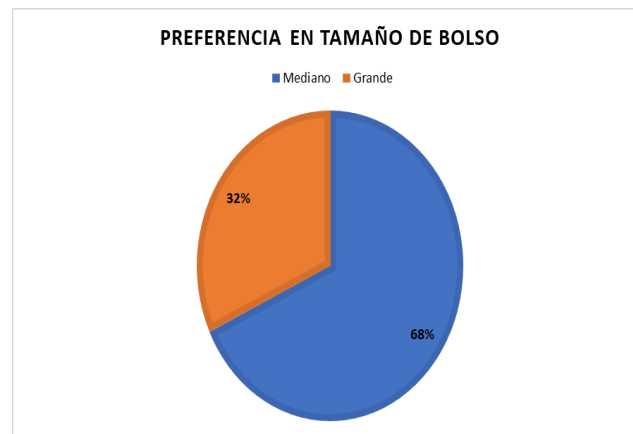
**Tabla 19**

*Preferencia en el tamaño del bolso*

Concepto	Porcentaje	Respuesta
Mediano	68%	164
Grande	32%	77
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>241</b>

**Figura 23**

*Preferencia en tamaño de bolso*



Los resultados obtenidos muestran que el tamaño de bolso de mayor preferencia es el bolso mediano, permitiendo establecer en el proyecto que la producción estará enfocada en el bolso de tamaño mediano.

**Pregunta 18: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en promedio por el tamaño de bolso de su preferencia, sabiendo que el bolso es elaborado completamente a mano?**

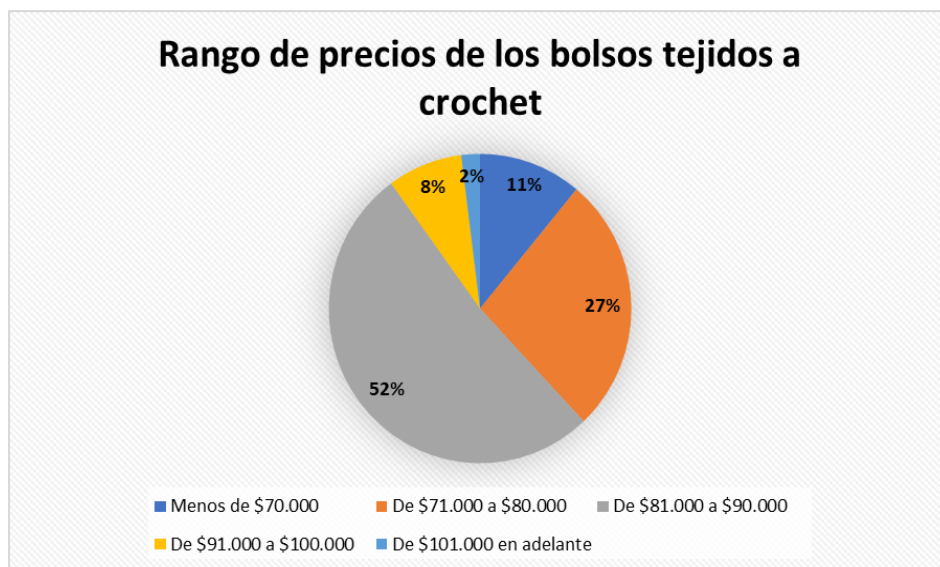
**Tabla 20**

*Rango de precios de los bolsos tejidos a crochet*

<b>Concepto</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Media</b>	<b>Promedio</b>
Menos de \$70.000	11%	26	\$ 70.000	\$ 7.552
De \$71.000 a \$80.000	27%	65	\$ 75.500	\$ 20.363
De \$81.000 a \$90.000	52%	125	\$ 85.500	\$ 44.346
De \$91.000 a \$100.000	8%	20	\$ 95.500	\$ 7.925
De \$101.000 en adelante	2%	5	\$ 101.000	\$ 2.095
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>241</b>		<b>\$ 82.282</b>

**Figura 23**

*Rango de precios de los bolsos tejidos a crochet*



Del total de personas encuestadas, el 52% indicó que el rango de precios que estarían dispuestos a pagar es de \$ 81.000 a \$90.000 y en promedio pagarán \$82.250. Es promedio que se debe tener en cuenta en un futuro para determinar el precio de los bolsos tejidos.

**Pregunta 19: A la hora de recibir su bolso tejido, ¿cuál sería el mecanismo de su preferencia?**

**Tabla 21**

*Mecanismo de preferencia al recibir su bolso tejido*

<b>Concepto</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Respuesta</b>
Envío a su residencia	59%	142
Envío a su lugar de trabajo	35%	84
Reclamo en la empresa de envío	1%	2
Reclamo directamente en empresa de bolsos tejidos	5%	13
Otros	0%	0
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>241</b>

**Figura 24**

*Mecanismo de preferencia al recibir su bolso tejido*



En los resultados obtenidos el 59% de las personas encuestadas prefieren que les sea enviado el bolso tejido a su residencia, seguido de un 35% que prefieren su lugar de trabajo. Información muy importante para el proyecto puesto que permite establecer que las personas prefieren no tener que hacer un desplazamiento adicional al habitual para recibir sus productos.

**Pregunta 20: ¿Cuál modalidad de pago sería de su preferencia a la hora de adquirir un bolso personalizado tejido a crochet?**

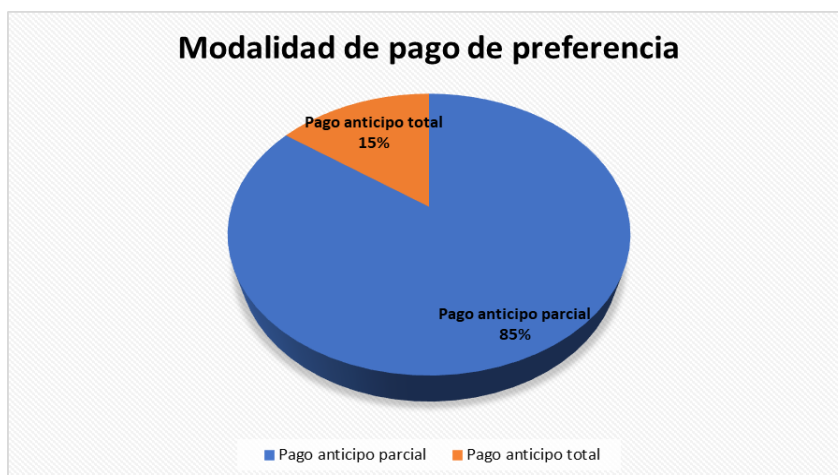
**Tabla 22**

*Modalidad de pago de preferencia*

<b>Concepto</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Respuesta</b>
Pago anticipo parcial	85%	205
Pao anticipo total	15%	36
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>241</b>

**Figura 25**

*Modalidad de pago de preferencia*



Los resultados obtenidos indican que las personas prefieren la modalidad de pago anticipo parcial con un porcentaje del 85%, frente a un 15% que indicó que preferirían un pago total. Dato importante para el proyecto puesto que permite establecer un porcentaje de anticipo que el cliente debe pagar para que la empresa inicie el proceso de producción del bolso tejido.

#### ***2.4.3 Estimación de la demanda del proyecto***

Para la estimación de la demanda de bolsos tejidos se tiene en cuenta la población objetivo establecida anteriormente, conformada por un total de población de 163.536 de los municipios de Puente Nacional, Barbosa, San Gil, Bucaramanga y Tunja, de 15 años en adelante y cuyo nivel socioeconómico es 3 y 4.

Pregunta 3: porcentaje de uso de bolso como accesorio de vestir= 64%

Pregunta 7: Promedio de compra anual= 2 bolsos

Pregunta 14: Nivel de aceptación nuevo producto= 65%

Demanda anual de bolsos tejidos=  $163.563 * 64\% * 2 * 65\% =$

Demanda anual= 136.084 Unidades

#### ***2.4.4 Proyección de la demanda***

Para la proyección de la demanda del proyecto de debe tener en cuenta la vida del proyecto, realizando una proyección a 5 años de acuerdo al índice de crecimiento poblacional a nivel nacional del 2%, periodo 2018 a 2070 (DANE, 2018-2070)

**Tabla 23***Proyección general de la demanda estimada*

<b>Año</b>	<b>Formula</b>	<b>Demanda proyectada</b>
0		136.084
2022	$136.084(1+0,02)^1$	138.805
2023	$136.084(1+0,02)^2$	141.582
2024	$136.084(1+0,02)^3$	144.413
2025	$136.084(1+0,02)^4$	147.301
2026	$136.084(1+0,02)^5$	150.247
2027	$136.084(1+0,02)^6$	153.253

## 2.5 Oferta o competencia

### 2.5.1 Necesidad de información

En el estudio de oferta se recurrió al uso de fuentes secundarias, ya que no fue posible recolectar información a través de una encuesta directa a las empresas productoras de bolsos que contribuyen al desarrollo nacional y regional, uno por la situación sanitaria nacional y mundial, y dos porque las empresas son renuentes a suministrar información fiable, por esta razón se realiza la búsqueda de información a través de la web.

De la competencia se requiere la siguiente información:

Descripción de la empresa

Línea de productos

Medios de publicidad

Debilidades

Fortalezas

## 2.5.2 Análisis de la situación actual de la competencia

**Tabla 24**

### Análisis de la situación de la competencia

Competencia	Productos que ofrece	Publicidad y campañas	Fortalezas	Debilidades
<p><b>Tiendas Vélez</b> la empresa nace en 1986 en la ciudad de Medellín, con la fabricación de cinturones. Con el tiempo fue complementando su portafolio con bolsos, calzado y marroquinería, ofreciendo artículos 100% en cuero.</p>	<p>Bolsos Carteras Morrales Accesorios en cuero para hombre</p>	<p>EcoVélez Campañas de lanzamiento Vayas publicitarias Campañas de relaciones públicas Desfiles Eucoles Publicidad en redes</p>	<p>Larga trayectoria en el mercado Sus productos son elaborados en cuero Variedad de productos en el mercado Se manejan tiendas virtuales, físicas y catálogos Tiendas en diferentes países Calidad de los productos Medios digitales</p>	<p>No identificadas</p>
<p><b>SOMOS WAYUU</b> Es una empresa que nació con el objetivo de apoyar el arte de la comunidad wayuu. Su actividad se centra en la comercialización de productos artesanales wayuu en establecimientos especializados.</p>	<p>Mochilas, correas, hamacas/chinchorros, mantas, sandalias</p>	<p>No identificadas</p>	<p>Se comercializan productos con calidad hecho a mano. Se manejan catálogos virtuales, tiendas físicas, tienda virtual Están activos en redes sociales. Su comercialización se realiza en establecimientos especializados.</p>	<p>No es reconocida a nivel nacional Poca publicidad</p>
<p><b>TOTTO</b> Es una multinacional de moda, líder en el desarrollo, producción y comercialización de productos de excelente calidad con la más alta tecnología.</p>	<p>Maletines Ropa Accesorios</p>	<p>Promociones: Totto Loco Cupones de descuentos Campañas de lanzamiento Vayas publicitarias</p>	<p>Gran variedad de productos Tiene presencia en 46 países Uso de alta tecnología en su proceso productivo Marca líder en el mercado Calidad de los productos Tienda virtual Envíos gratis</p>	<p>No identificadas</p>
<p>Unidades productivas en los municipios de Puente, Barbosa, San Gil, Bucaramanga y Tunja Son pequeñas unidades productivas de mochilas y accesorios tejidos a mano.</p>	<p>Bolsos tejidos, gorros, bufandas, accesorios tejidos para el baño, accesorios tejidos para la cocina, prendas de niños etc</p>	<p>No identificadas</p>	<p>Gran variedad de productos disponibles Uso de diferentes materiales en sus productos Experiencia de muchos años dedicados a su producción Apoyos de entidades para su fortalecimiento productivo Productos elaborados 100% a mano</p>	<p>La mayoría de artesanos se encuentran con edades superiores a los 61 años Bajos volúmenes de producción</p>

Por medio del cuadro comparativo se puede identificar que tiendas Vélez y Totto son los mayores competidores ya que son dos marcas con altos estándares de calidad, siendo empresas

consolidadas en el mercado, con una larga trayectoria y reconocidas a nivel nacional y mundial, a diferencia de “Somos Wayuu” y las unidades productivas regionales, quienes se caracterizan por productos de muy buena calidad, pero que no están aún consolidadas en el mercado, no tienen larga trayectoria, no son reconocidas y su principal debilidad carecen de medios de comercialización eficientes que permitan ser competitivas en el mercado.

## **2.6 Demanda potencial insatisfecha**

Con la información obtenida se puede establecer que no se tiene demanda insatisfecha, por esta razón la empresa de bolso tejidos a mano en estilos personalizados entra a ganar mercado y a competir con las empresas ya consolidadas.

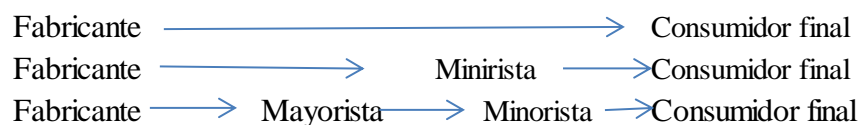
## **2.7 canales de comercialización**

### ***2.7.1 Estructura de los canales actuales***

Los canales de distribución actuales usados por las empresas productoras de bolsos son directos e indirectos donde el fabricante hace llegar el producto al cliente a través de sus propios puntos de venta o de intermediarios.

## **Figura 26**

*Canales actuales de comercialización*



### 2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales

Algunas ventajas y desventajas de los canales actuales utilizados por las empresas productoras de bolsos para llegar al consumidor final son:

**Tabla 25**

*Ventajas y desventajas canales actuales*

Canal	Ventajas	Desventajas
Fabricante- consumidor final	Costo bajo Mayor margen de ganancia Trato personalizado con el cliente	Mayor inversión de activos fijos Mayores costos Bajos volúmenes de ventas
Fabricante- minorista- consumidor final	Mayor cobertura del mercado Conocimiento más rápido del producto en el mercado	Pérdida de control sobre el producto Variación en los precios de venta
Fabricante- mayorista- minorista- consumidor final	Mayor número de clientes Ideal para grandes empresas	Menor rentabilidad Mayor costo de distribución

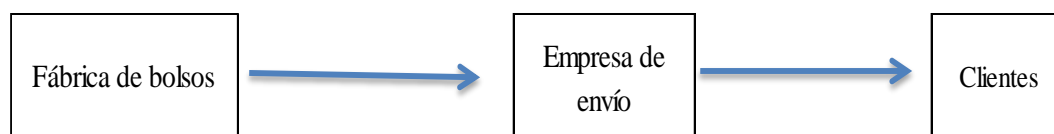
### 2.7.3 Selección de los canales de comercialización

El canal de comercialización necesario para el proyecto de bolsos tejidos es el directo, dado que se manejará una plataforma digital a través de la cual los clientes desde diferentes municipios podrán personalizar sus bolsos, se requiere el medio de distribución óptimo que permita la entrega de producto, este medio debe tener sistema de rastreo satelital por medio del

cual el cliente y la empresa puedan verificar el lugar de ubicación actual del envío, de igual manera que se garantice el perfecto estado del bolso en su proceso de transporte y entrega.

**Figura 27**

*Canal directo*



## 2.8 Precios

### 2.8.1 Análisis de precios de la competencia

Para el análisis de precios de la competencia se tiene en cuenta el precio promedio que pagan actualmente los clientes en el mercado, así:

Menos de \$ 70.000

De \$ 71.000 a \$ 80.000

De \$ 81.000 a \$ 90.000

De \$ 91.000 a \$ 100.000

De \$ 101.000 en adelante

### ***2.8.2 Estrategia de fijación de precios***

La fijación de precios se hará con base en: los precios manejados por la competencia y el costo de producción de los bolsos teniendo en cuenta un margen de ganancia, y se contempla la posibilidad de determinar un precio levemente por debajo de los precios que se manejan en el mercado.

## **2.9 Publicidad y promoción**

### ***2.9.1 Objetivos***

Informar a la población objetivo de los municipios de Puente Nacional, Barbosa, San Gil, Bucaramanga y Tunja la existencia de la nueva empresa dedicada a comercializar bolsos tejidos personalizados a través de diferentes medios de comunicación.

Persuadir a los consumidores la importancia de escoger el estilo de bolso lo más acorde a sus necesidades y con las características de su preferencia.

Generación recordación de la nueva marca de bolsos tejidos con una campaña de lanzamiento publicitaria.

### 2.9.2 Logotipo

#### Figura 28

*Logotipo Arte Tejido MY*



El logotipo de la empresa será Arte Tejido MY, con este nombre se quiere plasmar la importancia de esta actividad artesanal de una forma llamativa y también informar al cliente la actividad que realiza la empresa solo con ver el logo, MY son las iniciales de las creadoras del proyecto, se resalta la tienda artesanal cumpliendo con la calidad hecho a mano requisito indispensable para lograr el objetivo de la empresa. Así mismo, se muestra los materiales e insumos necesarios para el proceso de producción de los bolsos tejidos, como es el hilo lana y las agujas de crochet encerrados en un corazón como símbolo del amor con el que se teje.

En cuanto a los colores usados, se destaca el negro se colocó en el fondo como símbolo de seriedad y elegancia, el naranja se asocia con la alegría y la originalidad, el color blanco se contrapone al color negro y simboliza la paz y el amor y finalmente el color rojo se asocia con el poder y la fuerza.

### ***2.9.3 Slogan***

El slogan de la empresa será “Amo tus sueños, amas mis manos”, se quiere mostrar que el cliente es todo para la empresa y que lo que se teje se hace con el corazón.

### ***2.9.4 Análisis de medios***

Toda empresa debe tener un Plan General de Marketing y un Plan de Medios donde se decida qué, cómo y cuándo queremos publicitar. Asimismo, debemos tener asignado un presupuesto y realizar un estudio del mercado que nos permita optimizar al máximo nuestro gasto en publicidad para obtener la mejor tasa de conversión y el mejor retorno de la inversión (Cámara Valencia, 2019).

Se han identificado medios que contribuyen al proyecto en mención:

#### **Televisión**

La publicidad por este medio es liderada por los espacios comerciales que hay entre programas, donde se da a conocer una marca o una empresa por medio de spots publicitarios y otras herramientas. Además, es un medio al que todos los colombianos tienen acceso y tiene una

participación del (45%) en el descubrimiento de nuevas marcas según (Branch.com.co Abril, 2020). De la misma manera, la televisión concentra un alto volumen de audiencia y consigue un impacto positivo con respecto al producto promocionado.

### **Internet**

La publicidad por internet se ha convertido en número 1 a nivel mundial caracterizada por usar la red como medio de comunicación a través de redes sociales, webs, blogs, aplicaciones móviles, correos electrónicos y demás herramientas que se pueden observar prácticamente en todo el mundo.

### **Radio**

La radio es uno de los medios más antiguos en la evolución del ser humano y aún está presente en los hogares colombianos, es un medio popular y masivo que permite llevar un mensaje a millones de personas.

Es importante resaltar que todos los municipios en los que el proyecto se ha enfocado en su mercado objetivo, cuentan con una emisora comunitaria.

### **Prensa**

Junto a la radio es uno de los medios más antiguo de la historia y es un medio respetado por el consumidor por su trayectoria en la historia de Colombia, pero si bien es cierto el internet ha influido en la preferencia de los consumidores, es decir, la prensa sigue estando presente

físicamente pero ahora la tendencia va hacia los contenidos digitales en pro del cuidado medio ambiental.

### **Publicidad impresa**

Este tipo de publicidad es el primero que llega al consumidor y el que tiene contacto directo con el mismo, dentro de estos se pueden encontrar: afiches publicitarios, impresión de flyers, folletos plegables dos cuerpos, folletos plegable 3 cuerpos, papel individual impreso, tarjetas postales, tarjetas cuadradas, volantes publicitarios, libros personalizados, revistas y brochur; todo lo anterior permite a los consumidores informarse detalladamente con el mensaje transmitido.

#### ***2.9.5 Selección de medios***

Teniendo en cuenta que la nueva empresa necesita canales de distribución físicos y virtuales, es necesario seleccionar los medios idóneos que permitan el cumplimiento de los objetivos de publicidad y promoción establecidos anteriormente, como son:

### **Internet**

Plataforma digital: Indispensable para que el cliente pueda personalizar los bolsos tejidos, seleccionando los estilos de preferencia.

Redes sociales: Se tiene en cuenta los resultados de la pregunta 9 que se realizó a la población objetivo, quienes en un 85% prefieren las redes sociales como canal de comunicación

de preferencia. Dentro de estas redes sociales esta: Facebook, WhatsApp, Instagram y serán las que se tomarán como medios de difusión.

### **Radio**

En los municipios donde se ubica la población objetivo se encuentran emisoras radiales con alta frecuencia como son: Radio 1, Buenas nuevas estéreo, RCN radio, Olímpica Estéreo, la Cariñosa, El Fm, La Mega, Caracol radio, Tropicana, y que tendrá acogida por el cliente objetivo, con frecuencia de 2 cuñas radiales en el transcurso del día, con un tiempo estimado de 20 segundos por cuña.

### **Publicidad voz a voz**

Esta publicidad depende del grado de satisfacción de los clientes quienes son los que se encargan de divulgar el buen nombre de la empresa

### **Publicidad exterior**

Uso de vallas en lugares estratégicos para dar a conocer la existencia de la empresa, se usarán dos vallas y estarán ubicadas en el municipio de Puente Nacional, una en la dirección de ubicación de la empresa y la otra en la entrada principal del municipio.

#### ***2.9.6 Estrategias publicitarias***

Las estrategias publicitarias permitirán posicionar e introducir el producto en el mercado a través de estrategias de lanzamiento y operación, donde se crean las expectativas que tendrán

los clientes frente al nuevo producto. De esta manera se invertirá en los medios de comunicación seleccionados para hacer efectiva estas estrategias.

### ***2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción***

**2.9.7.1 De lanzamiento.** La empresa presupuesta una inversión de \$ 6.540.000 para su inauguración y posicionamiento de marca.

**Tabla 26**

#### *Publicidad de lanzamiento*

<b>Medio</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor</b>
Vallas publicitarias	2 \$	900.000
Cuñas radiales diarias	2 \$	4.140.000
Publicidad en redes sociales	4 \$	1.500.000
<b>Total</b>	<b>\$</b>	<b>6.540.000</b>

**2.9.7.2 De operación.** Estas estrategias buscan mantener y aumentar la atención de los clientes generando un crecimiento empresarial. Para la operación mensual de la empresa se presupuesta un total de \$ 11.700.000

**Tabla 27**

#### *Publicidad de operación*

<b>Medio</b>	<b>Valor mes</b>	<b>Valor año</b>
Mantenimiento y promoción en redes sociales	350.000	\$ 4.200.000
Participación en ferias 2 x año	1.200.000	\$ 2.400.000
Radio	345.000	\$ 4.140.000
Internet	80.000	\$ 960.000
<b>Total</b>		<b>\$ 11.700.000</b>

### 3. Estudio técnico

#### 3.1 Tamaño del proyecto

##### 3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto

Para determinar el tamaño del proyecto se tiene en cuenta la capacidad de producción de la empresa, es decir, el número de unidades de bolsos tejidos que la empresa produce al año, en condiciones óptimas de funcionamiento del taller artesanal y con base en la demanda existente.

Para la producción de bolsos tejidos en el municipio de Puente Nacional Santander se tiene en cuenta la estimación de la demanda obtenida en el estudio de mercado que corresponde a 152.582 Unidades de bolsos al año y cuya población objetivo se ubicada en los municipios de Puente Nacional, Barbosa, San Gil, Bucaramanga y Tunja. El porcentaje de demanda estimada al que se espera llegar depende de la capacidad de recursos disponibles en la empresa.

### ***3.1.2 Factores que determinan el tamaño del proyecto***

**3.1.2.1 El tamaño del proyecto y la demanda.** En el estudio de mercado se pudo establecer que, si existe demanda, esta demanda es de 136.084 unidades para los municipios de Puente Nacional, Barbosa, San Gil, Bucaramanga y Tunja; y el tamaño del proyecto se va ajustando acorde a su operación, pero se puede concluir que la empresa esta con capacidad para atender esta demanda.

**3.1.2.2 Tamaño del proyecto y los suministros e insumos.** Para el tamaño del proyecto se cuenta con los proveedores tanto de suministros como de insumos necesarios para la producción de bolsos tejidos, estos dos proveedores se encuentran en la ciudad de Bogotá y en la ciudad de Barbosa Santander, adicional también se encuentran en la región otros distribuidores de materias primas que pueden surtir en menores cantidades.

**3.1.2.3 Tamaño del proyecto y la tecnología y equipos.** La tecnología que se usa en el proyecto es ancestral donde se utilizan las manos como principal herramienta para la elaboración de los bolsos tejidos a crochet, junto con los conocimientos en tejeduría de mujeres madres que durante años se han dedicado a esta labor y que se caracterizan por elaborar bolsos y otros accesorios tejidos de alta calidad. También se hace uso de una plataforma digital donde el cliente podrá personalizar el modelo de bolso de su preferencia y la compra del producto, uso de redes sociales para estar en constante comunicación con el cliente.

**3.1.2.4 Tamaño del proyecto y la localización.** La localización de la empresa es en el municipio de Puente Nacional Santander, este lugar se caracteriza por una fuerte actividad

cultural relacionada con las tradiciones ancestrales, cuenta con buenas vías de acceso y sistemas de internet y comunicación indispensables para el desarrollo del proyecto. Así mismo está ubicado muy cerca de los municipios donde se localiza la población objetivo; para el aprovisionamiento de materiales e insumos es un lugar óptimo por la cercanía a la ciudad de Barbosa Santander y a Bogotá.

**3.1.2.5 Tamaño del proyecto y financiamiento.** El capital de inversión para la puesta en marcha de la empresa se hace una parte mediante recursos propios y la otra a través de un crédito en una entidad financiera; esta obligación financiera se contraerá después de realizar un estudio de crédito donde se identifique la tasa más baja de interés y mayor apoyo a emprendedores.

De igual manera se buscará financiamiento en entidades que apoyan las ideas de negocios como es el Fondo Emprender del SENA, con quienes ya se ha empezado a establecer contacto para recibir asesorías para crear la empresa de acuerdo al proyecto que se está desarrollando.

### ***3.1.3 Capacidad del proyecto***

**3.1.3.1 Capacidad total diseñada por línea de producto.** Esta capacidad corresponde a la máxima capacidad que se puede producir en función del tiempo y según las necesidades reales de la demanda de bolsos.

Los datos necesarios para el cálculo de la capacidad diseñada son:

25 trabajadoras\* 3 turnos\* 8 horas\* 7 días\* 52 semanas\* 60 minutos= 13.104.000

Ahora el tiempo de producción por bolso es así:

Bolso mediano= 5 días= 40 horas= 2400 minutos

Bolso grande= 7 días= 56 horas= 3360 minutos

Ahora también se tiene en cuenta el porcentaje de preferencia por tamaño de bolso, resultados pregunta 17, así:

Bolso mediano= 68%

Bolso grande= 32%

### Tabla 28

*Capacidad total diseñada por línea de producto*

Tamaño Bolso	Tiempo Minutos	Preferencia por tamaño	Tiempo de producción	Capacidad
Mediano	13.104.000	68%	2400	3712,8
Grande	13.104.000	32%	3360	1248,0
<b>Total</b>				<b>4960,8</b>

El total de capacidad diseñada es de 4960 unidades de bolsos tejidos personalizados.

**3.1.3.2 Capacidad instalada.** Para hallar esta capacidad se tiene en cuenta el tiempo real de producción de la empresa, es decir, se descuentan los periodos de inactividad los cuales son 30 minutos por turno, 1 día a la semana y se trabajan 2 turnos.

25 trabajadoras\* 2 turnos\* 7,5horas\* 6 días\* 52 semanas\* 60 minutos = 7.020.000

Ahora el tiempo de producción por bolso es así:

Bolso mediano= 5 días= 40 horas= 2400 minutos

Bolso grande= 7 días= 56 horas= 3360 minutos

Ahora también se tiene en cuenta el porcentaje de preferencia por tamaño de bolso, resultados pregunta 17, así:

Bolso mediano= 68%

Bolso grande= 32%

## Tabla 29

### *Capacidad instalada*

Tamaño Bolso	Tiempo Minutos	Preferencia por tamaño	Tiempo de producción	Capacidad
Mediano	7.020.000	68%	2400	1989
Grande	7.020.000	32%	3360	668,57
<b>Total</b>				<b>2658</b>

La capacidad instalada sería de 2.658 bolsos tejidos personalizados.

**3.1.3.3 Capacidad utilizada y proyectada.** Esta capacidad es con la que se iniciará el proyecto.

Se tiene en cuenta los siguientes datos:

25 Trabajadoras\* 1 turnos\* 7,5 horas\* 6 días\* 52 semanas\* 60 minutos= 3.510.000

Ahora el tiempo de producción por bolso es así:

Bolso mediano= 5 días= 40 horas= 2400 minutos

Bolso grande= 7 días= 56 horas= 3360 minutos

Ahora también se tiene en cuenta el porcentaje de preferencia por tamaño de bolso, resultados pregunta 17, así:

Bolso mediano= 68%

Bolso grande= 32%

### Tabla 30

#### *Capacidad utilizada*

Tamaño Bolso	Tiempo Minutos	Preferencia por tamaño	Tiempo de producción	Capacidad
Mediano	3.510.000	68%	2400	994,5
Grande	3.510.000	32%	3360	334,29
<b>Total</b>				<b>1329</b>

La cantidad de bolsos tejidos con los que se iniciará el proyecto será de 1.329 bolsos tejidos a mano en estilos personalizados que corresponde al 50% de la capacidad instalada y su proyección se hace en base al crecimiento que tuvo el sector de las manufacturas en Colombia que fue del 1,2% en el año 2018- 2019 (Dane, 2020, p. 3).

**Tabla 31***Capacidad proyectada*

<b>Año</b>	<b>Capacidad Instalada</b>	<b>% Crecimiento</b>	<b>Cap. proyectada</b>
1	2.658	50%	1.329
2	2.658	51,2%	1.345
3	2.658	52,4%	1.361
4	2.658	53,6%	1.377
5	2.658	54,8%	1.394

De esta manera, al cabo de 5 años la empresa Arte Tejido MY contará con un porcentaje de crecimiento del 54,8% que equivale a 1.394 unidades.

### **3.2 Localización**

#### **3.2.1 Macrolocalización**

La empresa **Arte Tejido MY**, se ubicará geográficamente en el municipio de Puente Nacional y desde allí penetrará el mercado, a continuación, algunas características geográficas:

Puente Nacional es un municipio que se encuentra ubicado en el departamento de Santander y pertenece a la Provincia de Vélez cuya capital es el Municipio de Vélez. La cabecera municipal está situada a 1625 metros sobre el nivel del mar, tiene una temperatura media de 19 Grados Centígrados, hidrográficamente el municipio se localiza sobre la Cuenca del Rio Suarez

y limita por el norte con Guavatá y Barbosa, por el oriente con Moniquirá y Santa Sofía (Boyacá), por el sur con Saboyá (Boyacá) y por el occidente Albania y Jesús María.

El municipio cuenta con una extensión de 248 km<sup>2</sup>, se encuentra a 219 km de distancia de Bucaramanga y a 157 km de la capital del país.

Así mismo, la distancia con los municipios donde se ubica la población objetivo es:

Puente Nacional- Barbosa Santander: 15 km, el tiempo estimado en la ruta es de 33 minutos aproximadamente.

Puente Nacional- San Gil Santander: 126 km, el tiempo estimado de viaje es de 2 horas y 40 minutos.

Puente Nacional- Tunja Boyacá: 79 km, su tiempo estimado es 1 hora y 40 minutos.

El municipio cuenta con red vial primera en su gran mayoría en buen estado y con su correcta señalización, es un punto nodal, al igual que Barbosa y Vélez, donde concurren obligatoriamente otros municipios de la provincia, facilitando el desarrollo de actividades comerciales, económicas, sociales y culturales.

El desarrollo del proyecto se hará en Puente Nacional en virtud de la gran riqueza cultural con la que cuenta el municipio. “Tiene una fuerte actividad cultural vinculada a las tradiciones ancestrales de los pueblos” (El Gran Santander, 2020). Así mismo, se cuenta con recurso humano con experiencia en la tejeduría a crochet, los cánones de arrendamientos y los servicios

públicos son un poco más económicos en comparación con otros municipios que se encuentran sobre la vía nacional. Todas estas características han hecho que sea el lugar óptimo para la localización de la empresa.

### ***3.2.2 Microlocalización***

En la última actualización del EOT del año 2000, no se contempla información sobre el ordenamiento de establecimientos comerciales, ni el uso de suelos para prácticas industriales de este tipo, sin embargo, se realiza acercamiento en la Secretaria de Planeación Municipal para conocer la actualización o en su lugar la información con respecto a las zonas industriales, por lo que dicha oficina informó, que en la actualidad el municipio de Puente Nacional no tiene zonas asignadas específicas donde las empresas deban ubicarse, es decir, desde que la actividad económica no obstruya o perturbe el ambiente y la comunidad, puede ubicarse en el barrio que crea pertinente, claramente en establecimiento comercial.

De la misma manera, resulta importante resaltar que, la zona representativa del comercio está alrededor del parque Lelio Olarte que genera un flujo de personas considerable, el Parque de las luces y Plaza de Mercado que también es una zona donde un alto número de personas se reúne; adicionalmente el Esquema de Ordenamiento Territorial contempla el apoyo a proyectos turísticos que incentiven el desarrollo económico del municipio y con esto el aumento del comercio en las artesanías, tema que se acota en la creación de la empresa de bolsos personalizados tejidos a mano.

Es importante resaltar los objetivos del Plan de Ordenamiento Territorial que beneficiarían al presente proyecto:

Complementar la planificación económica y social que contiene en Plan de Desarrollo Municipal.

Convertir al municipio en un centro de desarrollo turístico con patrimonio histórico paisajístico.

Impulsar el desarrollo del municipio teniendo en cuenta su vocación en aspectos como el agro y al productor para el mejoramiento de sus actividades.

Según lo anterior, las opciones contempladas son las siguientes:

Opción 1: barrio Gaitán Calle 5 N° 3 – 66

Opción 2: barrio Centro Carrera 6 N° 5 – 78

Opción 3: barrio El Progreso Calle 6 N° 4 – 61

Con el fin de determinar la ubicación de la fábrica, se tienen en cuenta aspecto como:

Canon de arrendamiento

Costo de servicios públicos

Impacto social

Vías de acceso

Seguridad

**Tabla 32**

*Ponderación de los factores de calificación cualitativa por puntos*

<b>Factor</b>	<b>Peso asignado</b>	<b>Opción 1</b>	<b>Opción 2</b>	<b>Opción 3</b>
Canon de Arrendamiento	0.35	Hasta \$1.000.000	Desde \$1.000.000 - \$1.500.000	Desde \$1.501.000 - \$2.000.000
Servicios Públicos	0.15	Buen servicio y costo medio alto	Buen servicio y alto costo según estrato	Servicio regular y muy altos costos
Impacto Social	0.15	Muy bueno, es muy concurrido y la gente se interesa por los nuevos negocios	Genera interés	No genera interés
Vías de acceso	0.35	Opción de ingreso, vías en buen estado y opción de parquear	Opciones de ingreso y vías en buen estado	Ingreso limitado y tiene opción de parquear

Ahora se obtiene la siguiente puntuación:

**Tabla 33**

*Total puntuación para determinación de la ubicación*

<b>Factor</b>	<b>Peso asignado</b>	<b>Opción 1</b>		<b>Opción 2</b>		<b>Opción 3</b>	
Canon de Arrendamiento	0,5	9	4,5	7	3,5	5	2,5
Servicios Públicos	0,2	8	1,6	6	1,2	4	0,8
Impacto Social	0,2	7	1,4	5	1	3	0,6
Vías de acceso	0,1	9	0,9	8	0,8	6	0,6
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>8,4</b>		<b>6,5</b>		<b>4,5</b>	

### **Determinación de la ubicación óptima**

Luego de definir factores y puntajes, se analizan los resultados obtenidos con el fin de tomar una decisión acertada que beneficie el proyecto. Dadas las opciones, la que obtuvo la calificación más alta fue la Opción 1: Barrio Gaitán Calle 5 N° 3 – 66 donde se encuentra un local disponible para realizar las adecuaciones pertinentes para el inicio de operaciones y lo más importante según el EOT y la información suministrada por la Secretaría de Planeación, es una zona donde se permiten actividades industriales y de comercio como la del presente documento.

## **3.3 Ingeniería del proyecto**

### ***3.3.1 Ficha técnica del producto***

Esta ficha resume las características técnicas y de empaque de los bolsos tejidos a mano en estilos personalizados

#### **Tabla 34**

*Ficha técnica del producto*

**Descripción del producto**

Bolsos tejidos a crochet estilo mochila, elaborados 100% a mano en estilos personalizados.

**CARACTERÍSTICAS****Color**

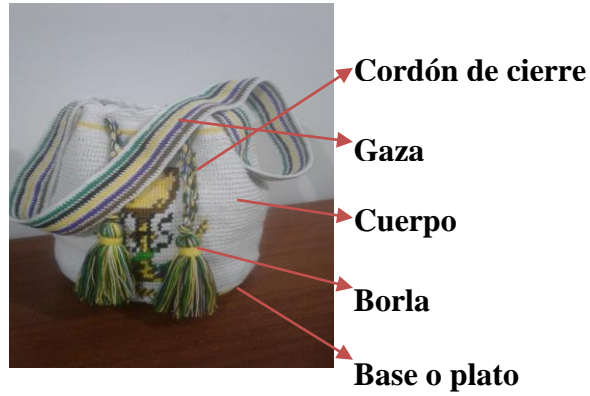
Unicolor y multicolor

**Materiales**

Hilo lana de diferentes colores

**Tamaños****MEDIDA**

TAMAÑO	Base	Base Bolso	Altura Gaza	Ancho gaza
Mediano	De 22 a 30 cm	De 21 a 25 cm	De 54 a 56 cm	6 a 7 cm
Grande	De 31 a 40 cm	De 26 a 31 cm	De 57 a 60 cm	8 a 9 cm

**Partes**

Etiqueta en madera en forma de botón con el logo de la empresa

**Etiqueta**

Etiqueta con el sello de Calidad "Hecho a Mano"



Nota: tomado de: [repositorio.artesaniasdecolombia.com.co](http://repositorio.artesaniasdecolombia.com.co)

**Empaque**

Bolsa de papel Kraft biodegradable, medidas: largo 33 cm x ancho 25 cm x alto 13 cm



Nota: tomado de: [articulo.mercadolibre.com.co](http://articulo.mercadolibre.com.co)

Caja de cartón con tapa en la parte superior, color kraft, medidas:  
35cm x 25cm x 20cm

### **Embalaje**



Nota: tomado de: <https://www.krafti.net/cajitas-kraft>

---

**Vida útil**

12 meses

---

### **3.3.2 Descripción técnica del proceso**

A continuación, se describe el proceso de producción y venta de bolsos tejidos a mano en estilos personalizados así:

#### **Uso de tecnología ancestral**

La elaboración de bolsos tejidos se hace a través de tecnología ancestral que durante años han usado las mujeres en el municipio de Puente Nacional y la región, y que ha resistido el paso del tiempo, la cual hace uso de las manos como principal herramienta para la elaboración de los productos.

Esta tecnología y saberes ancestrales en su gran mayoría han sido transmitidos de generación en generación y han presentado cambios importantes como la incorporación de nuevos motivos y diseños, aplicación de nuevos colores al tejidos y uso de diferentes materiales.

### **Diseño de bolsos personalizados**

**Plataforma digital:** Al ingresar a la página web, el cliente podrá obtener información de los datos de identificación de la empresa de tejidos, así mismo, se encontrará un video de bienvenida cuya duración será de 1 minuto donde se mostrará la importancia de la empresa de bolsos tejidos a mano, con fotografías de los bolsos que se han entregado y las experiencias contadas por los clientes; también se muestra el talento del artesano de Puente Nacional; buscando transmitir emociones y más que mostrar, animar al cliente a valorar el arte tejido a mano a través de la compra de bolsos personalizados.

Luego encontrará varias pestañas de información, como son estilos de bolsos ya definidos que incluyen imágenes para dar una información más completa y elegir el de su preferencia, seleccionada por tamaños, estilos unicolor o multicolor entre otros. Ahora, si desea personalizar su bolso puede ingresar a la pestaña de estilos personalizados y escoger el tamaño, luego encontrará una mochila animada donde se identifican sus partes, se puede seleccionar el color

para cada parte, patrones de base y cuerpo, y estilos de fajón o gaza y los estilos de borlas; una vez se ha elegido el estilo de bolso, cliente ingresará la información necesaria para el proceso de envío, luego se selecciona la compra y el medio de pago, puede ser por la página web usando PSE o consignando a la cuenta de la empresa. Este pago se realiza en dos modalidades, total o parcial anticipado para hacer efectivo el pedido, en caso del pago parcial el porcentaje de dinero restante será cancelado al momento de recibir el pedido. Adicional, El cliente también selecciona la fecha de envío de su producto, estas fechas son acordes a los tiempos de producción en relación con el tamaño de los mismos, se podrán establecer nuevas fechas de envío siempre y cuando sean inferiores a las preestablecidas automáticamente.

El diseño de preferencia del cliente: Una vez se tiene la información del pedido del cliente se imprime la imagen para el proceso de elaboración.

### **Producción**

Recepción de materiales e insumos: Se reciben las materias primas y materiales necesarios para el proceso de producción, en este caso el hilo lana, agujas o ganchillos, cinta métrica, tijeras y separadores de tejido.

Selección de materiales e insumos: Una vez se tiene el patrón de tejidos se hace la selección de colores y cantidades necesarios para iniciar el proceso de producción.

Tejido del bolso: Este proceso de tejido se inicia con la base entrecruzando hilos con la ayuda de un ganchillo y realizando una cadeneta, en toda la base se hacen aumentos de acuerdo

al patrón de tejido que se esté siguiendo, el cuerpo del bolso ya no necesita aumentos se realiza el mismo punto hasta finalizar el bolso, el cordón de cierre y el fajón se hacen por separado siguiendo la secuencia de colores usado en el cuerpo del bolso.

Control de calidad: este proceso se realiza dos veces durante el tiempo del tejido del bolso con el fin de verificar y controlar dimensiones, aumentos o disminuciones según la pieza a tejer, tensión de hilos y evolución de las puntadas, verificar posibles fallas en la similitud del tejido con el patrón que se sigue.

Etiquetado: se le agrega una etiqueta en madera (botón) al producto terminado con el logo de la empresa y las recomendaciones del cuidado del producto, también una del sello de calidad hecho a mano que incluye el logo de Artesanías de Colombia y el logo del ICONTEC.

Acabados: una vez terminado el bolso se procede a retirar todos los hilos y se pulen los terminados.

### **Empaque y almacenamiento**

Selección de empaque: Una vez se ha terminado y pulido el bolso se procede a seleccionar el tamaño de los empaques necesarios para el tamaño del bolso.

Empaque: El producto terminado es empacado en bolsas de papel kraft biodegradables y luego se guarda en una caja de cartón con tapa de cierre del tamaño correspondiente al producto.

Control de calidad: se verifica que el empaque sea de acuerdo al tamaño del bolso y que el producto terminado este dentro de la bolsa de papel kraft y su respectiva caja de manera que se garantice el cuidado.

Almacenado: El producto empacado es llevado al área de bodega para su posterior distribución.




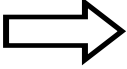


Distribución: Se hace el envío del bolso a través de la empresa de envíos a la dirección indicada por el cliente.

### ***3.3.3 Diagrama de operaciones, proceso y procedimiento***

El diagrama usa la simbología propuesta en la norma ISO 9001 para el desarrollo del proceso necesario en la fabricación de bolsos tejidos a mano así:

#### **Tabla 35**

##### *Simbología*

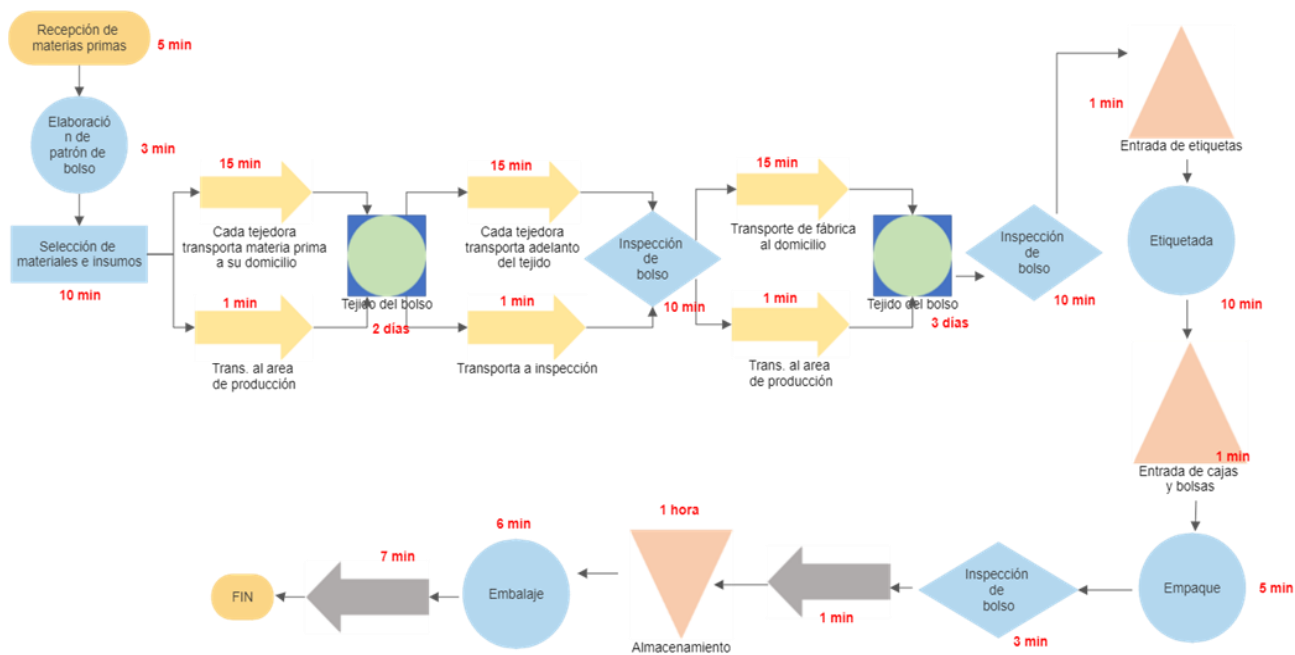
<b>Símbolo</b>	<b>Significado</b>	<b>Uso</b>
	Operación	Indica las principales fases del proceso, método o procedimiento.
	Operación e inspección	Indica la verificación o supervisión durante las fases del proceso, método o procedimiento de sus componentes.
	Inspección y medición	Presenta el hecho de verificar la naturaleza, cantidad y calidad de los insumos y productos.
	Transporte	Indica cada vez que un documento se mueve o traslada a otra oficina y/o funcionario.
	Entrada de bienes	Indica productos o materiales que ingresan al proceso.
	Almacenamiento	Indica el depósito permanente de un documento o información dentro de un archivo.

Nota: Adaptado de la guía de diagrama de flujo, simbología propuesta por la International Organization for Standardization (ISO 9001).

### **Diagrama de flujo de producción**

Figura 29

Diagrama flujo de producción



### 3.3.4 Control de calidad

Para la empresa es de vital importancia ir implementando diferentes normas de calidad, que en un mediano plazo garanticen la calidad de los productos y la satisfacción de los clientes evidenciándose en un mayor crecimiento y rentabilidad. Para este control de calidad se hace seguimiento detallado de los procesos de la empresa de bolsos y que involucra el personal de la organización, en este caso como taller artesanal con el fin de optimizar los procesos para obtener un producto final que satisfaga las expectativas del cliente.

La definición de taller artesanal se contempla en el Decreto 258 de 1987 “Por el cual se reglamenta la Ley 36 de 1984 y se organiza el Registro de Artesanos y de Organizaciones Gremiales de Artesanos y se dictan otras disposiciones”.

Se considera taller artesanal al lugar, donde el artesano tiene sus elementos de trabajo instalados para lograr un proceso autónomo e independiente de producción de objetos artesanales y prestación de servicios de conformidad con el índice de oficios artesanales donde existe una baja división del trabajo con una función múltiple de creación, enseñanza y organización (Decreto 258, 1987).

Adicional también se tiene en cuenta la Norma Técnica Colombia ISO 9001 y la obtención del sello de calidad “Hecho a mano”.

El objetivo principal que tiene ISO-9001 es aumentar la satisfacción del cliente, gracias a los procesos de mejora continua. Es ideal para que la organización que decida aplicarla pueda garantizar que va a tener la capacidad de ofrecer productos y/o servicios que se ajustan a las exigencias de sus clientes, y estará avalado por una certificación internacional que aporta prestigio, seguridad y garantía (NTC ISO 9001, 2015).

Se tendrá en cuenta los requisitos necesarios para que la empresa pueda contar con el Sello de Calidad “Hecho a Mano” de Artesanías de Colombia, institución que certifica que el producto cumple con los parámetros de calidad y tradición establecidos por el ICONTEC a través de documentos “referenciales” en los que se describe el proceso de elaboración de los

productos y además sirve de guía para certificar “el valor de lo hecho a mano con calidad” (Artesanías de Colombia, 1997).

Es una certificación permanente que garantiza que el proceso de elaboración de los bolsos tejidos estará bajo los parámetros de calidad establecidos a lo largo de todo el proceso productivo y del producto terminado. Este sello de calidad vigilará y registrará información básica de la empresa, como también, experiencias en desarrollo empresarial del taller, experiencias en calidad del taller artesanal, información administrativa y la información financiera, a través de un grupo de preguntas por cada ítem que evaluarán el grado de perfección en los procesos internos de la empresa.

### **Control de calidad en materias primas e insumos**

El hilo lana debe tener homogeneidad en el color, debe ser parejo, presentar una tensión uniforme, no presentar impurezas. Este hilo lana es una fibra natural producida por animales ovinos, renovable, es capaz de biodegradarse sin producir contaminantes, cumple con características como: resistencia, elasticidad, flexibilidad, adsorbe la humedad del ambiente.

Así mismo, las etiquetas que se usan como los botones en madera no son contaminantes al medio ambiente y deben cumplir con características como durabilidad, acabados óptimos, tamaños y colores.

### **Control de calidad en el proceso**

Los orillos del tejido del bolso tejidos a crochet deben ser uniformes sin irregularidades, hilos sueltos o flojos, garantizando que el porcentaje de encogimiento sea equilibrado en toda la pieza.

Al momento de hacer el empalme de los hilos y los añadidos deben no se deben notar en toda la extensión del tejido y los remates deben ser homogéneos.

El tejido debe tener una densidad constante, y estar libre de flotes o hilos flojos de trama excepto que correspondan a un efecto propio del ligamento. No debe presentar errores de repase.

La superficie del tejido debe ser homogénea y uniforme en cuanto a textura y regularidad. El ancho y largo de la pieza deben considerar los estándares de encogimiento, entre el 10 y 15% de la longitud de la pieza.

Las medidas y colores de los productos deben ser las que se manejan estandarizadas y coincidir con las fichas técnicas que se hayan entregado (Artesanías de Colombia, 2016, p. 59).

### **Control de calidad en el empaque y embalaje**

El empaque usado para los bolsos tejidos son bolsa en papel kraft en material biodegradable la cual tiene impreso el logo de la empresa y la información del cuidado del producto, también una caja de cartón con tapa de cierre que lo protege adecuadamente durante su manipulación para el almacenamiento y distribución al lugar de destino del cliente. Este

empaque y embalaje lleva impresa información de la cantidad de productos, peso, condiciones de almacenamiento y conservación con el fin se garantiza la manipulación óptima de los bolsos tejidos.

### 3.3.5 Recursos

**3.3.5.1 Talento humano.** Está conformado por el personal necesario en el área operativa y administrativa

**Tabla 36**

*Mano de obra directa*

Área	Cantidad	Descripción
Plataforma digital	1	Diseñador
Producción	1	Jefe de producción
	25	Tejedoras (Mujeres madres)
Ventas	1	Asesor de tienda virtual y física

**Tabla 37**



*Mano de obra indirecta*

Área	Cantidad	Descripción
Administrativa	1	Gerente
	1	Secretaria General
	1	Contador

**3.3.5.2 Recursos físicos.** En este punto se establece los elementos necesarios para la puesta en marcha de la empresa productora de bolsos personalizados tejidos a mano.

**Tabla 38**

*Muebles y enseres*

Muebles y enseres	Cantidad	Descripción	Imagen
Estantes	5	Metálicos con 6 entrepaños, color blanco, 2 m altura x 92 cm ancho x 30 cm profundidad, resistencia 50 kg	 <p data-bbox="927 1140 1305 1203">Nota: Tomado de: <a href="http://articulo.mercadolibre.com.co">articulo.mercadolibre.com.co</a></p>
Archivador	2	Metálico, 3 puestos, 70 cm largo x 38 cm ancho x 47 cm profundidad con soporte para carpetas colgantes	 <p data-bbox="927 1486 1305 1549">Nota: tomado de: <a href="http://articulo.mercadolibre.com.co">articulo.mercadolibre.com.co</a></p>

Mesas de trabajo	12	Madera, 90 cm de altura x 60 cm de ancho x 1 m de larga, para dos tejedoras, con 12 porta conos por cada lado, se usa como mesa para colocar los materiales necesarios en el tejido.	
Sillas	21	Madera sin brazos, acolchada.	
Mesa	1	Madera, 6 puestos	
Exhibidor de bolsos	2	Madera 4 puestos, 1,2 m x 0,6 m x 1,3 m	

Nota: tomado de: [tramontina.com.br](http://tramontina.com.br)

Nota: tomado de: FUN Fábricas Unidas

Nota: tomado de [es.superudisplay.com](http://es.superudisplay.com)

Cestas 5 Pedal, redonda, color gris, Vanyplas



Nota: tomado de: HOMECENTER  
SODIMAC Corona

**Tabla 39**

*Equipo de oficina*

Equipo de oficina	Cantidad	Descripción
Computador de escritorio	3	Procesador Intel 2,0 GHz Sistema operativo: Windows 10 RAM: 4 GB Disco duro: 500 GB Pantalla: 19,5" pulgadas
Silla ergonómica	3	Respaldo reclinable, Asiento regulable de altura, antiestática
Escritorio	3	120x75x50, mueble con cajón, en madera
Teléfono	2	Alámbrico Big Button- INTELBRAS
Calculadora	2	científica Casio fx-82
Televisor	1	32" pulgadas, LED HD plano smart TV
Botiquín primeros auxilios	2	Metálico, industrial 27*20*10
Extintor	1	2,5 libras
Camilla de primeros auxilios	1	Polietileno 185* 45 cm
Impresora	1	Multifuncional HP, 24 bits, 360 MHz de velocidad

### Herramientas proceso de producción

**Tabla 40**

*Herramientas proceso de producción*

Herramientas	Cantidad	Descripción
Tijeras metálicas	12	De 18 cm, acero inoxidable
Cinta métrica	12	De costura, 2 metros
Agujas de ganchillo	8	Caja x 11 unidades, ergonómicas, mango siliconado
Marcadores de punto	2	Caja x 20 unidades, plásticos

**3.3.5.3 Recurso de insumos.** Para la elaboración de bolsos tejidos a crochet es necesario se requiere de la siguiente materia prima:

**Tabla 41**

*Materia prima*

Materia prima	Cantidad	Descripción
Hilo lana bolso mediano	400 gr	Cono, grosor: 1,5mm
Hilo lana bolso grande	500 gr	Cono, grosor: 1,5mm

Para el empaque son necesarios los siguientes materiales directos:

**Tabla 42**

*Materiales directos*

<b>Materiales</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>
<b>Etiquetas</b>	500	Sello "Hecho a mano" lleva impreso el logo de Artesanías de Colombia e ICONTEC
	1329	Etiquetas en madera con el logo de la empresa
<b>Empaque</b>	1329	Bolsas de papel kraft biodegradable 33 cm x25 cm x 13 cm
	1329	Cajas de cartón con tapa ajustable color kraft 35cm x 25cm x 20cm

**3.3.6 Análisis de proveedores**

El análisis de proveedores se realizó bajo los parámetros de calidad y buen precio.

**Tabla 43**

*Análisis de proveedores*

<b>PROVEEDORES</b>	<b>NOMBRE EMPRESA</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>CONTACTO</b>
Hilo lana, agujas, cinta métrica tijeras, separadores de tejido	La Perla Cacharrería	Carrera 9# 8- 56 Barbosa Santander	3118530224
	Hilanderías Bogotá S. A	Calle 56# 13-64 Chapinero Bogotá	3203335524
Cajas de cartón color kraft con tapa	Empaques & cartones S.A.S	Carrera 96i # 16C- 73 Bogotá	7469803
	Comercializadora Mil Cajas	Calle 33 # 12-04 Bucaramanga	3102900438

ajustable		Santander	
Bolsas de papel kraft biodegradables	Empaques & cartones S.A.S	Carrera 96i # 16C- 73 Bogotá	7469803
	Polimprecol S.A.S	Calle 25d # 100 - 76 Bogotá	4150059
Etiquetas	INDUBOTONES	Carrera 68D# 13-54 inte 4 Bogotá	4120020
	Artesanías de Colombia	Carrera 2# 18 a- 58 Bogotá	
Tejedoras	Mujeres madres que se dedican a la tejeduría en el municipio de Puente Nacional Santander	Están ubicadas en el casco urbano y veredas aledañas al municipio	

### 3.3.6.1 Ficha técnica de proveedores

**Tabla 44**

*Ficha técnica de proveedores*

<b>Tipo de investigación</b>	La investigación es de carácter exploratorio y descriptivo, se realiza con el fin de obtener información necesaria en el estudio.
<b>Método de investigación</b>	Inductivo, busca obtener una conclusión general del análisis de casos particulares.
<b>Fuentes de información</b>	Primarias
<b>Técnica de recolección</b>	Llamada telefónica y envío de formulario a través de google docs.
<b>Instrumento</b>	Cuestionario: estructurados para la recolección de datos a través de interrogantes relacionadas con el objetivo de la investigación.
<b>Definición de la población</b>	Proveedores de lana, tijeras, separadores de tejido, agujas de crochet, cinta métrica: La perla, Hilanderías Bogotá S. A Proveedores de bolsas de papel kraft biodegradables, cajas de cartón y etiquetas: Empaques & cartones S.A.S, Comercializadora Mil Cajas, Polimprecol S.A.S,

INDUBOTONES y Artesanías de Colombia.

Proveedoras de tejidos: Mujeres madres del municipio de Puente Nacional Santander con conocimiento en tejidos a crochet.

**Modo de aplicación** Directa a los posibles proveedores

**Proceso de muestreo** Censo

**Alcance** Santander Colombia

**Tiempo de aplicación** 12 al 15 de mayo de 2021

---

**3.3.6.2 Tabulación, presentación y análisis de resultados.** Una vez realizada la investigación se tienen los siguientes resultados:

**Encuesta realizada a proveedores de insumos y materiales**

1. Disponibilidad de las materias primas

**Tabla 45**

*Disponibilidad de insumos y materiales*

<b>Empresa proveedora</b>	<b>Respuesta</b>
La Perla Cacharrería	Sí
Hilanderías Bogotá S. A	Sí
Empaques & cartones S.A.S	Sí
Comercializadora Mil Cajas	Sí
Polimprecol S.A.S	Sí
INDUBOTÓN	Sí
Artesanías de Colombia	Sí

## 2. Precio por unidad

**Tabla 46***Precio por unidad de medida*

<b>Empresa proveedora</b>	<b>Medida</b>	<b>Precio</b>
<b>Hilo Lana</b>		
La Perla Cacharrería	50 gr	\$ 2.500
Hilanderías Bogotá S. A	50 gr	\$ 1.750
<b>Agujas de crochet</b>		
La Perla Cacharrería	Unidad	\$ 1.500
Hilanderías Bogotá S. A	Unidad	\$ 700
<b>Cinta métrica (1 metro)</b>		
La Perla Cacharrería	Unidad	\$ 2.800
Hilanderías Bogotá S. A	Unidad	\$ 1.350
<b>Tijeras</b>		
La Perla Cacharrería	Unidad	\$ 4.200
Hilanderías Bogotá S. A	Unidad	\$ 3.300
<b>Separadores de tejido</b>		
La Perla Cacharrería	Unidad	\$ 500
Hilanderías Bogotá S. A	Unidad	\$ 120
<b>Bolsas de papel kraft biodegradables</b>		
Empaques & cartones S.A.S	Unidad	\$ 445
Polimprecol S.A.S	Unidad	\$ 550
<b>Cajas de cartón con tapa ajustable color kraft</b>		
Comercializadora Mil Cajas	Unidad	\$ 900
Empaques & cartones S.A.S	Unidad	\$ 850
<b>Etiquetas</b>		
INDUBOTONES (Botones en madera con el logo de la empresa)	Unidad	\$ 500
Artesanías de Colombia (Talonario con el sello de calidad hecho a mano que incluye 500 unidades)	Talonarios	\$ 25.000

## 3. Forma de pago

**Tabla 47***Forma de pago establecida por los proveedores*

<b>Empresa proveedora</b>	<b>Contado</b>	<b>Crédito</b>
La Perla Cacharrería	X	
Hilanderías Bogotá S. A	X	
Empaques & cartones S.A.S	X	
Comercializadora Mil Cajas	X	
Polimprecol S.A.S	X	
INDUBOTÓN	X	
Artesanías de Colombia	X	

## 4. Disponibilidad para realizar acuerdos comerciales con la empresa

**Tabla 48***Disponibilidad de realizar acuerdos comerciales*

<b>Empresa proveedora</b>	<b>Respuesta</b>
La Perla Cacharrería	Sí
Hilanderías Bogotá S. A	Sí
Empaques & cartones S.A.S	Sí
Comercializadora Mil Cajas	Sí
Polimprecol S.A.S	Sí
INDUBOTÓN	Sí
Artesanías de Colombia	Sí

### **Encuesta realizada a proveedoras de tejido a crochet (Tejedoras)**

Se estructuró una encuesta de 11 preguntas que permiten, en primera instancia realizar un acercamiento a las mujeres tejedoras del municipio de Puente Nacional, conocer los años de experiencia y las características de los tejidos elaborados.

Una vez aplicada dicha encuesta a 29 mujeres residentes en el municipio de Puente Nacional se ha logrado obtener información valiosa para el presente proyecto:

#### **1. ¿Es usted madre?**

**Tabla 49**

*Cantidad de madres*

<b>Concepto</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	25	13,8%
<b>No</b>	4	86,2%
<b>Total</b>	29	100%

De las 29 mujeres encuestadas, 25 son madres residentes en el municipio de Puente Nacional y teniendo en cuenta que el proyecto tiene un objetivo a nivel social ya que se pretende vincular a la empresa aquellas mujeres madres que cuenten con experiencia en el arte de tejer.

2. ¿Hace cuánto sabe tejer a crochet?

**Tabla 50**

*Tiempo de experiencia en el tejido*

<b>Concepto</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Menos de un año</b>	2	6,9%
<b>De 1 a 2 años</b>	4	13,8%
<b>De 3 a 4 años</b>	5	17,2%
<b>De 5 años o más</b>	18	62,1%
<b>Total</b>	29	100%

De acuerdo con las respuestas dadas, se puede evidenciar que la mayoría de las mujeres, es decir 18 mujeres, tienen 5 o más años de experiencia en el arte, lo que quiere decir que su nivel de desempeño y rendimiento es adecuado para tenerlas en cuenta durante el reclutamiento de tejedoras.

No obstante, también se cuenta con mujeres cuya experiencia es de 1 a 4 años lo que genera un potencial para manejar los grados de complejidad de los tejidos.

3. ¿Cómo aprendió el arte de la tejeduría?

**Tabla 51**

*Origen del conocimiento*

<b>Concepto</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Por un familiar</b>	11	37,9%
<b>Por un amigo o conocido</b>	11	37,9%

<b>Por una institución</b>	2	6,9%
<b>Por redes sociales</b>	1	3,4%
<b>Otros</b>	4	13,8%
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>

Del total de las mujeres encuestadas 11 aprendieron del arte por un familiar, 11 aprendieron por un amigo o conocido, 2 por una institución, 1 por redes sociales y 4 mujeres por otros medios. Lo que indica que la experiencia de 27 mujeres es empírica y que, pese a que no aprendieron por alguien experto, su arte es muy bueno.

4. ¿Cuenta con alguna certificación que garantice sus habilidades y destrezas en la tejeduría a crochet?

**Tabla 52**

*Certificación de habilidades*

<b>Concepto</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	0	0 %
<b>No</b>	29	100 %
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>

De acuerdo a las respuestas, las 29 mujeres no cuentan con certificación de sus habilidades, es decir, desempeñan este arte empíricamente.

5. En caso que su respuesta anterior sea afirmativa indique ¿cuál entidad la certificó?

**Tabla 53**

*Entidad certificadora*

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
SENA	0	0%
Artesanías de Colombia	2	100%
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>100%</b>

Solamente 2 mujeres cuentan con certificación de sus habilidades y dicha certificación es otorgada por Artesanías de Colombia.

6. En caso de no haber recibido ninguna certificación, ¿le gustaría que una entidad avale sus habilidades y destrezas en la tejeduría a crochet?

**Tabla 54** Certificación

*Certificación*

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Si	28	96,6%
No	1	3,4%
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>

De las 29 mujeres que respondieron la encuesta solo 1 dijo que no quería obtener certificación por parte de una entidad, sin embargo, los 28 restantes si les gustaría que una entidad avalara sus habilidades en tejeduría a crochet.

## 7. ¿Cuál característica considera usted define sus tejidos a crochet?

**Tabla 55***Característica del tejido*

<b>Concepto</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Originalidad</b>	15	51,7%
<b>Variedad</b>	10	34,5%
<b>Materiales</b>	4	13,8%
<b>Otros</b>	0	0%
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>

De las 29 mujeres entrevistadas, 15 catalogan su tejido original como característica diferenciadora, 10 por la variedad y 4 dicen que su característica diferenciadora son los materiales.

## 8. ¿Se siente con capacidad para elaborar bolsos tejidos a crochet estilo mochilas siguiendo patrones complejos de tejido?

**Tabla 56***Capacidad de tejidos con complejidad*

<b>Concepto</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	27	93,1%
<b>No</b>	2	6,9%
<b>Total</b>	29	100%

27 mujeres de las 29 encuestadas dijeron que tienen la capacidad de seguir patrones complejos de tejido para la elaboración de un bolso y 2 mujeres dijeron que no.

**9. ¿Le gustaría hacer parte de Artesanías de Colombia?**

**Tabla 57**

*Preferencia a hacer parte de Artesanías de Colombia*

<b>Concepto</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	29	100%
<b>No</b>	0	0%
<b>Ya hago parte</b>	0	0%
<b>Total</b>	29	100%

Dadas las respuestas, ninguna mujer madre hace parte de artesanías de Colombia, por lo que el 100% de las mujeres encuestadas les gustaría hacer parte de Artesanías de Colombia.

**10. ¿Le gustaría certificarse con el sello de Calidad Hecho a Mano? (Certificación que otorga Artesanías de Colombia en cabeza del ICONTEC)**

**Tabla 58**

*Certificación de calidad*

<b>Concepto</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	28	96,6%
<b>No</b>	1	3,4%
<b>Ya cuento con la certificación</b>	0	0%
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>

A 28 mujeres madres les gustaría certificarse con sello de Calidad Hecho a Mano que otorga Artesanías de Colombia en cabeza del ICONTEC, pues realmente reconocen la importancia de dicha certificación en el mercado nacional y extranjero.

11. ¿Le gustaría realizar una alianza estratégica con la empresa Arte Tejido MY, a través de un Contrato de Cuentas en Participación, contemplado en el Código de Comercio artículo 507 en adelante, en el cual usted se compromete en la elaboración del 100% del bolso tejido mediante la técnica de crochet y en contraprestación recibirá un porcentaje de la utilidad del producto acordado con la empresa previamente, aclarando que la empresa se encarga de suministrarle los materiales e insumos necesarios para tal fin?

**Tabla 59**

*Contrato de cuentas en participación*

<b>Concepto</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	28	96,6%
<b>No</b>	1	3,4%
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>

Dada la última pregunta se puede concluir que la empresa “Arte Tejido MY” cuenta con 28 mujeres para la vinculación como Tejedoras bajo el contrato de Cuentas en Participación y les gustaría vincularse bajo esta modalidad.

### **3.4 Distribución de la planta**

A continuación, se muestra la distribución de la planta “Arte Tejido MY”, en la que se detalla el área de cada sección, los muebles y enseres necesarios para la puesta en marcha del proyecto, también el área de producción donde existirán 12 mesas con porta conos con su respectiva silla para que sean usados por 11 tejedoras que asisten a la planta para recibir las materias primas y patrones de tejido, como también a revisión del tejido, esta supervisión se realiza por parte del jefe de producción.

### **Figura 30**

*Distribución de la Planta*



**Tabla 60**

*Distribución de zonas*

#	Sección	Área
1	Gerencia	4,13X3,20M
2	Secretaria	6,45M
3	Baño público	1,68X1,51
4	Bodega	4,39X3,20M
5	Área de producción	5,27X3,20M
6	Baño privado	2,01X1,41M
7	Tienda física	32,26M
8	Salón social	4,12X1,58M

## **4. Estudio administrativo**

### **4.1 Forma de constitución**

Para la constitución de la empresa productora de bolsos personalizados tejidos a mano “Arte Tejido MY” se tiene en cuenta los tipos de sociedades que se pueden conformar en Colombia y se elige la Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S), introducida en la legislación nacional con la Ley 1258 de 5 de diciembre de 2008, de esta manera la empresa se denominará “Arte Tejido MY S.A.S”.

Las características de este tipo de sociedad según la ley 1258 de 2008, Cámara de Comercio de Bucaramanga son:

Se crea mediante contrato a acto unilateral que constará de un documento privado.

Se constituye por una o varias personas naturales o jurídicas quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.

Una vez inscrita en el Registro Mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas.

Las reformas estatutarias serán adoptadas por la asamblea general de accionistas y deberán constar en documento privado inscrito en el Registro Mercantil.

Es una sociedad de capitales.

Su naturaleza siempre será comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social.

Las acciones y demás valores que emita las S.A.S. no podrán inscribirse en el Registro Nacional de Valores y Emisores ni negociarse en bolsa.

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

No está obligada a tener junta directiva.

Cuando los activos aportados a la sociedad comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución de la sociedad deberá hacerse de igual manera e inscribirse también en los registros correspondientes (p. 2).

### **Procedimientos**

**Consulta código de actividad económica:** La consulta permitir encontrar el código CIU a nivel nacional y es importante, ya que es un paso definitivo para el proceso de categorización de la nueva empresa. Para la empresa el código CIU es 1391: Fabricación de tejidos de punto y ganchillo.

**Verificación de la homonimia.** Con el fin de verificar que el nombre elegido para la empresa no se encuentre registrado para otro establecimiento comercial a nivel nacional se hace la verificación en la página del RUES <https://www.rues.org.co/> y como resultado se obtiene que el nombre Arte Tejido MY S.A.S no se hallan registros.

**Consulta sobre el uso del suelo.** Se refiere al visto bueno que debe dar la Secretaria de Planeación Municipal, en este caso específico la Alcaldía Municipal de Puente Nacional Santander.

**Elaboración del documento de constitución de la sociedad.** Ley 1258 de 5 diciembre, Congreso de la República (2008) decreta:

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

- 1o. Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.
- 2o. Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”; o de las letras S.A.S.;
- 3o. El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.

4o. El término de duración, si este no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.

5o. Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.

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

7o. La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal (art. 5).

### **Trámites para la formalización**

**Inscripción en el registro único Tributario (RUT).** Se debe formalizar la empresa ante la Dirección de Impuesto y Aduanas Nacionales (DIAN), para diligenciar el PRE-RUT de forma virtual o presencial.

**Inscripción registro mercantil.** Por vía web se requiere registro para obtener clave de acceso y posteriormente diligenciar formularios pertinentes para la inscripción de la empresa como persona jurídica.

**Solicitar resolución de facturación ante la DIAN.** Es una autorización que otorga dicha entidad para la utilización de ciertos números consecutivos en la facturación que será emitida por la empresa, esta resolución tendrá una vigencia de 2 años.

El proceso se hace en línea, ingresando al link:  
<https://muisca.dian.gov.co/WebArquitectura/DefNuevosUsuarios.faces>

**Impuesto de registro.** Se refiere a un tributo que el comerciante debe pagar a la Gobernación de Santander por la inscripción, ese valor equivale al 3% sobre el valor del capital de la sociedad de acuerdo a la ley 223 de 1995 y el Decreto 650 de 1996.

**Radicar y pagar.** Se deben radicar todos los formatos y respetivo pago de los derechos de inscripción, luego de esto podrá ingresar a la página a consultar el estado del trámite.

### **Otros trámites**

**Afiliación Administradora de Riesgo Laborales (ARL).** La empresa debe realizar la selección y afiliación a la ARL, esta entidad se encargará de prevenir, proteger y atender a los trabajadores de la empresa ante todo tipo de riesgos laborales que se puedan presentar como consecuencia de las actividades que se desarrollan en el lugar de trabajo; siendo acorde a las disposiciones establecidas en la ley 1562 de 2012.

Los requisitos de afiliación para la nueva empresa son:

Formulario de afiliación

Documento de constitución y representación legal

Copia del NIT

Relación inicial de trabajadores

Copia documento de identidad del representante legal

Formato autorización para reporte y consulta de antecedentes comerciales y crediticios

**Afiliación al régimen de seguridad social.** También llamada previsión social, es un sistema que garantiza los servicios de salud en las empresas y cubre los costos de la asistencia.

La empresa “Arte Tejido MY”, debe realizar el trámite de afiliación al sistema de seguridad social, el cual se realiza a través de una Entidad Prestadora de Salud (EPS). En primer lugar, debe afiliarse la empresa y posteriormente los empleados, para ello se deben radicar la siguiente documentación:

Formulario de afiliación de persona jurídica debidamente diligenciado y firmado

Certificación de Cámara de comercio no mayor a 60 días en original

Cédula del representante legal

Fotocopia de Registro único tributario (RUT)

Formulario de afiliación completamente diligenciado y con la firma del cotizante.

Declaración de salud del cotizante y su grupo familiar.

Fotocopia del documento de identidad del cotizante y los miembros del grupo familiar.

Cuestionario carta de derechos y deberes del afiliado y paciente debidamente firmado por el cotizante.

**Afiliación al Sistema General de Pensiones (SGP).** El sistema pensional colombiano tiene como fin, amparar algunas eventualidades de la vida, como: la vejez, la invalidez y la muerte. Consiste en pagar al afiliado lo que corresponde al promedio de su salario mensual durante los años de cotización y de la misma manera reconocer las prestaciones sociales determinadas por la ley.

Para la afiliación de la empresa al SGP, se requiere:

Formulario de afiliación para empleadores debidamente diligenciado y firmado por la empresa

Registro Único Tributario

Certificación de cámara y comercio

Cedula del representante legal

Cuando se genera afiliación de un colaborador al SGP por primera vez, es necesario:

Formulario de afiliación debidamente diligenciado, firmado por el colaborador y representante legal de la empresa.

Cedula de ciudadanía

Y cuando el nuevo colaborador vinculado, ya tiene su fondo de pensiones, no es necesaria la documentación, sencillamente se realiza la novedad por medio de los aplicativos de planilla asistida.

**Afiliación a Fondo de Cesantías.** Las cesantías son una prestación social que la empresa debe pagar sus colaboradores y equivale a un (1) mes de salario por cada año trabajado. Ese dinero se convierte en un ahorro en caso de desempleo, inversión en estudios o vivienda.

El proceso de afiliación se realiza por internet y se debe tener a la mano la siguiente información y documentación:

Fotocopia de documento de identidad.

NIT del empleador.

Correo electrónico del empleador.

Teléfono celular del colaborador para activar cuenta.

**Afiliación a Caja de Compensación Familia (CCF).** El sistema de compensación familiar fue creado para dar cumplimiento a las políticas de seguridad social del país. La misión

es pagar una prestación a sus beneficiarios de medianos y bajos ingresos con el fin de alivianar algunas cargas económicas que representa el sostenimiento de la familia.

Para realiza el trámite de afiliación de un colaborador, la empresa debe estar afiliada, si no lo está debe radicar los siguientes documentos:

Formulario de afiliación para personas empleadores debidamente diligenciado y firmado por la empresa

Registro Único Tributario

Certificación de cámara y comercio

Cedula del representante legal

Y para afiliar a los colaboradores, se debe realizar el proceso en línea; teniendo a la mano:

Documento de identificación del empleador

Datos de contacto

Contrato de trabajo.

**Impuesto de industria y comercio y su complementario de avisos y tableros.** Cuando la sede fabril se encuentre ubicada en este Municipio, la base gravable para liquidar el Impuesto de Industria y Comercio en la actividad industrial, estará constituida por el total de ingresos

brutos provenientes de la comercialización de la producción. Se entiende que la actividad es industrial, cuando el fabricante vende directamente desde la fábrica los productos al consumidor final. (Concejo Municipal de Puente Nacional, Santander, 2009, p.50).

Según lo anterior, la empresa “Arte Tejido MY” debe liquidar su impuesto de industria y comercio (ICA) correspondiente a la base gravable aprobada por los municipios de 6ta categoría, que se encuentra actualmente en 7x1000.

**Certificación de calidad “hecho a mano”.** Este sello de calidad es otorgado por Artesanías de Colombia y el ICONTEC, este convenio tiene por objetivo incrementar la competitividad de los productos artesanales en el mercado nacional e internacional en el mejoramiento de la calidad y la garantía a los clientes. Para iniciar este proceso de certificación se debe realizar el siguiente proceso:

1. Enviar correo electrónico a [hechoamano@artesantiasdecolombia.com.co](mailto:hechoamano@artesantiasdecolombia.com.co) especificando información como: nombre completo, número de cédula, municipio, departamento, oficio artesanal que desarrolla, catálogo o fotos de productos que elabora y un documento donde explique brevemente el proceso productivo para la elaboración de los bolsos tejidos.

Una vez este correo electrónico es recibido por Artesanías de Colombia, los profesionales del área encargada, verificarán si existe o no el documento referencial del oficio artesanal, correspondiente al municipio y departamento citados por el artesano, validando si los productos presentados por él corresponden a un oficio artesanal de acuerdo con el Listado general de técnicas y oficios artesanales 2021.

De no existir el referencial, es necesario que Artesanías de Colombia realice el levantamiento del documento en conjunto con la comunidad (este procedimiento deberá realizarse con todos los artesanos que ejerzan el oficio en el territorio, o por lo menos con 15 artesanos).

Si se confirma que lo presentado está en el listado de oficios citado, Artesanías de Colombia presenta un oficio (formulario de preselección de artesano) a ICONTEC, para que el organismo certificador se comunique con el artesano, le dé a conocer los costos de la certificación, medios de pago, y cronograma para programar la auditoría de otorgamiento.

Una vez se cumpla con todos los lineamientos de calidad que exige la certificación, el ICONTEC procede a otorgar el sello que incluye un promedio de 240 Rótulos contramarcados y numerados con tinta de seguridad. Estos son utilizados para ponerlos en cada uno de los productos realizados bajo la técnica certificada. Luego que se acaben, de acuerdo al "Manual de Uso del Sello de Calidad", se debe solicitar directamente al ICONTEC más rótulos (este talonario ya tiene un valor alrededor de \$ 25.000 y se entregan 500 sellos).

Este sello tiene una vigencia de tres años durante el cual se llevan a cabo dos auditorías para verificar el cumplimiento del mismo.

**Contrato de repartición de utilidades.** Este tipo de contratación está contemplado en el Decreto 410 (1971), así:

La participación es un contrato por el cual dos o más personas que tienen la calidad de comerciantes toman interés en una o varias operaciones mercantiles determinadas, que deberá ejecutar uno de ellos en su solo nombre y bajo su crédito personal, con cargo de rendir cuenta y dividir con sus partícipes las ganancias o pérdidas en la proporción convenida. (Véase Anexo C, un ejemplo de este tipo de contratación en la vida real).

Siguiendo con lo anterior, Arte Tejido MY tendrá en cuenta este tipo de contratación mediante una alianza estratégica empresa- tejedoras, a través de la cual, las ultimas, hacen un aporte en trabajo, es decir, el 100% del tejido de los bolsos mediante la técnica de crochet, y en contraprestación recibirán un porcentaje de las utilidades obtenidas, este porcentaje ha sido establecido conjuntamente entre las partes, aclarando que todos los insumos y materiales serán suministrados por la empresa y ellas proveerán la mano de obra.

Así mismo, este tipo de contratación se encuentra dentro del contrato de sociedades dispuesto en el artículo 98 del Código de Comercio colombiano.

Por el contrato de sociedades dos o más personas se obligan a hacer un aporte en dinero, en trabajo o en otros bienes apreciables en dinero, con el fin de repartirse entre sí las utilidades obtenidas en la empresa o actividad social (Chavarro, 2018, p. 128).

## ***4.2 Cultura organizacional***

### ***4.2.1 Visión***

“Arte Tejido MY” para el año 2027, será la marca de bolsos tejidos favorita a nivel regional, nacional e internacional, reconocida por su exclusividad, personalización y servicio, de igual manera se contará con el sello “Hecho a mano” certificación que garantizará que los productos se ajustarán a los parámetros de calidad y tradición como expresión de identidad cultural.

### ***4.2.2 Misión***

“Arte Tejido MY” es una empresa dedicada a la producción de bolsos tejidos a mano en estilos personalizados, busca la comodidad y satisfacción elaborando productos que cumplan con los requerimientos de los compradores, comprometida con el arte tejido en pro de conservar la tradición y el oficio artesanal del municipio de Puente Nacional, valorando e incentivando la calidad hecha a mano, haciendo de la tejeduría un oficio económicamente sostenible, promoviendo la responsabilidad social empresarial e impactando positivamente en la vida de las comunidades y el cuidado medio ambiental.

### **4.2.3 Objetivos**

#### **De talento humano**

Potenciar un clima laboral óptimo donde se permita el fortalecimiento de las habilidades y destrezas del talento humano de la empresa en pro de obtener los mejores resultados en cada área de la organización.

Incentivar el trabajo colaborativo entre los empleados y tejedoras reflejándose en el desempeño de cada una de las actividades de la empresa.

Garantizar que el personal cuente en su lugar de trabajo con los recursos necesarios para desarrollar sus labores de manera que se garanticen productos que satisfagan las necesidades y expectativas del cliente.

Buscar el fortalecimiento de los saberes ancestrales de las tejedoras a través de capacitaciones por parte de entidades encargadas para homogeneizar las técnicas de tejido y optimizar una producción ajustados a parámetros de calidad y tradición.

#### **De procesos**

Garantizar que los bolsos tejidos cumplan con los lineamientos de la certificación de calidad “Hecho a mano”.

Optimizar los recursos que tiene disponibles la empresa en cada uno de sus áreas, de manera que sea más productiva y eficiente para alcanzar las metas establecidas.

Hacer controles de calidad por procesos mediante los cuales se detecten posibles fallas en la producción o distribución de los bolsos tejidos, aplicando los posibles correctivos a través de decisiones centradas en la satisfacción del cliente.

### **De finanzas**

Aumentar la rentabilidad de la empresa y maximización de sus ganancias haciendo uso eficiente de sus insumos

Administrar los fondos disponibles y aumentar el capital necesario para el funcionamiento de la empresa a través del apoyo de terceros que permitan el crecimiento del negocio.

### **De mercados**

Entrar en el mercado con estrategias que permitan entregarle al cliente de los bolsos tejidos, productos que satisfagan su necesidad y que permitan una buena posición de marca en el mercado obteniendo utilidades para la organización.

Aumentar el portafolio de productos a través de la innovación haciendo que haya una mayor fidelización de los clientes y que se refleje en un incremento de ventas y mayor competitividad en el mercado.

Entrar en mercados internacionales con la ayuda de Artesanías de Colombia a través de una producción sostenible viéndose reflejado en una mayor competitividad y aumento en rentabilidad empresarial.

#### **4.2.4 Políticas (personal, compras, ventas)**

##### **Políticas de personal**

La contratación de personal se hará a partir de los resultados obtenidos en el proceso de reclutamiento y selección del recurso humano acorde con los perfiles establecidos para cada cargo.

Capacitar continuamente al personal y tejedoras en gestión de procesos y mejora continua para incrementar y mejorar la productividad en las distintas áreas de la organización.

Incentivar en los empleados y tejedoras el espíritu emprendedor, buscando que cada uno aumente su creatividad.

Vincular a las tejedoras al Sistema de Información para la Artesanías (SIART), para el mejoramiento de su competitividad.

Cumplir con la normatividad legal colombiana para la contratación de personal en la empresa.

Brindar espacios de esparcimiento y diversión para la sana comunicación e interacción del personal en espacios diferentes al lugar de trabajo.

**Políticas de Compras**

Las materiales e insumos solicitados serán acordes con los diseños requeridos.

Las compras de materiales e insumos se realizarán por contrato previo con los proveedores.

Las empresas que suministren los materiales e insumos deben estar legalmente constituidas y sus productos deben ser acordes a las características de calidad establecidas en los bolsos tejidos.

**Políticas de ventas**

Entregar productos que cumplan con las características establecidas por el cliente y que se ajusten a los parámetros del sello “hecho a mano”.

Acordar con el cliente los plazos de pago y entrega de bolsos tejidos.

Los pagos acordados con el cliente serán en efectivo y tarjeta, ya sea de contado o crédito.

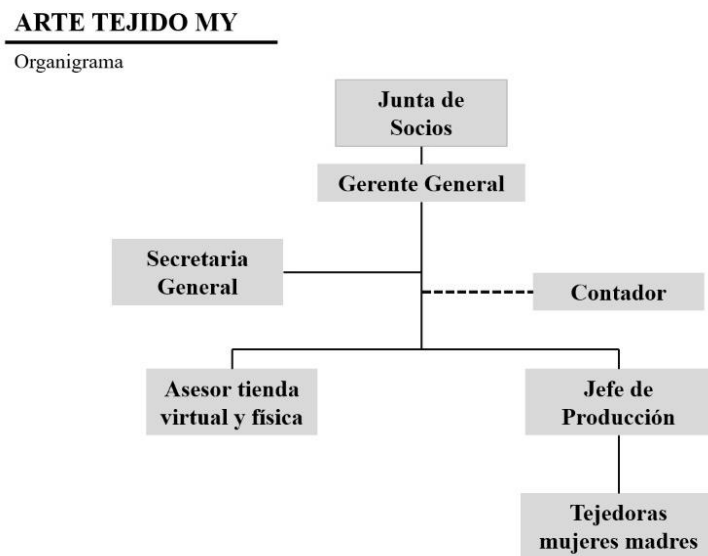
La modalidad de pago acordada con el cliente será mediante pago anticipo parcial o pago anticipo total, en caso de ser anticipo parcial el cliente se compromete a pagar la otra parte antes del envío del bolso.

### 4.3 Estructura organizacional

#### 4.3.1 Organigrama

##### Figura 31

*Organigrama Bolsos Tejidos MY*



#### 4.3.2 Descripción y perfil de cargos

##### Tabla 61

*Perfil y funciones del gerente*



## ARTE TEJIDO MY

## DESCRIPCIÓN DEL CARGO- GERENTE GENERAL

<b>Nombre del cargo</b>	Gerente general	<b>Código</b>	<b>1</b>
<b>Personal a cargo</b>	Planta general	<b>Dependencia</b>	Administrativa
<b>Horario</b>	8:00am - 5:00pm	<b>Jefe inmediato</b>	Junta de socios
<b>Tipo de contrato</b>	Término fijo		
<b>Función Principal</b>	Planear, organizar, direccionar y controlar todas las áreas dentro de la empresa		
<b>Funciones Generales</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Representar la empresa ante terceros y entidades competentes</li> <li>2. Dirigir la organización.</li> <li>3. Tomar decisiones estratégicas para el cumplimiento de la misión de la empresa.</li> <li>4. Administrar los recursos disponibles en la empresa.</li> <li>5. Dirigir y supervisar el personal de la compañía.</li> <li>6. Motivar e incentivar el trabajo en equipo</li> </ol>		

## PERFIL DEL CARGO

<b>Formación</b>	Profesional en Gestión Empresarial, administración de empresas, economista.
<b>Experiencia</b>	2 años en cargos de alto nivel o aquellos que influyan directamente con la gerencia y en el uso de internet y programas de office
<b>Habilidades</b>	Financieras y administrativas
<b>Idiomas</b>	Español e inglés
<b>Edad</b>	NA
<b>Estado civil</b>	NA
<b>Sexo</b>	NA

## COMPETENCIAS

<b>Administrativas</b>	Intuitivo, con liderazgo y proactivo
<b>Sociales</b>	Capacidad para trabajar en equipo y buenas relaciones interpersonales

<b>Valores</b>	Responsabilidad, honestidad y ética profesional
<b>Riesgos</b>	la probabilidad de riesgo es bajo

**Tabla 62**

*Perfil y funciones secretaria general*

**ARTE TEJIDO MY****DESCRIPCIÓN DEL CARGO- SECRETARIA GENERAL**

<b>Nombre del cargo</b>	Secretaria General	<b>Código</b>	<b>2</b>
<b>Personal a cargo</b>	Sin personal a cargo	<b>Área</b>	Administrativa
<b>Horario</b>	8:00am - 5:00pm	<b>Jefe inmediato</b>	Gerente General
<b>Tipo de contrato</b>	Término fijo		
<b>Función Principal</b>	Apoyar a la gerencia general		
<b>Funciones Generales</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Contestar llamadas, recibir documentos radicados en la oficina</li> <li>2. Redactar documentos y enviar donde lo indique el jefe inmediato</li> <li>3. Organizar espacio de trabajo del Gerente, Contador y el propio.</li> <li>4. Servicio al cliente y atención al público.</li> <li>5. Llevar la agenda del Gerente general.</li> <li>6. Mantener actualizada la página de la empresa y redes sociales</li> <li>7. Estar atenta de la correspondencia</li> </ol>		

**PERFIL DEL CARGO**

<b>Formación</b>	Técnico en administración
<b>Experiencia</b>	2 años de experiencia (Nota: Importante tener alto dominio en el uso del paquete de office)
<b>Habilidades</b>	Comunicación y tolerancia al trabajo bajo presión
<b>Idiomas</b>	Español
<b>Edad</b>	de 23 a 45 años
<b>Estado civil</b>	NA
<b>Sexo</b>	Mujer

<b>COMPETENCIAS</b>	
<b>Administrativos</b>	eficiencia, soporte y manejo
<b>Sociales</b>	Comunicación asertiva, iniciativa
<b>Valores</b>	Honestidad y espíritu de servicio
<b>Riesgos</b>	la probabilidad de riesgo es bajo y seria frente a caídas o algunos riesgos eléctricos

Tabla 63

*Perfil y funciones del contador*



### ARTE TEJIDO MY

#### DESCRIPCIÓN DEL CARGO- CONTADOR PÚBLICO

<b>Nombre del cargo</b>	Contador Público	<b>Código</b>	<b>3</b>
<b>Personal a cargo</b>	Sin personal a cargo	<b>Área</b>	Administración y Contabilidad
<b>Horario</b>	8:00am - 5:00pm	<b>Jefe inmediato</b>	Gerente General
<b>Tipo de contrato</b>	Prestación de servicios		
<b>Función Principal</b>	Llevar organizada la contabilidad de la empresa		
<b>Funciones Generales</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mantener actualizados los libros y la información contable según las actualizaciones de la norma de contabilidad.</li> <li>2. Elaborar y presentar los estados financieros de la empresa.</li> <li>4. Preparar las declaraciones tributarias a las que haya lugar.</li> <li>5. Archivar de manera cronológica y ordenada todos los documentos que soportan los movimientos contables.</li> <li>6. Encargado del proceso contractual de todos los colaboradores.</li> <li>7. Liquidación de nómina y pagos a proveedores.</li> <li>8. Liquidación de planilla.</li> <li>9. Presentación de Informes de contabilidad ante la junta directiva de Arte Tejido MY.</li> <li>10. Asesorar en el manejo de los recursos económicos de la empresa.</li> </ol>		

#### PERFIL DEL CARGO

<b>Formación</b>	Contador Público titulado
<b>Experiencia</b>	3 años como profesional
<b>Habilidades</b>	Analítico, intelectual, negociador, creativo y con liderazgo
<b>Idiomas</b>	Español
<b>Edad</b>	de 27 a 45 años
<b>Estado civil</b>	Indiferente
<b>Sexo</b>	Indiferente

---

### COMPETENCIAS

<b>Administrativos</b>	Objetividad, profesionalismo y confidencialidad
<b>Sociales</b>	Capacidad de trabajo en equipo
<b>Valores</b>	Honestidad y responsabilidad
<b>Riesgos</b>	La probabilidad de riesgo es baja

---

**Tabla 64**

*Perfil y funciones Asesor tienda virtual y física*



### ARTE TEJIDO MY

#### DESCRIPCIÓN DEL CARGO- ASESOR TIENDA VIRTUAL Y FÍSICA

<b>Nombre del cargo</b>	Asesor tienda virtual y física	<b>Código</b>	<b>4</b>
<b>Personal a cargo</b>	N/A	<b>Dependencia</b>	Administrativa
<b>Horario</b>	8:00am - 5:00pm	<b>Jefe inmediato</b>	Gerente
<b>Tipo de contrato</b>	Término fijo		
<b>Función Principal</b>	Asesorar al cliente mostrando los diferentes tipos de bolso que hay a su disposición según su estilo.		
<b>Funciones Generales</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Atender amablemente al cliente.</li> <li>2. Mantener organizada y aseada la tienda física.</li> </ol>		

3. Atender solicitudes e inquietudes de los clientes virtuales.
4. Asesor a los clientes que realizan pedidos de bolsos personalizados a través de la página web.
4. Apertura y cierre de acuerdo a los horarios establecidos.
5. Administrar el inventario de la tienda física.

---

### PERFIL DEL CARGO

---

<b>Formación</b>	Técnico o tecnólogo en áreas administrativas y contables
<b>Experiencia</b>	1 año desempeñando actividades relacionadas con asesoría de ventas al cliente
<b>Habilidades</b>	Financieras, administrativas y contables
<b>Idiomas</b>	Español
<b>Edad</b>	NA
<b>Estado civil</b>	NA
<b>Sexo</b>	NA

---

### COMPETENCIAS

---

<b>Administrativas</b>	Proactividad, planeación y organización de trabajo.
<b>Sociales</b>	Capacidad de escucha, orientación al cliente y habilidades comunicativas.
<b>Valores</b>	Responsabilidad y tolerancia.
<b>Riesgos</b>	Probabilidad de riesgo bajo

---

Tabla 65

*Perfil y funciones jefe de producción*

		<b>ARTE TEJIDO MY</b>	
<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO- JEFE DE PRODUCCIÓN</b>			
<b>Nombre del cargo</b>	Jefe de Producción	<b>Código</b>	<b>5</b>
<b>Personal a cargo</b>	Tejedoras	<b>Área</b>	Producción
<b>Horario</b>	8:00am – 5:00pm	<b>Área</b>	Dirección General
<b>Tipo de contrato</b>	Contrato de cuentas en participación de utilidades		
<b>Función Principal</b>	Coordinar y supervisar las labores de producción de las tejedoras.		
<b>Funciones Generales</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Planificación y supervisión del trabajo de las personas a cargo.</li> <li>2. Supervisión de los procesos de producción del bolso.</li> <li>3. Revisión de terminados.</li> <li>4. Coordinar labores de las tejedoras.</li> <li>5. Hacer seguimiento al proceso de producción encomendado.</li> <li>6. Realizar el etiquetado, empaque y embalaje del bolso inmediatamente la tejedora lo termina.</li> <li>6. Mantener organizado y limpio su área de trabajo</li> </ol>		
<b>PERFIL DEL CARGO</b>			
<b>Formación</b>	Técnico SENA en tejidos		
<b>Experiencia</b>	Artesana certificada por el SENA con experiencia en el arte de tejido mediante la técnica de crochet		
<b>Habilidades</b>	6 años		
<b>Idiomas</b>	Creatividad, proactivo e iniciativa por el trabajo en equipo,		
<b>Edad</b>	Español		
<b>Estado civil</b>	25 a 50 años		
<b>Sexo</b>	Indiferente		
	Indiferente		
<b>COMPETENCIAS</b>			

<b>Administrativas</b>	Creatividad, iniciativa, comunicación asertiva
<b>Sociales</b>	Orientación a resultados, planeación y organización
<b>Valores</b>	Trabajo en equipo y resolución de conflictos
<b>Riesgos</b>	Disciplina, colaboración, ética y espíritu de servicio

Tabla 66

*Perfil y funciones tejedoras*



### ARTE TEJIDO MY

#### DESCRIPCIÓN DEL CARGO- TEJEDORAS

<b>Nombre del cargo</b>	Tejedoras	<b>Código</b>	<b>6</b>
<b>Personal a cargo</b>	Sin personal a cargo	<b>Área</b>	Producción
<b>Horario</b>	8:00am - 5:00pm	<b>Jefe inmediato</b>	Jefe de producción
<b>Tipo de contrato</b>	Contrato de cuentas en participación de utilidades (Código de Comercio Artículo 507 y siguientes)		
<b>Función Principal</b>	Tejer mediante la técnica de crochet		
<b>Funciones Generales</b>	Elaboración de bolsos tejido siguiendo patrones de tejido mediante la técnica de crochet acatando la directriz del jefe de producción y realizar correcciones si así se requiere.		

#### PERFIL DEL CARGO

<b>Formación</b>	NA
<b>Experiencia</b>	3 años
<b>Habilidades</b>	Destreza y creatividad en el arte de tejer
<b>Idiomas</b>	Español
<b>Edad</b>	18 en adelante

<b>Estado civil</b>	Indiferente
<b>Sexo</b>	Mujer
<b>COMPETENCIAS</b>	
<b>Administrativos</b>	N/A
<b>Sociales</b>	Trabajo bajo presión
<b>Valores</b>	Responsabilidad, honestidad y confidencialidad
<b>Riesgos</b>	La probabilidad de riesgo es baja

#### 4.3.3 Asignación salarial

**Tabla 67**

#### *Asignación salarial*

<b>Cargo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Tipo de contrato</b>	<b>Salario/ mes</b>
Gerente	1	Término fijo	\$ 1.800.000
Secretaria general	1	Término fijo	\$ 908.526
Jefe de producción	1	Término fijo	\$ 1.200.000
Tejedoras	25	Cuentas en participación de utilidades	45%
Asesor de tienda virtual y física	1	Término fijo	\$ 908.526
Contador	1	Prestación de servicios	\$ 500.000

Los empleados que estén vinculados a la empresa, bajo la modalidad de contrato a término fijo, contarán con las prestaciones sociales que define la ley colombiana referente a:

**Tabla 68***Prestaciones sociales*

<b>Concepto</b>	<b>Porcentaje</b>
Cesantías	8,33%
Prima	8,33%
Vacaciones	4,17%
Intereses sobre cesantías	12%
Pensión	12%
Salud	8,50%
ARL	0,52%
Aportes CCF	4%
Aportes al SENA	0%
Aportes al ICBF	0%
Dotación	3 en el año

La empresa “Arte Tejido MY” no tiene empleados que devenguen más de 10 SMMLV, por esta razón queda exonerada de realizar aportes al SENA e ICBF.

## **5. Estudio financiero**

Con este estudio se realizan los cálculos económicos y financieros que serán necesarios para la puesta en marcha de la empresa “Arte Tejido MY” y su sostenibilidad financiera en el tiempo, para lo cual se tienen en cuenta las inversiones, costos y gastos, precio de venta, proyecciones financieras y los estados financieros proyectados. En otras palabras, es pasar todo lo planteado en el estudio de mercados, técnico y administrativo a términos monetarios.

## **5.1 Inversiones**

Las inversiones representan el conjunto de erogaciones que tendrá que hacer la empresa “Arte Tejido MY” para adquirir todos los bienes y servicios necesarios para su implementación y así contar con su capacidad operativa. Está comprendida entre inversión fija, inversión diferida e inversión de capital de trabajo.

### **5.1.1 Inversión fija**

Es la destinación de recursos económicos necesarios para adquirir activos fijos que se requieren para iniciar la actividad de producción y venta de bolsos tejidos, para este caso mueble y enseres, equipo de oficina y herramientas.

**5.1.1.1 Terrenos.** Para este estudio de factibilidad inicialmente no se tiene planeado realizar compra de terrenos. Para dar inicio a la actividad se tiene previsto tomar en arriendo un local donde funcionará la tienda artesanal y el punto de venta físico.

**5.1.1.2 Construcciones.** Como se pretende arrendar un local para adecuarlo y no construir, no se estima ningún valor en este concepto.

**5.1.1.3 Maquinaria y equipos.** No se ha identificado maquinaria y equipos necesarios para el funcionamiento de la tienda artesanal.

**5.1.1.4 Muebles y enseres.** Son aquellos que requiere la empresa en su parte administrativa y productiva contribuyendo a fortalecer sus operaciones.

**Tabla 69***Muebles y enseres*

<b>Muebles y enseres</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Total</b>
Estantes	5	\$180.000 \$	900.000
Archivador	2	\$170.000 \$	340.000
Mesas de trabajo	12	\$98.000 \$	1.176.000
Sillas	21	\$72.000 \$	1.512.000
Mesa	1	\$180.000 \$	180.000
Exhibidor de bolsos	2	\$150.000 \$	300.000
Cestas	5	\$8.000 \$	40.000
<b>Total</b>		<b>\$ 858.000 \$</b>	<b>4.448.000</b>

**5.1.1.5 Equipo de oficina.** Es en general todos los equipos que necesita la empresa para desarrollar sus actividades administrativas.

**Tabla 70***Equipos de oficina*

<b>Equipo de oficina</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Total</b>
Computador de escritorio	3	\$ 1.179.000 \$	3.537.000
Silla ergonómica	3	\$ 229.900 \$	689.700
Escritorio	3	\$ 330.000 \$	990.000
Teléfono	2	\$ 69.900 \$	139.800
Calculadora	2	\$ 48.900 \$	97.800
Televisor	1	\$ 959.900 \$	959.900
Botiquín primeros auxilios	2	\$ 42.900 \$	85.800

Extintor	1	\$	29.900	\$	29.900
Camilla de primeros auxilios	1	\$	198.900	\$	198.900
Impresora	1	\$	438.000	\$	438.000
<b>Total</b>		<b>\$</b>	<b>3.527.300</b>	<b>\$</b>	<b>7.166.800</b>

**5.1.1.6 Herramientas.** Son aquellos usados en el proceso de producción y no son considerados equipos y maquinaria, pero son muy importantes para tejer los bolsos como son:

**Tabla 71**

*Herramientas*

Herramientas	Unidad venta	Cantidad	Precio unitario	Total
Tijeras metálicas	Unidad	12	\$ 4.500	\$ 54.000
Cinta métrica	Unidad	12	\$ 3.200	\$ 38.400
Agujas de ganchillo	Caja	8	\$ 36.400	\$ 291.200
Marcadores de punto	Caja	2	\$ 4.200	\$ 8.400
<b>Total</b>			<b>\$ 48.300</b>	<b>\$ 392.000</b>

**5.1.1.7 Total de inversión fija.** Se totaliza los activos determinados anteriormente para la puesta en marcha de la empresa, representando un total de \$ 12.006.800 con una participación de 37% correspondiente a muebles enseres, 60% equipo de oficina y herramientas 3%.

**Tabla 72**

*Total, inversión fija*

<b>Inversión activo fijo</b>	<b>Valor</b>	<b>% participación</b>
Muebles y enseres	\$ 4.448.000	37%
Equipo de oficina	\$ 7.166.800	60%
Herramientas	\$ 392.000	3%
<b>Total, activo fijo</b>	<b>\$ 12.006.800</b>	<b>100%</b>

### 5.1.2 Inversión diferida

Estas inversiones se realizan en bienes y servicios intangibles que son importantes en el proyecto, pero no están directamente relacionados con el proceso de producción. Al ser intangibles están sujetas a amortizaciones y son recuperables en el tiempo.

**Tabla 73**

#### *Inversión diferida*

<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
Estudio de factibilidad	\$ 5.500.000
Papelería	\$ 320.000
Diseño y actualización página web	\$ 2.700.000
Software office	\$ 295.000
Gastos de constitución	\$ 1.350.000
Publicidad inicial	\$ 6.540.000
Adecuaciones	\$ 4.000.000
Sello hecho a a mano	\$ 1.600.000
Imprevistos y otros	\$ 600.000
<b>Total</b>	<b>\$ 22.905.000</b>
<b>Amortización anual</b>	<b>\$ 4.581.000</b>
<b>Amortización mensual</b>	<b>\$ 381.750</b>

### 5.1.3 Inversión capital de trabajo

Son los recursos que la empresa necesita para poder operar, comúnmente conocido como activo corriente y es necesario para cubrir los costos y gastos de funcionamiento durante un tiempo determinado, descontando aquellos valores que representan salidas como son las depreciaciones y amortización de diferidos.

**5.1.3.1 Costos de producción.** También llamados costos de operación y son los gastos en los que se incurre para mantener un proyecto y se tiene en cuenta las materias primas, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación.

**5.1.3.1.1 Materias primas.** Para la elaboración de bolsos tejidos se quiere de la siguiente del hilo lana como materia prima:

**Tabla 74**

#### *Materias primas*

<b>Concepto</b>	<b>Bolso mediano</b>	<b>Bolso grande</b>	<b>Total</b>
Materia prima	Hilo lana grosor 1,5 mm	Hilo lana grosor 1,5 mm	
Precio	\$ 42	\$ 42	
Unidad venta	50 Gramo	50 Gramo	
Cantidad requerida	400	500	
Costo cantidad requerida	\$ 16.800	\$ 21.000	
Unidades proyectadas año	995	334	<b>1329</b>
<b>Total año</b>	<b>\$ 16.707.600</b>	<b>\$ 7.020.090</b>	<b>\$ 23.727.690</b>
<b>Mes capital de trabajo</b>	<b>\$ 1.392.300</b>	<b>\$ 585.008</b>	<b>\$ 1.977.308</b>

**5.1.3.1.2 Mano de obra directa.** Hace referencia a la mano de obra específicamente para el área de producción por lo tanto se tiene en cuenta el jefe de producción que se encarga del proceso de etiquetado y empaque inmediatamente la tejedora termine el bolso, como también de supervisar todo el proceso de tejido.

**Tabla 75**

*Mano de obra directa, jefe de producción*

<b>Cargo</b>	<b>Jefe de producción</b>
Contrato	Término fijo
Cantidad	1
Sueldo básico	\$ 1.200.000
<b><u>Devengado</u></b>	
Básico	\$ 1.200.000
Aux. transporte	\$ 106.454
Total devengado	\$ 1.306.454
<b><u>Deducciones</u></b>	
Salud	\$ 48.000
Pensión	\$ 48.000
Total deducciones	\$ 96.000
<b>Capital de trabajo</b>	<b>\$ 1.210.454</b>
<b>Valor anual</b>	<b>\$ 14.525.448</b>

**5.1.3.1.3 Costos indirectos de fabricación.** Son aquellos que no hacen parte directamente del proceso de producción, están determinados por M.O.I, materiales indirectos, mantenimiento depreciaciones, seguros y otros C.I.F.

**Mano de obra indirecta:** De esta mano de obra hacen parte las 25 tejedoras quienes firman un **Contrato de Cuentas en Participación** y obtienen un 35% gracias a esta alianza estratégica empresa- tejedoras, cuyo porcentaje se saca del total de utilidades netas presentadas en el Estado de Resultados, donde ellas se encargan de tejer el 100% del bolso y la empresa le suministra los materiales e insumos necesarios para su elaboración. Este tipo de contrato se encuentra estipulado en el Código de Comercio artículo 507 en adelante.

**Tabla 76**

*Mano de obra indirecta*

<b>Cargo</b>	<b>Tejedoras</b>
Contrato	Cuentas en participación
Nº tejedoras	25
% participación	45%
<b>Excedentes netos</b>	<b>\$ 86.461.990</b>
<b>Valor total anual</b>	<b>\$ 38.907.895</b>
<b>Valor discriminado por tejedora anual</b>	<b>\$ 1.556.316</b>

**Materiales indirectos:** estos materiales indirectos están conformados por los empaques y etiquetas y para su cálculo se tiene en cuenta la capacidad proyectada que es de 1329 unidades de bolsos al año, los cuales corresponden a 994,5 unidades de bolsos medianos y 334,29 de bolsos

grandes; para lo cual los tamaños de los empaques se ajustan tanto a bolsos medianos como grandes que se elaboran en la empresa.

**Tabla 77***Materiales indirectos*

<b>Materiales Directos</b>	<b>Unidad venta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>	<b>Capital de trabajo</b>
Cajas de cartón	Unidad	1329	\$ 850	\$ 1.129.650	94137,5
Bolsas de papel kraft	Unidad	1329	\$ 450	\$ 598.050	49837,5
Botones	Unidad	1329	\$ 500	\$ 664.500	55375
Sello de Calidad "Hecho a mano"	Unidad	500	\$ 50	\$ 25.000	2.083
<b>Total</b>				<b>\$ 2.417.200</b>	<b>\$ 201.433</b>

**Insumos indirectos.** Hacen parte elementos de aseo necesarios para mantener las instalaciones limpias y se prorroga entre el área operativa y administrativa.

**Tabla 78***Insumos indirectos*

<b>Concepto</b>	<b>Mes capital de trabajo</b>	<b>Año</b>
Elementos de aseo 30% parte operativa	\$ 15.975	\$ 191.700

**Servicios:** para su cálculo se prorrotea el porcentaje en la parte operativa y administrativa así:

**Tabla 79***Servicios públicos y arrendamiento*

Servicio	% prorrateo	Mes capital de trabajo	Año
Servicio de acueducto, alcantarillado y aseo área de producción	30%	9.000	\$ 108.000
Servicio de luz área de producción	30%	15.000	\$ 180.000
Teléfono, internet banda ancha y televisión	20%	18.000	\$ 216.000
Arrendamientos	30%	240.000	\$ 2.880.000
<b>Total</b>		<b>282.000</b>	<b>\$ 3.384.000</b>

**Depreciación:** Es el desgaste y pérdida de valor que sufren los activos fijos por el uso que se le da un tiempo determinado.

**Tabla 80***Depreciación de activos fijos*

Ítem	Valor	Tiempo años	Valor de salvamento	Valor a depreciar	Depreciación
Muebles y enseres	\$ 4.448.000	10	444.800	4.003.200	400.320

Equipo de oficina	\$	7.166.800	5	716.680	6.450.120	1.290.024
Herramientas	\$	392.000	5	39.200	352.800	70.560
<b>Total</b>	<b>\$</b>	<b>12.006.800</b>		<b>1.200.680</b>	<b>10.806.120</b>	<b>1.760.904</b>

Otros costos indirectos de fabricación: está representado por la dotación para el jefe de producción así:

**Tabla 81**

*Otros costos indirectos de fabricación*

<b>Dotación</b>	<b>Cantidad por dotación</b>	<b>Año</b>	<b>Valor</b>	<b>Año 1</b>	<b>Mes capital de trabajo</b>
Zapato mocasín negro para dama+ jean azul + camiseta polo negra	1	3	\$ 90.000	\$ 270.000	\$ 22.500

**Total costos indirectos de fabricación:**

**Tabla 82**

*Total C.I.F*

<b>Concepto</b>	<b>Año</b>	<b>Capital de trabajo</b>
Materiales indirectos	\$ 2.417.200	201.433
Mano de obra indirecta	45%	45%

Insumos indirectos	\$	191.700	\$	15.975
Servicios públicos y arrendamientos	\$	3.384.000		282.000
Depreciación		1.760.904		146.742
Otros C.I. F	\$	270.000	\$	22.500
<b>Total</b>	<b>\$</b>	<b>8.023.804</b>	<b>\$</b>	<b>668.651</b>

**5.1.3.1.4 Total costos de producción.** Es el resumen de todos los costos directos e indirectos de producción con motivo de las operaciones de la empresa.

**Tabla 83**

*Total costos de producción*

<b>Concepto</b>	<b>Año</b>	<b>Capital de trabajo</b>
Materiales directos	\$ 23.727.690	\$ 1.977.308
Mano de obra directa	\$ 14.525.448	\$ 1.210.454
Materiales indirectos	\$ 2.417.200	\$ 201.433
Mano de obra indirecta	45%	45%
Insumos indirectos	\$ 191.700	\$ 15.975
Servicios públicos y arrendamiento	\$ 3.384.000	\$ 282.000
Depreciación	\$ 1.760.904	\$ 146.742
Otros C.I. F	\$ 270.000	\$ 22.500
<b>Total</b>	<b>\$ 46.276.942</b>	<b>\$ 3.856.412</b>

**5.1.3.2 Gastos de administración y ventas.** Son los egresos que se tienen por el desarrollo de las actividades administrativo de la empresa. Para ello se tiene en cuenta la mano

de obra del personal administrativo, servicios públicos, depreciaciones, publicidad y otros costos administrativos y de ventas.

**Gastos de administración:** Son los gastos ocasionados por la actividad administrativa dentro de los que están publicidad, papelería, suministros, mantenimiento de equipos de oficina entre otros.

#### Tabla 84

##### *Gastos de administración*

<b>Concepto</b>	<b>Capital de trabajo</b>	<b>Valor anual</b>
Gastos de publicidad	\$ 975.000	\$ 11.700.000
Mantenimiento de equipos de oficina	\$ 20.000	\$ 240.000
Seguro todo riesgo	\$ 120.000	\$ 1.440.000
Elementos de aseo 70% área administrativa	\$ 37.275	\$ 447.300
<b>Total</b>	<b>\$ 1.152.275</b>	<b>\$ 13.827.300</b>

**Gastos de personal administrativo y de ventas:** Está conformado por el personal que labora en el área administrativa y ventas.

**Tabla 85***Nómina administrativa*

<b>Cargo</b>	<b>Básico</b>	<b>Auxilio Transporte</b>	<b>Total devengado</b>	<b>Salud</b>	<b>Pensión</b>	<b>Total deducción</b>	<b>Valor neto</b>
Gerente	\$ 1.800.000	\$ 106.454	\$ 1.906.454	\$ 72.000	\$ 72.000	\$ 144.000	\$ 1.762.454
Secretaria general	\$ 908.526	\$ 106.454	\$ 1.014.980	\$ 36.341	\$ 36.341	\$ 72.682	\$ 942.298
Asesor tienda virtual y física	\$ 908.526	\$ 106.454	\$ 1.014.980	\$ 36.341	\$ 36.341	\$ 72.682	\$ 942.298
<b>Capital de trabajo</b>							<b>\$ 3.647.050</b>
<b>Total año</b>							<b>\$43.764.600</b>

**Gastos de personal por prestación de servicios:** es el pago del contador y del diseñador de la plataforma digital.

**Tabla 86***Gastos de personal por prestación de servicios*

<b>Cargo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor anual</b>	<b>Provisión capital de trabajo</b>
Contador	1	\$ 6.000.000	\$ 500.000
<b>Total</b>		<b>\$ 6.000.000</b>	<b>\$ 500.000</b>

**Gastos de servicios públicos y arrendamientos:** son las erogaciones de dinero correspondientes a la operación de la empresa y servicios área administrativa y ventas.

**Tabla 87***Servicios públicos y arrendamiento*

<b>Servicio</b>	<b>% prorrateo</b>	<b>Mes capital de trabajo</b>	<b>Año</b>
Servicio de acueducto, alcantarillado y aseo área de administrativa y ventas	70%	21.000	\$ 252.000
Servicio de luz área administrativa y ventas	70%	35.000	\$ 420.000
Teléfono, internet banda ancha y televisión	80%	72.000	\$ 864.000
Arrendamientos	70%	560.000	\$ 6.720.000
<b>Total</b>		<b>688.000</b>	<b>\$ 8.256.000</b>

**Total gastos de administración y ventas:** es la suma de todos los gastos del área administrativa y de ventas.

**Tabla 88***Total gastos de administración y ventas*

<b>Concepto</b>	<b>Valor anual</b>	<b>Capital de trabajo</b>
Nómina administrativa y de ventas	\$ 43.764.600	\$ 3.647.050
Gastos de personal por prestación de servicios	\$ 6.000.000	\$ 500.000
Servicios públicos y arrendamientos	\$ 8.256.000	688.000
Gastos de administración	\$ 13.827.300	\$ 1.152.275
<b>Suma</b>	<b>\$ 71.847.900</b>	<b>\$ 5.987.325</b>

**5.1.3.3 Gastos financieros.** La empresa Arte Tejido MY no solicitará crédito a ninguna entidad financiera, pues que ya se está trabajando con el SENA para ser elegibles en el fondo emprender, de igual manera ya ha sido asignado un asesor y se está trabajando con base en este estudio de factibilidad, con el objetivo de cumplir con todos los requerimientos que el Fondo exige.

**5.1.3.4 Total capital de trabajo.** La inversión del capital de trabajo corresponde al efectivo que la empresa necesita para cubrir su actividad de dos meses de funcionamiento, en el que se tiene en cuenta los costos de producción, los gastos administrativos y de ventas y los gastos financieros.

### Tabla 89

#### *Total capital de trabajo*

<b>Concepto</b>	<b>Total mensual</b>	<b>Total requerida</b>
Costos de producción	\$ 3.856.412	\$ 7.712.825
Gastos de administración y ventas	\$ 5.987.325	\$ 11.974.650
(Depreciación)	-\$ 146.742	-\$ 293.484
(Amortización)	-\$ 381.750	-\$ 763.500
<b>Total</b>	<b>\$ 9.315.245</b>	<b>\$ 18.630.491</b>

#### **5.1.4 Inversión total**

Es la suma del total de activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo que es necesario para el funcionamiento de la empresa Arte Tejido MY.

**Tabla 90***Inversión total*

<b>Concepto</b>	<b>Inversión total</b>
Total inversión fija	\$ 12.006.800
Inversión diferida	\$ 22.905.000
Inversión capital de trabajo	\$ 18.630.491
<b>Total</b>	<b>\$ 53.542.291</b>

**5.1.5 Fuentes de financiación**

Para la financiar el proyecto la empresa acude a dos fuentes, aporte económico de las socias del proyecto por valor de \$ 20.598.957 y recursos del Fondo Emprender por \$ 30.000.000

**Tabla 91***Fuente de financiación*

<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>	<b>Porcentaje</b>
Inversión socias	\$ 23.542.291	44%
Fondo Emprender	\$ 30.000.000	56%
<b>Total</b>	<b>\$ 53.542.291</b>	<b>100%</b>

## 5.2 Costos y gastos

Son aquellas salidas de dinero que se ocasionan con motivo del desarrollo de las operaciones de la empresa.

### 5.2.1 Costos y gastos fijos

Son aquellos gastos que se tienen independientes del proceso de producción y son invariables durante un periodo determinado.

**Tabla 92**

*Costos y gastos fijos*

<b>Concepto</b>	<b>Valor anual</b>
servicios públicos y arrendamientos	\$ 8.256.000
Publicidad operativa	\$ 11.700.000
Gastos de personal por prestación servicios	\$ 6.000.000
Nómina Administrativa y de ventas	\$ 43.764.600
Mantenimiento de equipos de oficina	\$ 240.000
Seguro todo riesgo	\$ 1.440.000
Elementos de aseo	\$ 447.300
Otros C.I.F	\$ 270.000
Amortización diferidos	\$ 4.581.000
Depreciaciones	\$ 1.760.904
<b>Total</b>	<b>\$ 78.459.804</b>

### 5.2.2 Costos y gastos variables

Son los rubros afectados directamente por la producción de la empresa “Arte Tejido MY”, es decir, dependen directamente de su proceso productivo.

**Tabla 93***Costos y gastos variables*

<b>Concepto</b>	<b>Valor anual</b>
Materiales directos	\$ 23.727.690
Materiales indirectos	\$ 2.417.200
Insumos indirectos	\$ 191.700
Servicios públicos y arrendamiento	\$ 3.384.000
Mano de Obra Directa	\$ 14.525.448
<b>Total</b>	<b>\$ 44.246.038</b>

**5.2.3 Costos y gastos total unitario**

Este valor se halla dividiendo los costos fijos y costos variables totales entre la capacidad del primer año. Para ello se tiene en cuenta el porcentaje de participación por tamaño de bolso, así: bolso mediano 68% y bolso grande 32%.

**Tabla 94***Total costos fijos y variables por producto*

<b>Producto</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Costo fijo</b>	<b>Costo variable</b>
Bolso mediano	68%	\$ 53.352.667	\$ 30.087.306
Bolso grande	32%	\$ 25.107.137	\$ 14.158.732
<b>Total</b>		<b>\$ 78.459.804</b>	<b>\$ 44.246.038</b>

Ahora se determinan los costos por tamaño de bolso:

**Tabla 95***Costos y gastos totales unitarios bolso mediano*

<b>Costos</b>	<b>Valor</b>	<b>Producción año 1</b>	<b>Costo unitario</b>
Fijos	\$ 53.352.667	995	\$ <b>53.648</b>
Variables	\$ 30.087.306	995	\$ 30.254
<b>Total</b>	<b>\$ 83.439.973</b>		<b>\$ 83.901</b>

**Tabla 96***Costos y gastos totales unitarios bolso grande*

<b>Costos</b>	<b>Valor</b>	<b>Producción año 1</b>	<b>Costo unitario</b>
Fijos	\$ 25.107.137	334	\$ <b>75.106</b>
Variables	\$ 14.158.732	334	\$ 42.355
<b>Total</b>	<b>\$ 39.265.869</b>		<b>\$ 117.460</b>

**5.3 precio de venta**

Para hallar el precio de venta por tamaño de bolso se emplea la siguiente fórmula:

$$\text{Precio de venta} = \text{Costo total unitario} / (1 - \text{margen de utilidad})$$

El margen de utilidad sobre los costos totales teniendo en cuenta el porcentaje de participación de las tejedoras y el porcentaje de la empresa, adicional teniendo en cuenta los precios de bolsos en el mercado que cuentan con certificación “hecho a mano” y que se manejan estilos personalizados es del 50%, reemplazando en la fórmula se tiene:

**Bolso mediano**

Precio de venta= Costo total unitario/ (1- margen de utilidad)

Precio de venta= \$ 83.901 / (1-0,50) = \$ 167.803

**Bolso grande**

Precio de venta= Costo total unitario/ (1- margen de utilidad)

Precio de venta= \$ 117.460 / (1-0,50) = \$ 234.921

**5.4 Proyecciones financieras**

Las proyecciones financieras de la empresa “Arte Tejido MY” se realizan teniendo en cuenta una producción del primer de 1329 unidades de bolsos con un incremento anual del 1,2% con un total de unidades en el año 5 de 1394 y se trabaja con precios constantes.

**5.4.1 Ingresos**

Se realiza una proyección de los ingresos utilizando la capacidad utilizada de cada año y el precio por tamaño de bolso.

**Tabla 97***Proyección de ingresos*

Concepto	Año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
<b>Bolso mediano</b>					

Precio de venta	\$ 167.803	\$ 167.803	\$ 167.803	\$ 167.803	\$ 167.803
Capacidad anual	995	1006	1019	1031	1043
<b>INGRESOS</b>	<b>\$166.879.945</b>	<b>\$168.882.504</b>	<b>\$170.909.095</b>	<b>\$172.960.004</b>	<b>\$175.035.524</b>
<b><u>Bolso grande</u></b>					
Precio de venta	\$ 234.921	\$ 234.921	\$ 234.921	\$ 234.921	\$ 234.921
Capacidad anual	334	338	342	346	351
<b>INGRESOS</b>	<b>\$ 78.531.739</b>	<b>\$ 79.474.120</b>	<b>\$ 80.427.809</b>	<b>\$ 81.392.943</b>	<b>\$ 82.369.658</b>
<b>Total</b>	<b>\$ 245.411.684</b>	<b>\$ 248.356.624</b>	<b>\$ 251.336.904</b>	<b>\$ 254.352.947</b>	<b>\$257.405.182</b>

### 5.4.2 Egresos

Para su cálculo se tiene en cuenta los costos y gastos fijos y variables

**Tabla 98**

#### *Proyección de egresos*

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad operativa	\$ 11.700.000	\$ 11.700.000	\$ 11.700.000	\$ 11.700.000	\$ 11.700.000
Mantenimiento de equipos de oficina	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000
Elementos de aseo	\$ 639.000	\$ 639.000	\$ 639.000	\$ 639.000	\$ 639.000
Servicios públicos y arrendamiento	\$ 11.640.000	\$ 11.640.000	\$ 11.640.000	\$ 11.640.000	\$ 11.640.000
Gastos de personal por prestación servicios	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000
Nómina administrativa y de ventas	\$ 43.764.600	\$ 43.764.600	\$ 43.764.600	\$ 43.764.600	\$ 43.764.600
Seguro todo riesgo	\$ 1.440.000	\$ 1.440.000	\$ 1.440.000	\$ 1.440.000	\$ 1.440.000
Otros C.I.F	\$ 270.000	\$ 270.000	\$ 270.000	\$ 270.000	\$ 270.000
Depreciación	\$ 1.760.904	\$ 1.760.904	\$ 1.760.904	\$ 1.760.904	\$ 1.760.904
Materiales indirectos	\$ 2.417.200	\$ 2.417.200	\$ 2.417.200	\$ 2.417.200	\$ 2.417.200
Mano de obra directa	\$ 14.525.448	\$ 14.525.448	\$ 14.525.448	\$ 14.525.448	\$ 14.525.448
Materiales e insumos directos	\$ 23.727.690	\$ 24.012.422	\$ 24.300.571	\$ 24.592.178	\$ 24.887.284
<b>Total</b>	<b>\$ 118.124.842</b>	<b>\$ 118.409.574</b>	<b>\$ 118.697.723</b>	<b>\$ 118.989.330</b>	<b>\$ 119.284.436</b>

## 5.5 Estados financiera proyectados a 5 años

Este estado de resultados muestra la manera en que “Arte Tejido MY” después de haber realizado los cálculos anteriores elabora los presupuestos de ingresos y egresos con proyección a 5 años.

### 5.5.1 Estado de resultados proyectado a 5 años

En este estado de resultados se proyectos los ingresos y egresos correspondientes a 5 años de acuerdo con los recursos dispuestos para su funcionamiento.

**Tabla 99**

*Estado de resultados proyectado*

<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>INGRESOS</b>	\$ 245.411.684	\$ 248.356.624	\$ 251.336.904	\$ 254.352.947	\$ 257.405.182
TOTALVENTAS ANTES DE IMPUESTOS AL CONSUMO	\$ 245.411.684	\$ 248.356.624	\$ 251.336.904	\$ 254.352.947	\$ 257.405.182
<b>TOTAL INGRESOS MENOS IMPUESTOS</b>	\$ 245.411.684	\$ 248.356.624	\$ 251.336.904	\$ 254.352.947	\$ 257.405.182
<b>COSTOS OPERACIONALES</b>	\$ 44.246.038	\$ 44.536.102	\$ 44.860.974	\$ 45.224.830	\$ 45.632.349
Materiales indirectos	\$ 2.417.200	\$ 2.707.264	\$ 3.032.136	\$ 3.395.992	\$ 3.803.511
Materiales directos	\$ 23.727.690	\$ 23.727.690	\$ 23.727.690	\$ 23.727.690	\$ 23.727.690
Insumos indirectos	\$ 191.700	\$ 191.700	\$ 191.700	\$ 191.700	\$ 191.700
Servicios públicos y arrendamientos	\$ 3.384.000	\$ 3.384.000	\$ 3.384.000	\$ 3.384.000	\$ 3.384.000
Mano de obra directa	\$ 14.525.448	\$ 14.525.448	\$ 14.525.448	\$ 14.525.448	\$ 14.525.448
TOTAL					
<b><u>EXCEDENTE BRUTO EN VENTAS</u></b>	<b><u>\$ 201.165.646</u></b>	<b><u>\$ 203.820.522</u></b>	<b><u>\$ 206.475.930</u></b>	<b><u>\$ 209.128.117</u></b>	<b><u>\$ 211.772.833</u></b>

<b>GASTOS</b>	\$	<b>72.117.900</b>	\$	<b>72.117.900</b>	\$	<b>72.117.900</b>	\$	<b>72.117.900</b>	\$	<b>72.117.900</b>
Gastos generales	\$	<b>116.363.938</b>	\$	<b>116.654.002</b>	\$	<b>116.978.874</b>	\$	<b>117.342.730</b>	\$	<b>117.750.249</b>
Nómina administrativa y de ventas	\$	43.764.600	\$	43.764.600	\$	43.764.600	\$	43.764.600	\$	43.764.600
Elementos de aseo	\$	447.300	\$	447.300	\$	447.300	\$	447.300	\$	447.300
Servicios públicos y arrendamientos	\$	8.256.000	\$	8.256.000	\$	8.256.000	\$	8.256.000	\$	8.256.000
Publicidad operativa	\$	11.700.000	\$	11.700.000	\$	11.700.000	\$	11.700.000	\$	11.700.000
Gastos de personal por prestación servicios	\$	6.000.000	\$	6.000.000	\$	6.000.000	\$	6.000.000	\$	6.000.000
Mantenimiento de equipo de oficina	\$	240.000	\$	240.000	\$	240.000	\$	240.000	\$	240.000
Seguro todo riesgo	\$	1.440.000	\$	1.440.000	\$	1.440.000	\$	1.440.000	\$	1.440.000
Otros C.I.F	\$	270.000	\$	270.000	\$	270.000	\$	270.000	\$	270.000
<b>EXCEDENTE O PÉRDIDA OPERACIONAL</b>	\$	<b>129.047.746</b>	\$	<b>131.702.622</b>	\$	<b>134.358.030</b>	\$	<b>137.010.217</b>	\$	<b>139.654.933</b>
<b>EXCEDENTE ANTES DE IMPUESTOS</b>	\$	<b>129.047.746</b>	\$	<b>131.702.622</b>	\$	<b>134.358.030</b>	\$	<b>137.010.217</b>	\$	<b>139.654.933</b>
Impuesto de Renta 33%	\$	42.585.756	\$	43.461.865	\$	44.338.150	\$	45.213.371	\$	46.086.128
<b>EXCEDENTES NETOS</b>	\$	<b>86.461.990</b>	\$	<b>88.240.757</b>	\$	<b>90.019.880</b>	\$	<b>91.796.845</b>	\$	<b>93.568.805</b>
Reserva legal	\$	12.969.298	\$	13.236.114	\$	13.502.982	\$	13.769.527	\$	14.035.321
Pago a tejedoras 45%	\$	38.907.895	\$	39.708.341	\$	40.508.946	\$	41.308.580	\$	42.105.962
<b>UTILIDAD NETA</b>	\$	<b>34.584.796</b>	\$	<b>35.296.303</b>	\$	<b>36.007.952</b>	\$	<b>36.718.738</b>	\$	<b>37.427.522</b>

### 5.5.2 Flujo de caja proyectado

**Tabla 100**

#### *Flujo de caja proyectado*

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>INGRESOS</b>						
Aporte socias	\$ 23.542.291					
Fondo Emprender	\$ 30.000.000					
Ventas		\$ 245.411.684	\$ 248.356.624	\$ 251.336.904	\$ 254.352.947	\$ 257.405.182
<b>TOTAL INGRESOS</b>	\$ <b>53.542.291</b>	\$ <b>245.411.684</b>	\$ <b>248.356.624</b>	\$ <b>251.336.904</b>	\$ <b>254.352.947</b>	\$ <b>257.405.182</b>

## EGRESOS

**Inversión fija**

Muebles y enseres	\$	4.448.000					
Equipo de oficina	\$	7.166.800	\$ 116.363.938				
Herramientas	\$	392.000					
Inversión diferida	\$	22.905.000					
Materiales directos			\$ 23.727.690	\$ 24.012.422	\$ 24.300.571	\$ 24.592.178	\$ 24.887.284
Materiales indirectos	\$	2.417.200	\$ 2.417.200	\$ 2.417.200	\$ 2.417.200	\$ 2.417.200	\$ 2.417.200
Insumos indirectos	\$	191.700	\$191.700	\$191.700	\$191.700	\$191.700	\$191.700
Mano de Obra Directa	\$	14.525.448	\$14.525.448	\$14.525.448	\$14.525.448	\$14.525.448	\$14.525.448
Servicios públicos y arrendamientos	\$	11.640.000	\$11.640.000	\$11.640.000	\$ 11.640.000	\$11.640.000	\$11.640.000
Gastos de administración	\$	13.827.300	\$ 13.827.300	\$13.827.300	\$13.827.300	\$13.827.300	\$13.827.300
Nómina administrativa y de ventas	\$	43.764.600	\$43.764.600	\$43.764.600	\$43.764.600	\$43.764.600	\$43.764.600
Gastos de personal por prestación de servicios	\$	6.000.000	\$6.000.000	\$6.000.000	\$6.000.000	\$6.000.000	\$6.000.000
Otros C.I.F	\$	270.000	\$270.000	\$270.000	\$270.000	\$270.000	\$270.000
Depreciación		-\$1.760.904	-\$1.760.904	-\$1.760.904	-\$1.760.904	-\$1.760.904	-\$1.760.904
Amortización		-\$4.581.000	-\$4.581.000	-\$4.581.000	-\$4.581.000	-\$4.581.000	-\$4.581.000
Impuesto de Renta 33%			\$42.585.756	\$43.461.865	\$44.338.150	\$45.213.371	
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>\$</b>	<b>34.911.800</b>	<b>\$ 110.022.034</b>	<b>\$152.892.522</b>	<b>\$154.056.781</b>	<b>\$155.224.672</b>	<b>\$156.395.000</b>
<b>INGRESOS- EGRESOS</b>	<b>\$</b>	<b>18.630.491</b>	<b>\$135.389.650</b>	<b>\$95.464.102</b>	<b>\$97.280.123</b>	<b>\$99.128.274</b>	<b>\$101.010.182</b>
Valor de salvamento							\$1.200.680
Saldo de caja anterior			-\$ 20.277.405	\$27.844.478	\$34.225.164	\$40.571.468	\$22.135.829
<b>SALDO NETO DE CAJA</b>	<b>\$</b>	<b>18.630.491</b>	<b>\$115.112.245</b>	<b>\$123.308.580</b>	<b>\$131.505.287</b>	<b>\$139.699.742</b>	<b>\$124.346.691</b>

**5.5.3 Balance proyectado**

A través de este balance general se establece la situación económica de “Arte Tejido MY”.

**Tabla 101***Balance general proyectado*

<b>Concepto</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>						
Bancos	\$18.630.491	\$115.112.245	\$123.308.580	\$131.505.287	\$139.699.742	\$124.346.691
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$18.630.491</b>	<b>\$115.112.245</b>	<b>\$123.308.580</b>	<b>\$131.505.287</b>	<b>\$139.699.742</b>	<b>\$124.346.691</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>						
Muebles y enseres	\$4.448.000	\$4.448.000	\$4.448.000	\$4.448.000	\$4.448.000	\$4.448.000
Equipo de oficina	4.448.000	4.448.000	4.448.000	4.448.000	4.448.000	4.448.000
Herramientas	\$7.166.800	\$7.166.800	\$7.166.800	\$7.166.800	\$7.166.800	\$7.166.800
Menos depreciación acumulada	\$392.000	\$392.000	\$392.000	\$392.000	\$392.000	\$392.000
		-\$1.760.904	-\$3.521.808	-\$5.282.712	-\$7.043.616	-\$8.804.520
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$12.006.800</b>	<b>\$10.245.896</b>	<b>\$8.484.992</b>	<b>\$6.724.088</b>	<b>\$4.963.184</b>	<b>\$3.202.280</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>						
Menos amortización acumulada	\$22.905.000	\$22.905.000	\$22.905.000	\$22.905.000	\$22.905.000	\$22.905.000
		-\$4.581.000	-\$9.162.000	-\$13.743.000	-\$18.324.000	-\$22.905.000
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$22.905.000</b>	<b>\$18.324.000</b>	<b>\$13.743.000</b>	<b>\$9.162.000</b>	<b>\$4.581.000</b>	<b>\$ -</b>
<b>ACTIVOS TOTALES</b>	<b>\$53.542.291</b>	<b>\$143.682.141</b>	<b>\$145.536.572</b>	<b>\$147.391.375</b>	<b>\$149.243.926</b>	<b>\$127.548.971</b>
<b><u>PASIVOS</u></b>						
Impuesto de Renta		\$42.585.756	\$43.461.865	\$44.338.150	\$45.213.371	\$46.086.128
<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTE</b>		<b>\$ 42.585.756</b>	<b>\$43.461.865</b>	<b>\$44.338.150</b>	<b>\$45.213.371</b>	<b>\$46.086.128</b>
<b>PASIVOS TOTALES</b>		<b>\$42.585.756</b>	<b>\$43.461.865</b>	<b>\$44.338.150</b>	<b>\$45.213.371</b>	<b>\$46.086.128</b>
<b><u>PATRIMONIO</u></b>						
Aportes socios	\$23.542.291	\$23.542.291	\$23.542.291	\$23.542.291	\$23.542.291	\$23.542.291
Fondo Emprender	\$30.000.000	\$30.000.000	\$30.000.000	\$30.000.000	\$30.000.000	\$30.000.000
Reserva legal		\$12.969.298	\$13.236.114	\$13.502.982	\$13.769.527	\$14.035.321
Utilidad del ejercicio		\$34.584.796	\$35.296.303	\$36.007.952	\$36.718.738	\$37.427.522
<b>PATRIMONIO TOTAL</b>	<b>\$53.542.291</b>	<b>\$101.096.385</b>	<b>\$102.074.707</b>	<b>\$103.053.225</b>	<b>\$104.030.555</b>	<b>\$81.462.843</b>
<b>PASIVO TOTAL + PATRIMONIO</b>	<b>\$53.542.291</b>	<b>\$143.682.141</b>	<b>\$145.536.572</b>	<b>\$147.391.375</b>	<b>\$149.243.927</b>	<b>\$127.548.971</b>
Verificación de saldos	\$ -	-\$ 0	0	\$ 0	-\$ 0	\$ 0

## 6. Evaluación del proyecto

Durante el desarrollo del presente proyecto de factibilidad, se ha tenido como pilar la optimización de los recursos y el trabajo basado en la generación de utilidades que compensen la inversión de los socios y a su vez que cause un impacto positivo en el entorno.

La evaluación del proyecto es la parte final del proyecto de factibilidad “Arte Tejido MY”, tiene como fin exponer el punto de equilibrio, determinar el VPN (Valor presente Neto), la TIR (Tasa Interna de Retorno) y el impacto financiero, ambiental y social.

### 6.1 Evaluación social y los aspectos claves de la responsabilidad social empresarial

Con referencia a la RSE se tiene que decir que es la forma de mejorar sustancialmente la equidad en la sociedad, esto implica la colaboración de entidades territoriales, empresas y la comunidad en general. La evaluación social del presente proyecto se basa en la GTC (Guía Técnica Colombiana) 180, la cual menciona lo concerniente a mantener y mejorar de forma continua un enfoque de Responsabilidad Social en la gestión y propende por involucrar a las partes interesadas en un desempeño socialmente responsable.

Los pasos para implementar el enfoque de gestión socialmente responsable son bajo la estructura cíclica de PHVA:

#### **Figura 32**

*Ciclo PHVA*



Nota: Tomado de Itinglesemprerismo, ciclo PHVA o proceso de mejoramiento continuo.

En la siguiente tabla se muestran los lineamientos de GTC 180:

**Tabla 102**

*Lineamientos GTC 180*

Principios de la RSE	Adopción de “Arte Tejido MY”
----------------------	------------------------------

Gestión organizacional: Se refiere a las estrategias que la empresa pone en marcha con el fin actuar socialmente responsable, las cuales deben estar alineadas a los valores y principios que fundamentan el proyecto.

Arte Tejido MY, se interesará por el bienestar social de los empleados mediante la creación de un sistema que permita tener una comunicación efectiva, creación de un código de ética que permita hacer seguimiento al cumplimiento del mismo.

Aquí se resalta la visión de la organización, la cual se encuentra enfocada a la responsabilidad

social medioambiental.

Análisis del entorno: la capacidad que tienen las empresas para responder al comportamiento del entorno y así mismo tomar decisiones adecuadas que beneficien el sector en el cual se trabaja.

Luego de realizar un análisis de oportunidades y amenazas en el entorno de Arte Tejido MY, se concluye que existen condiciones favorables para responder sin causar un daño social o medioambiental en el municipio de Puente Nacional (Santander).

Gestión del cambio: Este es un reto para todas las organizaciones, ya que ninguna se encuentra exenta de implementar nuevos mecanismos y cambiar la cultura organizacional.

Dado que la empresa no se ha creado, si se tienen en cuenta algunas estrategias que permiten dar un valor agregado al producto que se pretende ofrecer, por medio de certificaciones de elaboración “Hecho a Mano” en la que intervienen entidades como Artesanías de Colombia y el Icontec; lo que permite que las mujeres madres que se desempeñarán como tejedoras y puedan tener una utilidad en la que se le valore el esfuerzo. también se busca montar una tienda artesanal con adecuaciones medioambientalmente responsables, que cumplan con las especificaciones de Artesanías de Colombia, para evitar a toda costa un daño o perjuicio a los colaboradores o los clientes. Otro punto evaluado es la contratación de personal, es decir a partir de la vinculación de un nuevo colaborador se debe contar con lo que establece la norma desde que inicia sus labores, y se ha designado una persona que vigile este control interno en el que se vigila que los procesos se realicen conforme a la ley colombiana.

Será un pilar para la empresa “Arte Tejido MY” desarrollar programas de capacitación y eventos sociales constantes que incentiven a todo el personal vinculado a la mejora continua de sus labores profesionales y vida personal.

Riesgos asociados a la RSE: se refiere a la identificación, valoración y gestión de los riesgos que se presentan en la implementación de un de mejora de responsabilidad social.

Se tiene como objetivo crear espacios que permitan la resolución de conflictos, reuniones para hablar sobre los objetivos que tiene la tienda artesanal en pro del progreso, además de identificar conductas o fallas presentes para tomar medidas que conduzcan al éxito.

Orientación al desarrollo sostenible: en las organizaciones este debe ser un objetivo estratégico que busca el equilibrio entre el crecimiento económico, la búsqueda de una mejor calidad de vida y el bienestar social; preservando todos los recursos naturales disponibles para el funcionamiento y actuando responsablemente para dejar un futuro sano a las futuras generaciones.

Arte Tejido MY, destacará por el uso de materia prima de origen natural, de esta manera minimizar el uso de químicos dañinos para el medio ambiente. De igual forma estará activa en foros relacionados con el cuidado del medio ambiente.

Consideraciones legales: Son principios basados en la dignidad de las personas, fundamento del Estado social de derecho y de los derechos fundamentales (personales, familiares, sociales y culturales) que se deben garantizar a los ciudadanos.

En “Arte Tejido MY” siempre el objetivo será actuar bajo la norma legal vigente donde se actúe responsablemente y se brinde una calidad de vida favorable para quienes intervienen.

## 6.2 Evaluación ambiental

La empresa “Arte Tejido MY” será una empresa preocupada por minimizar el impacto medio ambiental y por esta razón se esforzará por la realización de buenas prácticas a los diferentes materiales que tenga bajo su responsabilidad; aunque el proyecto no contempla el manejo de materiales que generan impacto negativo pues es relevante manifestar que dentro de los procesos funcionales todo será natural sin riesgo alguno.

**6.2.1 Matriz de evaluación de impactos****Tabla 103***Matriz de evaluación de impactos*

<b>Aspecto ambiental</b>	<b>Nivel</b>			<b>Impacto ambiental</b>	<b>Impacto</b>		
	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>B</b>		<b>A</b>	<b>M</b>	<b>B</b>
Agua: recurso hídrico utilizado para la limpieza, desinfección de las herramientas y equipos utilizados en la empresa.	X			Agotamiento de recursos hídricos.			X
Energía: Este recurso es de fuente natural y ocurre cuando se enciende los equipos de cómputo y luces.	X			Agotamiento de recursos naturales.			X
Manejo de residuos oficina: materiales como el papel y el cartón.	X			Contaminación medioambiental ya que se acumula en las fuentes hídricas.			X
Manejo de residuos producción: en este proyecto se refiere a los desperdicios de lana.			X	Subutilización de la lana extraída del animal.			X
Vertimiento de aguas residuales: aguas negras emanadas por la limpieza, desinfección o necesidades básicas de los empleados.	X			Contaminación medioambiental de suelos y fuentes hídricas.			X

Aspecto ambiental	Nivel			Impacto ambiental	Impacto		
	A	M	B		A	M	B
Materia prima	X			<p>Para la fabricación de los bolsos se utilizará hilo lana 100% natural, es un material tan resistente que es capaz de ser reutilizado para generar otro tipo de tejidos; es así como se minimiza el daño medioambiental.</p> <p>No obstante, la lana se origina de un animal, el cual es sometido a prácticas no muy sanas que causan daño al animal durante y después de la extracción y a consecuencia de esto las ovejas mueren de frío.</p>	X		
Insumos		X		<p>Algunas herramientas utilizadas para la tejeduría son elaboradas en plástico y metal, así que teniendo en cuenta que la producción de estas herramientas es en serie, se puede afirmar que el impacto medioambiental es negativo por la emisión de metales tóxicos y gases de efecto invernadero.</p>		X	
Recursos naturales disponibles				<p>Por la demanda de lana se requieren bastantes animales por lo que en algunas zonas se ha sobreexplotado el pasto y ha causado desertificación, la cantidad de heces fermentadas genera emisiones de metano y adicionalmente se van directamente a las fuentes hídricas provocando contaminación.</p>			
Tecnología: uso de internet y aparatos electrónicos.		X		Incremento del efecto invernadero			X

### 6.2.2 Plan de mitigación

Después de analizar los posibles impactos ambientales en la ejecución del proyecto y en el desarrollo de las actividades, se han identificado medidas para mitigar el impacto antes, durante y después del proceso para generar un bienestar medio ambiental.

**Tabla 104**

#### *Plan de mitigación*

Aspecto ambiental asociado	Nivel		
	Antes	Durante	Después
Agua: recurso hídrico utilizado para la limpieza, desinfección de las herramientas y equipos utilizados en la empresa.	Poner a disposición llaves y sanitarios ahorradores de agua	Capacitación modos de ahorrar agua	Revisar consumo de agua
Energía: Este recurso es de fuente natural y ocurre cuando se enciende los equipos de cómputo y luces.	Revisión de instalación de tomas eléctricas	Encender luces y equipos solo cuando se usen	Revisión de equipos conectados y luces encendidas

Manejo de residuos oficina: materiales como el papel y el cartón.	Diseñar plan de reciclaje y realizar alianza con empresas que utilicen estos materiales como materia prima.	Poner a disposición una caneca de reciclaje	Transportar hasta la empresa cuando la cantidad lo amerite
Manejo de residuos producción: en este proyecto se refiere a los desperdicios de lana.	Planes de donación de desperdicios para uso manualidades o jardines infantiles.	Colocar recipiente en sala de producción para recolectar todos los desperdicios de lana.	Llevar a fundación, casa de la cultura y jardines municipales.
Tecnología: uso de internet y aparatos electrónicos.	Diseño del plan de cooperación del cuidado del medio ambiente.	Desactivar red móvil al ingresar a la fábrica y activar red wifi, en caso de transmitir información importante hacerlo por medio de una llamada o un mensaje por interno y no en grupo de WhatsApp para la disminución de emisiones de CO2.	Control y capacitación sobre los impactos negativos en el ambiente por uso de las nuevas tecnologías.

---

#### 6.4 Evaluación financiera

Para realizar la evaluación financiera es necesario determinar la tasa de oportunidad (TO) y así hallar la tasa atractiva de retorno (TMAR).

$$TO = ((1 + TES) (1 + TR)) - 1 \times 100$$

TES: Títulos de tesorería a 5 años = 5,76% (04/06/2021 Banco de la República)

RP: % recursos propios=100%

RC: 0%

% IMP: % Impuesto de renta= 33%

TR: Tasa de riesgo= 15%

TI= 0%

Ti: Tasa de inflación 2020= 1,61%

TO=  $((1+0,0576) (1+0,15))-1 \times 100$

TO= 21,62%

Ahora se aplica la fórmula de la TMAR (Tasa Mínima Atractiva de Retorno), así:

TMAR=  $(TO \times RP) + (RC \times TI \times (1 - \% \text{ IMP}))$

TMAR=  $(21,62\% \times 100\%) + (0 \times 0 \times (1 - 33\%))$

TMAR= 21,62%

Ahora se aplica la fórmula de la TMAR deflactada puesto que se manejan pesos constantes, así:

TMAR Deflactada=  $((1 + \text{TMAR}) - 1) / (1 + \text{Ti}) \times 100$

$$\text{TMAR Deflactada} = (((1+21.62\%)-1) / (1+1,61\%)) * 100$$

$$\text{TMAR Deflactada} = 21,28\%$$

#### **6.4.1 Valor presente neto**

Este valor se obtiene después de descontar la TMAR del 21,28%, dando como resultado un Valor Presente Neto de \$ 50.388.882, sabiendo que el total de inversión requerida es de \$ 53.542.291; como se muestra a continuación:

$$VPN = \frac{FE_1}{1+i} + \frac{FE_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FE_n}{(1+i)^n}$$

$$\begin{aligned} VPN = & (34.584.796 / (1+21,28\%)) + ((35.35.296.303 / (1+21,28\%)^2) + ((36.007.952 / \\ & ((1+21,28\%)^3) + ((36.718.738 / (1+21,28\%)^4) + ((37.427.522 / ((1+21,28\%)^5) = \end{aligned}$$

$$VP = 28.516.165 + 23.996.120 + 20.184.414 + 16.971.154 + 14.263.319$$

$$VPN = \$ 103.931.172 - \text{Inversión}$$

$$VPN = \$ 103.931.172 - \$ 53.542.291 = \mathbf{\$ 50.388.291}$$

Este valor es positivo, indicando que es atractivo para los inversionistas pues se maximiza su inversión.

### **6.4.2 Tasa Interna de Retorno TIR**

Mediante esta tasa se determina el porcentaje de rentabilidad durante la vida útil del proyecto. Esta TIR es del 32% siendo superior a la tasa de oportunidad cuyo porcentaje es del 21,62%, permitiendo determinar que el proyecto es viable financieramente.

Se calculó aplicando la siguiente formula:

$$VPN = \sum (x)(1+r)^{-t}$$

Donde:

X= Flujo neto de caja para cada año

I= TIR

t= periodos

VP= -53.542.291 28.516.165 23.996.120 20.184.414 16.971.154 14.263.319

TIR= 32%

### **6.4.3 Periodo de recuperación**

Hace referencia al tiempo en el cual se espera recuperar la inversión inicial (53.542.291), teniendo en cuenta los flujos de efectivo y sacando su valor promedio, obteniendo un tiempo de recuperación de 2,53 años. Para su cálculo se aplica la siguiente fórmula:

PRI= Inversión inicial/VP promedio

PRI= 53.542.291/20.786.234= 2,58 Años

#### 6.4.4 Análisis de razones financieras

Las razones financieras que se tienen en cuenta son: liquidez, endeudamiento y rentabilidad.

**Tabla 105**

#### Razones financieras

<b>INDICADOR DE LIQUIDEZ</b>		<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Razón corriente	Activo corriente/pasivo corriente	2,7	2,8	3,0	3,1	2,7
<b>INDICADOR DE ENDEUDAMIENTO</b>						
índice de endeudamiento	Total pasivo/ Total activo	0,296	0,299	0,301	0,303	0,361
Índice de solvencia	Total patrimonio/Total activo	0,7036113	0,70136809	0,6991808	0,6970505	0,63867895
índice de apalancamiento total	Total pasivo/ Total patrimonio	0,4212392	0,426	0,4302451	0,4346163	0,56573189
Concentración endeudamiento a corto plazo	Pasivo corriente/ pasivo total	1	1	1	1	1
<b>INDICADOR DE RENTABILIDAD</b>						
Rentabilidad bruta	Utilidad bruta/Ventas netas	14,1%	14,2%	14,3%	14,4%	14,5%
Rentabilidad del activo total (ROA)	Utilidad neta/activo total	24,1%	24,3%	24,4%	24,6%	29,3%
Rentabilidad del patrimonio (ROE)	Utilidad neta/ patrimonio	34,2%	34,6%	34,9%	35,3%	45,9%
Rentabilidad neta	Utilidad neta/ventas netas	14,1%	14,2%	14,3%	14,4%	14,5%
Rentabilidad operacional	Utilidad operacional/ventas netas	52,6%	53,0%	53,5%	53,9%	54,3%

**Razón corriente:** Este indicador de liquidez muestra que el total de activos corrientes es superior al total de pasivos corrientes dando valores superiores a 1, para el caso, en el año 1 y 5 se obtuve un 2,7; mostrando una capacidad importante de la empresa para generar recursos y cumplir con sus obligaciones.

**Índice de endeudamiento:** Los resultados obtenidos en el primer año es de 0,29 y en el año 5 es de 0,36; indicando que los activos son mayores que los pasivos de la empresa, siendo datos favorables que revelan la salud financiera de la empresa.

**Índice de solvencia:** Es la capacidad que tiene la empresa para afrontar sus compromisos u obligaciones de pagos a corto y largo plazo.

**Índice de apalancamiento total:** Muestra la relación entre capital y deuda de la empresa, en otras palabras, relación relativa de la utilidad neta a causa de la variación en el nivel de operación.

**Concentración endeudamiento a corto plazo:** Representa el porcentaje de relación con los proveedores que se les debe pagar en un corto plazo, teniendo en cuenta los recursos con los que dispone la empresa también en un corto plazo que le permiten cumplir con sus obligaciones.

**Rentabilidad bruta:** es un indicador muy importante que permite establecer el retorno de la inversión, al hacer la comparación entre el año 1 y 5 se evidencia un incremento del 0,1 en cada año.

**Rentabilidad del activo total (ROA):** Es un indicador muy importante que permite evaluar como la empresa está convirtiendo activos en capital neto, cuanto mayor sea el porcentaje será mejor para la administración de la empresa. En el año 1 es del 24,1% y en el año 5 es del 29,3%.

**Rentabilidad del patrimonio ROE:** Este indicador permite determinar la capacidad de la empresa para generar valor para sus inversionistas, entre mayor sea el ROE, mayor la rentabilidad de la empresa en relación con sus recursos propios; el resultado del ROE en el año 1 es del 34,2%, el cual va incrementando año tras año y finalmente en el año 5 se obtiene una rentabilidad del 46%.

**Rentabilidad neta:** La utilidad neta sobre las ventas en el año 1 es del 14,1% e ira incrementando año tras año en un 0,1. Esta rentabilidad neta se muestra en valores positivos una vez son descontados los gastos en los que se incurre.

**Rentabilidad operacional:** Para hallar este indicador se divide la utilidad operacional entre las ventas netas. En el proyecto se obtiene una rentabilidad operativa del 52,5% en el primer año, y esta aumenta año tras año.

### ***6.5 Punto de equilibrio***

El punto de equilibrio de la empresa Arte Tejido MY, muestra la cantidad de bolsos que le empresa debe vender y los precios de venta para obtener los recursos necesarios y así cubrir sus obligaciones.

La fórmula para hallar este punto de equilibrio en unidades es la siguiente:

$$Q = \text{CFT} / (\text{PV} - \text{Cvu}); \text{ donde:}$$

Q= Punto de equilibrio en unidades

CFT= Costos fijos totales

PV= Precio de venta

Cvu= Costo variable unitario

**Tabla 106**

*Punto de equilibrio*

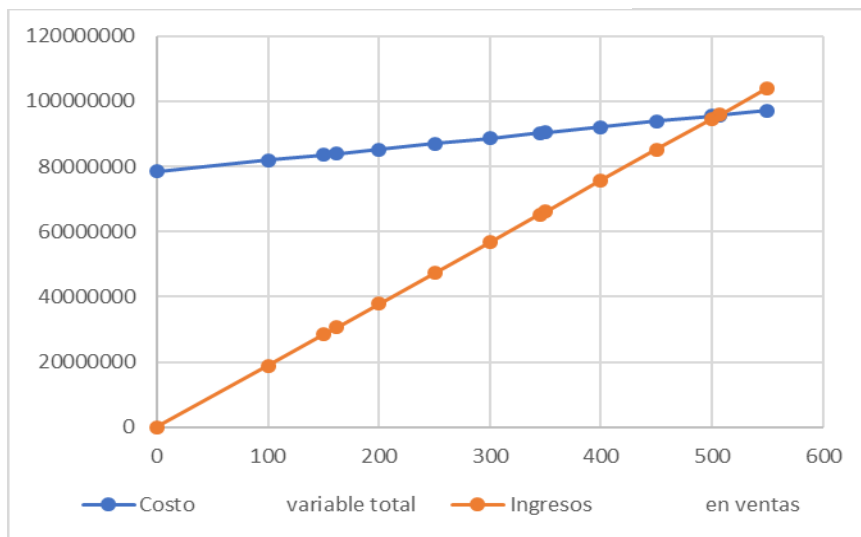
REFERENCIA	PPTO VENTAS/ AÑO	% PARTICIPACIÓN	PRECIO VENTA	COSTO VARIABLE	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	MARGEN PONDERADO	PTO EQUILIBRIO Q	PTO EQUILIBRIO \$
Bolso mediano	994,5	68%	\$167.803	\$30.254	137.549	93.533	344	\$57.701.973
Bolso grande	334,29	32%	\$234.921	\$42.355	192.566	61.621	162	\$38.014.930
<b>Total</b>		<b>Precio ponderado</b>	<b>\$189.281</b>	\$72.608	<b>330.116</b>	<b>155.155</b>	<b>506</b>	<b>\$95.716.903</b>

Este resultado del punto de equilibrio es bueno para el proyecto siempre que se encuentre por debajo del total de ventas proyectadas, en este caso, la cantidad de punto de equilibrio en cantidades es 506 unidades y la cantidad proyectada es de 1329. En este punto de equilibrio no se obtienen ni ganancias ni pérdidas.

Ahora, se muestra gráficamente este punto de equilibrio tanto en cantidades como en pesos, así:

**Figura 33**

*Punto de Equilibrio*



### **Conclusiones**

Por medio del estudio de mercados se realizó un análisis de precios, publicidad, promoción, comportamiento de la competencia y los canales de comercialización del producto en los municipios de Barbosa, San Gil, Bucaramanga y Tunja; y se estableció la viabilidad para la creación de una empresa productora de bolsos personalizados tejidos a mano en el municipio de Puente Nacional, Santander.

En el mercado objetivo se tuvieron en cuenta 163.536 habitantes de los municipios de Puente Nacional, Barbosa, San Gil, Bucaramanga y Tunja; los cuales tienen una característica en común y es la búsqueda de una experiencia con la marca de un producto y es allí donde la personalización del bolso juega un papel importante, también las personas tienen una preferencia de un producto que muestre ser socialmente responsable; adicionalmente se ha identificado que la población objetivo hace uso de la tecnología en su diario vivir, realizan cada vez más compras por internet y se adaptan muy fácil a los cambios.

Se encontró que el 72% de la población objetivo del presente proyecto le gustaría comprar un bolso personalizado tejido a crochet y el 97% manifestó estar de acuerdo con la creación de una empresa dedicada a la producción de bolsos tejidos personalizados mediante la técnica de crochet, lo que es positivo para el presente proyecto porque se garantiza un alto consumo del producto que ofrece “Arte Tejido MY”.

En el estudio técnico se determinó que la capacidad utilizada será inicialmente de 1329 bolsos personalizados tejidos a mano, dentro de los cuales 994 son bolsos medianos y 334 bolsos grandes.

Se realizó una evaluación de factores importantes respecto a la micro localización del proyecto y con el fin de beneficiarlo, se tomó la decisión de tomar en arriendo un local disponible en el Barrio Gaitán del Municipio de Puente Nacional.

El Municipio de Puente Nacional cuenta con mujeres madres con conocimientos ancestrales en el arte del tejido a crochet, suficientes para llevar a cabo este proyecto; por ahora la empresa “Arte Tejido MY” contará con 25 mujeres madres residentes en el municipio de Puente Nacional, que el presente proyecto denomina como tejedoras, quienes estarán vinculadas por medio de un contrato de cuentas en participación de utilidades, cuyo contrato las denomina socias y la empresa “Arte Tejido MY” actúa como gestor de las actividades realizadas.

Se ha realizado un análisis de proveedores, el cual permite garantizar el abastecimiento de los materiales requeridos en la fabricación y en caso de que la demanda tenga un incremento también cuenta con suficiente stock para despachar a la empresa “Arte Tejido MY”

La empresa Arte Tejido MY se constituirá en la Cámara de comercio de Bucaramanga, como una sociedad por acciones simplificadas (S.A.S) según la ley 1258 de 2008; dicha empresa incentivará el desarrollo económico y social en el municipio de Puente Nacional, ya que generará 2 empleos directos y 4 indirectos.

En el estudio financiero se logró obtener el total de la inversión de proyecto, que equivale a \$52'822.291, inversión que los socios del presente proyecto están dispuestos a asumir en la puesta en marcha, adicionalmente en el flujo de caja los valores fueron positivos.

Respecto a la evaluación del proyecto se logró determinar la tasa de oportunidad (TO) del 21,62% y a su vez hallar la tasa atractiva de retorno (TMAR) que arrojó un porcentaje del 21,28%, la tasa interna de retorno (TIR) 33% siendo mayor a la tasa de oportunidad mostrando la viabilidad financiera del proyecto; el punto de equilibrio se alcanza con un total de unidades de 507 unidades y de \$ 96.471.487; el periodo de recuperación de la inversión es a los 2 años y medio; al hacer el análisis de las razones financieras arrojan valores positivos que permiten intuir la conveniencia en la ejecución de la presente factibilidad.

### Referencias Bibliográficas

- Acero, J. (1971). La artesanía a través de la historia en Colombia.  
<https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/bitstream/001/445/5/INST-D%201971.%205.pdf>
- Artesanías de Colombia. (1997). Sello de Calidad “Hecho a Mano”.  
[https://artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/C\\_proyectos/sello-de-calidad-hecho-a-mano\\_1487](https://artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/C_proyectos/sello-de-calidad-hecho-a-mano_1487)
- Artesanías de Colombia. (2016). Guía de criterios de calidad aplicables a productos artesanales con opción de comercialización a través de los canales de Artesanías de Colombia S.A.  
<https://core.ac.uk/download/pdf/80047713.pdf>
- Artesanías de Colombia. (2019). En 2019, Expoartesanías creció en ventas y visitantes.  
[https://artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/en-2019-expoartesantias-crecio-en-ventas-y-visitantes\\_13882](https://artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/en-2019-expoartesantias-crecio-en-ventas-y-visitantes_13882)
- Artesanías de Colombia. (2020). Informe de Gestión.  
[https://artesantiasdecolombia.com.co/Documentos/Contenido/37231\\_reporte\\_pa\\_q4\\_2020\\_03032021\\_v5.pdf](https://artesantiasdecolombia.com.co/Documentos/Contenido/37231_reporte_pa_q4_2020_03032021_v5.pdf)

Artesanías de Colombia. (2021). Misión.

<https://artesaniadescolombia.com.co/PortalAC/Movil/Publicacion.jsf?contenidoId=166#:~:text=Artesan%C3%ADas%20de%20Colombia%20tiene%20como,cultural%20y%20el%20medio%20ambiente.>

Bernat, L. (2005). Análisis de género de las diferencias salariales en las 7 principales áreas metropolitanas colombianas: ¿evidencia de discriminación?.

[https://repository.icesi.edu.co/biblioteca\\_digital/handle/10906/79014](https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/handle/10906/79014)

Cámara de Comercio de Bucaramanga. (2020). COMPITE 360.

<http://www.compite360.com/sitio/benchmarking/#/app>

Cámara de Comercio de Bucaramanga. (2003). Política de Calidad.

<https://www.camaradirecta.com/institucional/institucional/sistema-de-gestion-de-calidad/#:~:text=En%20la%20C%C3%A1mara%20de%20Comercio%20de%20Bucaramanga%20queremos%20contribuir%20al,proyectos%20garantizando%20el%20cumplimiento%20de>

Cámara de Comercio de Bucaramanga. (s.f). Constitución de Sociedad por Acciones Simplificadas.

<https://www.camaradirecta.com/media/e8bb2534dce038c72333379b57bfda84f7041bfe.pdf>

Cámara Valencia. (2019). Tipos de publicidad para dar a conocer un producto o servicio.

<https://www.mastermarketing-valencia.com/comunicacion-publicidad/tipos-de-publicidad-para-dar-a-conocer-un-producto-o-servicio/>

Cinco Días. (2016). El gran consumo se apunta a lo artesano.

[https://cincodias.elpais.com/cincodias/2016/11/04/sentidos/1478288394\\_842262.html](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2016/11/04/sentidos/1478288394_842262.html)

Chavarro, J.E. (2018). Código de Comercio 3ra edición, Edición Empresarial.

<https://bibliotecavirtual.uis.edu.co:4259/es/ereader/uis/68943>

Decreto 410 de 1971. [Con fuerza de ley]. Por el cual se expide el Código de Comercio. Marzo

27 de 1971. D.O. N°. 33.339.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=41102>

Concejo Municipal de Puente Nacional, Santander. (2009). Código de Rentas del Municipio de

Puente Nacional Santander.

<http://municipioscolombia.co/Santander/Puente%20Nacional/acuerdo%2003%20de%202018%20Pte%20Nacional.pdf>

DANE. (2018). Censo Nacional de Población y Vivienda.

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>

- DANE. (2018). Censo Nacional de Población y Vivienda. Población por edad y sexo.  
<https://dane.maps.arcgis.com/apps/MapSeries/index.html?appid=340192703f5948f884585d93181711b>
- DANE. (2018). Resultados Censo Nacional de Población y Vivienda, Sogamoso, Tunja Boyacá.  
<https://www.dane.gov.co/files/censo2018/informacion-tecnica/presentaciones-territorio/190727-CNPV-presentacion-Boyaca-Sogamo.pdf>
- DANE. (2018). Resultados Censo Nacional de Población y Vivienda. Red de ciudadanos como vamos. <https://www.dane.gov.co/files/censo2018/informacion-tecnica/presentaciones-territorio/191206-presentacion-red-ciudades-como-vamos.pdf>
- DANE. (2019). Boletín técnico Gran Encuesta de Hogares (GEIH).  
[https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ml\\_depto/Boletin\\_dep\\_19.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ml_depto/Boletin_dep_19.pdf)
- DANE. (2019). Boletín Técnico Importaciones (IMPO).  
[https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/importaciones/bol\\_impo\\_dic19.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/importaciones/bol_impo_dic19.pdf)
- DANE. (2018). Censo Nacional de Población y Vivienda- Puente Nacional Santander.  
<https://sitios.dane.gov.co/cnpv/#!/>
- DANE. (2020). Crecimiento anual del PIB por actividad económica I trimestre 2020.  
[https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/cp\\_PIB\\_IVtrim20.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/cp_PIB_IVtrim20.pdf)

DANE. (2018). Censo Nacional de Población y Vivienda- Geovisor Estratificación.

<https://geoportal.dane.gov.co/geovisores/sociedad/cnpv->

[2018/?lt=4.456007353293281&lg=-73.2781601239999&z=5](https://geoportal.dane.gov.co/geovisores/sociedad/cnpv-2018/?lt=4.456007353293281&lg=-73.2781601239999&z=5)

Decreto 258 de 1987. “Por el cual se reglamenta la Ley 36 de 1984 y se organiza el Registro de Artesanos y de Organizaciones Gremiales de Artesanos y se dictan otras disposiciones”.

Febrero 2 de 1984.

[https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma\\_pdf.php?i=67117](https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=67117)

El Gran Santander (2020). Así es Puente Nacional Santander. <https://elgransantander.com/asi-es-puente-nacional-santander>

Fernández, M. (2006). Determinante del diferencial salarial por género en Colombia, 1997-2003. <https://revistas.uniandes.edu.co/doi/pdf/10.13043/dys.58.5>

Gaviria, L.E. (2002). El liberalismo y la insurrección de los artesanos contra el libre cambio.

Colombia: Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.

[https://www.libreriadelau.com/el-liberalismo-y-la-insurreccion-de-los-artesanos-contra-](https://www.libreriadelau.com/el-liberalismo-y-la-insurreccion-de-los-artesanos-contra-el-librecambio-u-jorge-tadeo-lozano-9789589029497-historia/p)

[el-librecambio-u-jorge-tadeo-lozano-9789589029497-historia/p](https://www.libreriadelau.com/el-liberalismo-y-la-insurreccion-de-los-artesanos-contra-el-librecambio-u-jorge-tadeo-lozano-9789589029497-historia/p)

González, D., y Fernández, V. (2018). Impacto en la industria manufacturera de Colombia por las importaciones provenientes de Panamá en los últimos cinco años.

[https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/23289/Valery%20Alexandra%](https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/23289/Valery%20Alexandra%20Fern%C3%A1ndez%20Velandia.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

[20Fern%C3%A1ndez%20Velandia.pdf?sequence=1&isAllowed=y.](https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/23289/Valery%20Alexandra%20Fern%C3%A1ndez%20Velandia.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Ley 1258 de 2008. Por la cual se crea la sociedad por acciones simplificadas. Diciembre 5 de 2008. DO. N°47194.

[http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1258\\_2008.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1258_2008.html)

Mariestilos.com. (2021). (11 de febrero de 2021). Tendencias bolsos primavera verano 2021 {moda verano}. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=MGPxJJLC0Ko>

Márquez, L., y Serrano, D. (2017). Diagnóstico del sector artesanal en Colombia. <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/bitstream/001/4102/1/INST-D%202017.%2041.pdf>

Mincomercio. (2020). Artesanos Colombianos en una de las plataformas especializadas en decoración de lujo más importantes de EE.UU. <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/industria/artesantias-colombianas-parte-de-the-cityzenry>

Mincomercio. (2020). Perfiles económicos departamentales. <https://www.mincit.gov.co/estudios-economicos/perfiles-economicos-por-departamentos>

NTC ISO 9001. (2015). ISO 9001 y los objetivos de gestión de calidad. <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2015/05/iso-9001-objetivos-gestion-calidad/>

La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual OMPI. (2011). Patrimonio cultural inmaterial en Colombia. <http://patrimonio.mincultura.gov.co/Documents/convencionpolitica%20PCI.pdf>

Plan de Desarrollo. (2020- 2023). Barbosa una Nueva Historia.  
[https://barbosasantander.micolombiadigital.gov.co/sites/barbosasantander/content/files/000231/11505\\_barbosa-una-nueva-historia-20202023-final.pdf](https://barbosasantander.micolombiadigital.gov.co/sites/barbosasantander/content/files/000231/11505_barbosa-una-nueva-historia-20202023-final.pdf)

Plan de Desarrollo. (2020- 2023). San Gil con visión ciudadana.  
<https://www.sangil.gov.co/publicaciones/44/plan-de-desarrollo-san-gil-con-vision-ciudadana--2020-2023/>

Plan de Desarrollo. (2020-2023). Estratificación urbana y rural- 2019.  
<https://www.bucaramanga.gov.co/noticias/wp-content/uploads/2020/05/Plan-de-Desarrollo-2020-2023-3.pdf>

Portafolio. (2020). Las tendencias que están moviendo el consumo en el país.  
<https://www.portafolio.co/mas-contenido/las-tendencias-que-estan-moviendo-el-consumo-en-el-pais-538478>

Ramírez, M. (1995) Wale Kerü parte II.  
<http://babel.banrepcultural.org/cdm/ref/collection/p17054coll10/id/2757>

Rodríguez, J. Mujeres de la Provincia de Vélez Articuladas en Red Tejen Horizontes Hacia su Empoderamiento Político y Económico desde el Ordhs- UIS. Santander.  
<http://noesis.uis.edu.co/bitstream/123456789/2327/1/128343.pdf>

Salazar, P. A. (2017). Informe levantamiento de línea base artesanos en Santander. Bogotá:  
Artesanías de Colombia.

<https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/bitstream/001/4104/1/INST-D%202017.%2049.pdf>

Semana. (2015). Los artesanos colombianos avanzan hacia la internacionalización con el reto de lograr una mayor competitividad. <https://www.semana.com/economia/articulo/las-artesantias-colombianas-llegan-mercados-internacionales-exhiben-farex-2016/215594/>

SENA. (1994). Misión. <https://www.sena.edu.co/es-co/sena/Paginas/misionVision.aspx>

Constitución Política de Colombia [Const., 1991]. Art. 333. <http://www.constitucioncolombia.com/titulo-12/capitulo-1/articulo-333>

Toda Colombia. (2019). Departamento de Santander. <https://www.todacolombia.com/departamentos-de-colombia/santander/index.html>

UIS. (2021). Misión. <http://www.uis.edu.co/webUIS/es/acercaUis/principios.html>

UNESCO. (1997). Definición adoptada por el simposio UNESCO/CCI “La artesanía y el mercado internacional: comercio y codificación aduanera”- Manila, 6-8 de octubre de 1997. Obtenido de: <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/creativity/creative-industries/crafts-and-design/>

UNESCO. (2003). La artesanía latinoamericana como factor de desarrollo económico, social y cultural: a la luz de los nuevos conceptos de cultura y desarrollo. [http://www.lacult.unesco.org/docc/CyD\\_6.pdf](http://www.lacult.unesco.org/docc/CyD_6.pdf)

Wikipedia (s. f). Puente Nacional Santander.

[https://es.wikipedia.org/wiki/Puente\\_Nacional\\_\(Santander\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Puente_Nacional_(Santander))

WordPress.com. (2012). Los Wayuu y el tejido.

[https://yustamengual.wordpress.com/2012/02/17/los-wayuu-y-el-](https://yustamengual.wordpress.com/2012/02/17/los-wayuu-y-el-tejido/#:~:text=Para%20la%20comunidad%20ind%C3%ADgena%20Wayu%C3%BA,y%20todo%20lo%20que%20sienten.)

[tejido/#:~:text=Para%20la%20comunidad%20ind%C3%ADgena%20Wayu%C3%BA,y%20todo](https://yustamengual.wordpress.com/2012/02/17/los-wayuu-y-el-tejido/#:~:text=Para%20la%20comunidad%20ind%C3%ADgena%20Wayu%C3%BA,y%20todo%20lo%20que%20sienten.)

[%20lo%20que%20sienten.](https://yustamengual.wordpress.com/2012/02/17/los-wayuu-y-el-tejido/#:~:text=Para%20la%20comunidad%20ind%C3%ADgena%20Wayu%C3%BA,y%20todo%20lo%20que%20sienten.)

## Apéndices

### Apéndice A. Cuestionario estudio de mercado

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE EDUCACIÓN A DISTANCIA  
PROFESIONAL EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Objetivo: Realizar una investigación de mercados que permita obtener información necesaria de la demanda actual de bolsos tejidos tanto para hombres como mujeres que viven en los municipios de Puente Nacional, Barbosa, San Gil, Bucaramanga y Tunja que usan bolsos como accesorio de vestir; y medir su nivel de aceptación de la creación de una empresa productora de bolsos personalizados tejidos a mano en Puente Nacional Santander.

1. Sexo

Femenino \_\_\_\_\_ Masculino \_\_\_\_\_

2. ¿En qué rango de edad se encuentra?

Menos de 15 años \_\_\_\_\_

De 15 a 25 \_\_\_\_\_

De 26 a 33 \_\_\_\_\_

De 34 a 47 \_\_\_\_\_

De 48 a 62 \_\_\_\_\_

Más de 63 años \_\_\_\_\_

3. ¿Acostumbra a usar bolso como accesorio de vestir?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

4. ¿En qué material está elaborado el bolso que utiliza? (en caso de usar más de un material por favor complemente su respuesta en el cuadro de otros aportes)

Lana \_\_\_\_\_ cuero \_\_\_\_\_ tela \_\_\_\_\_ sintético \_\_\_\_\_ Otros \_\_\_\_\_

5. ¿Cuál es la finalidad de la compra de su bolso?

Para satisfacer una necesidad personal \_\_\_\_\_

Como obsequio en una ocasión especial \_\_\_\_\_

Para vender \_\_\_\_\_

Otro \_\_\_\_\_

6. ¿En qué colores prefiere sus bolsos?

Blanco \_\_\_\_\_ negro \_\_\_\_\_ rojo \_\_\_\_\_

Azul \_\_\_\_\_ fucsia \_\_\_\_\_ amarillo \_\_\_\_\_

Otros \_\_\_\_\_

7. ¿En promedio cuántos bolsos compra anualmente?

De 1 a 2 \_\_\_\_\_ de 3 a 4 \_\_\_\_\_ Más de 5 \_\_\_\_\_

8. ¿En qué lugar compra sus bolsos?

Almacén de cadena \_\_\_\_\_ catálogo \_\_\_\_\_

Punto de fábrica \_\_\_\_\_ sitio web \_\_\_\_\_

9. ¿Cuál es el canal de comunicación de su preferencia, por medio del cual le gusta recibir información importante de los bolsos?

Página web \_\_\_\_\_ comunicación telefónica \_\_\_\_\_

Correo electrónico \_\_\_\_\_ App \_\_\_\_\_

Redes sociales \_\_\_\_\_ otra \_\_\_\_\_

10. ¿Qué característica es para usted más importante a la hora de adquirir un bolso?

Precio \_\_\_\_\_ variedad \_\_\_\_\_ materiales \_\_\_\_\_

Comodidad \_\_\_\_\_ diseño exclusivo \_\_\_\_\_ marca \_\_\_\_\_

Otra \_\_\_\_\_

11. ¿Cuál es el medio de pago de su preferencia?

Efectivo \_\_\_\_\_ tarjeta contado \_\_\_\_\_ tarjeta de crédito \_\_\_\_\_

12. ¿A qué precio promedio adquiere su bolso en el mercado?

Menos de 70.000 \_\_\_\_\_ de 71.000 a 80.000 \_\_\_\_\_

De 81.000 a 90.000 \_\_\_\_\_ de 91.000 a 100.000 \_\_\_\_\_

De 10. 000 en adelante \_\_\_\_\_

13. ¿Le gustaría que existiera en la región una empresa dedicada a la producción de bolsos tejidos personalizados mediante la técnica de crochet?

Sí \_\_\_\_\_ no \_\_\_\_\_

14. ¿Le gustaría comprar personalizados tejidos a crochet?

Sí \_\_\_\_\_ no \_\_\_\_\_

15. ¿Le gustaría personalizar su bolso?

Sí \_\_\_\_\_ no \_\_\_\_\_

16. Al momento de personalizar su bolso tejido, ¿qué aspectos tendría en cuenta?

Tamaño \_\_\_\_\_ color \_\_\_\_\_ materiales \_\_\_\_\_

Precio \_\_\_\_\_ todas las anteriores \_\_\_\_ ninguna de las anteriores \_\_\_\_\_

Otra \_\_\_\_\_

17. De los siguientes tamaños de bolsos, ¿cuál es el de su preferencia?

Mediano \_\_\_\_\_ grande \_\_\_\_\_

18. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el tamaño de bolso de su preferencia, sabiendo que el bolso es elaborado completamente a mano?

Menos de 70.000 \_\_\_\_\_ de 71.000 a 80.000 \_\_\_\_\_ de 81.000 a 90.000 \_\_\_\_\_

De 91.000 a 100.000 \_\_\_\_\_ de 101.000 en adelante \_\_\_\_\_

19. A la hora de recibir su bolso, ¿cuál sería el mecanismo de su preferencia?

Envío a su residencia \_\_\_\_\_ envío a su lugar de trabajo \_\_\_\_\_

Reclamarlo en la empresa de envíos \_\_\_\_\_

Reclamarlo directamente en la empresa de bolsos tejidos \_\_\_\_\_

Otros \_\_\_\_\_

20. ¿Cuál modalidad de pago sería de su preferencia a la hora de adquirir un bolso personalizado tejido a crochet?

Pago anticipo parcial \_\_\_\_\_ pago anticipo total \_\_\_\_\_

**Apéndice B. Encuesta aplicación a proveedores**

(Proveedores de insumos)

Objetivo.

(Tejedoras)

Objetivo. Identificar las tejedoras que cuentan con conocimiento y experiencia necesaria en la elaboración de bolsos tejidos a crochet, así como también definir el grado de aceptación de una alianza estratégica entre tejedoras y la empresa Arte Tejido MY.

1. ¿Hace cuánto sabe tejer a crochet?

Menos de un año \_\_\_\_\_ de 1 a 2 años \_\_\_\_\_ de 3 a 4 años \_\_\_\_\_

De 5 años o más

2. ¿Cómo aprendió el arte de la tejeduría?

Por un familiar \_\_\_\_\_ por un amigo o conocido \_\_\_\_\_

Por una institución \_\_\_\_\_ por redes sociales \_\_\_\_\_

Otros \_\_\_\_\_

3. ¿Cuenta con alguna certificación que garantice sus habilidades y destrezas en la tejeduría?

Sí \_\_\_\_\_ no \_\_\_\_\_

4. En caso que su respuesta anterior sea afirmativamente, indique ¿cuál entidad la (o) certificó?

SENA \_\_\_\_\_ Artesanías de Colombia \_\_\_\_\_

Otros \_\_\_\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_

5. En caso de no haber recibido ninguna certificación, ¿Le gustaría que una entidad avale sus habilidades y destrezas en la tejeduría a crochet?

Sí \_\_\_\_\_ no \_\_\_\_\_

6. ¿Cuál característica considera usted define sus tejidos a crochet?

Originalidad \_\_\_\_\_ Materiales \_\_\_\_\_ variedad \_\_\_\_\_

Otros \_\_\_\_\_

7. ¿Se siente con capacidad para elaborar bolsos tejidos a crochet estilos mochilas siguiendo patrones complejos de tejido?

Sí \_\_\_\_\_ no \_\_\_\_\_

8. ¿Le gustaría hacer parte de Artesanías de Colombia?

Sí \_\_\_\_\_ no \_\_\_\_\_ ya hago parte \_\_\_\_\_

9. ¿Le gustaría certificarse con el sello de calidad hecho a mano?, (certificación que otorga Artesanías de Colombia en cabeza del ICONTEC)

Sí \_\_\_\_\_ no \_\_\_\_\_ ya cuento con el sello \_\_\_\_\_

10. ¿Le gustaría realizar una alianza estratégica con la empresa Arte Tejido MY, a través de un **Contrato de Cuentas en Participación**, contemplado en el Código de Comercio artículo 507 en adelante, en el cual usted se compromete en la elaboración del 100% del bolso tejido mediante la técnica de crochet y en contraprestación recibirá un porcentaje de la utilidad del producto acordado con la empresa previamente, aclarando que la empresa se encarga de suministrarle los materiales e insumos necesarios para tal fin?

Sí \_\_\_\_\_ no \_\_\_\_\_

**Apéndice C. Contrato de cuentas en participación****CONTRATO DE CUENTAS EN PARTICIPACION****Nº 001**

En la ciudad de Barbosa Santander, el día siete (7), del mes de enero del año 2010, entre los suscritos: **GUILLERMO LEON CASTILLO ESTEVEZ** y **BERENICE FLOREZ CASTILLO**, mayores de edad y vecinos de esta ciudad, identificadas como aparece al pie de nuestras firmas de profesión comerciantes en el arte de la belleza, acordamos mediante el presente documento, celebrar un **CONTRATO DE CUENTAS EN PARTICIPACIÓN** de utilidades, sometido a las siguientes cláusulas:

**CLAUSULA PRIMERA:** Las partes que suscriben el presente contrato, lo hacen conscientes de que la relación contractual que van a ejecutar, es de naturaleza comercial y en sus vacíos, será de naturaleza civil, por lo consiguiente, no habrá lugar a que entre las partes contratantes, exista vínculo laboral, toda vez que el presente contrato lo que busca es aunar esfuerzos personales y económicos, para lograr una utilidad mutua, existiendo independencia y autonomía en la labor que pueda desempeñar cada uno de los socios, y de la misma manera, en los aportes que se hagan para sacar adelante la actividad, que para todos los efectos legales, será mercantil. **CLAUSULA SEGUNDA:** Para todos los efectos legales, quienes suscriben el contrato, tienen calidad de socios, y en la relación jurídica, las dos personas tomarán interés en las operaciones mercantiles que lleven a cabo con relación a la venta de servicios de arreglo, estética y cuidado de los pies y manos (pedicure y manicure). **CLAUSULA TERCERA:** El señor **GUILLERMO LEON CASTILLO ESTEVEZ**, en calidad de socio dentro del

presente contrato, gestiona negocios tendientes a conseguir clientes para el arreglo, estética y cuidado de los pies y manos, una vez se gestionen estos negocios se procederá a prestarles el determinado servicio, de acuerdo a las necesidades del cliente. Para lo cual todo lo que tenga que ver con el servicio de arreglo, estética y cuidado de pies y manos será realizado por **BERENICE FLOREZ CASTILLO** y todo aquello que tenga que ver con el aporte del establecimiento comercial, los servicios de agua, luz, teléfono y demás erogaciones y acciones, será responsabilidad de **GUILLERMO LEON CASTILLO ESTEVEZ**. **CLAUSULA CUARTA:** La señorita **BERENICE FLOREZ CASTILLO**, asume bajo su responsabilidad todos y cada uno de los trabajos relacionados con el servicio del arreglo, estética y cuidado de los pies y manos que le sean encomendados y gestionados por **GUILLERMO LEON CASTILLO ESTEVEZ**, trabajos que realizará la señorita **BERENICE FLOREZ CASTILLO** teniendo en cuenta su conocimiento en el arte, su intelecto, su responsabilidad y mano de obra especializada, los elementos y utensilios necesarios; este aporte, no lo hace bajo subordinación alguna, sino de manera independiente y autónoma, cuando lo estime conveniente, y de acuerdo a las necesidades requeridas por las personas, clientes y el público en general respecto a los trabajos solicitados y/o encomendados. **CLAUSULA QUINTA:** El término de duración de este contrato, será de seis (6) meses, contados a partir de la firma del presente contrato, prorrogable por mutuo acuerdo. El presente contrato se puede dar por terminado en cualquier momento por: mutuo acuerdo entre las partes; por incumplimiento, del objeto o cualquiera de los términos del presente contrato, por las partes firmantes; por la ausencia e imposibilidad de cumplimiento del objeto del presente contrato. Todo lo anterior, después de repartir a satisfacción mutua las utilidades generadas y pendientes de repartir a la fecha; además, de estar a paz y salvo por todo concepto económico o financiero. **CLAUSULA**

**SEXTA:** El beneficio para la señorita **BERENICE FLOREZ CASTILLO**, quien aporta su mano de obra, su conocimiento en el arte e intelecto especializado, en la realización del servicio de arreglo, estética y cuidado de los pies y manos, está representado en un porcentaje que será equivalente al 70%, teniendo en cuenta únicamente el valor cobrado por el servicio de mano de obra realizada y elementos y utensilios necesarios por ella en lo relacionado en el servicio de arreglo, estética y cuidado de los pies y manos. **CLAUSULA SEPTIMA:** La responsabilidad por la realización de los trabajos del servicio de arreglo, estética y cuidado de los pies y manos, será a cargo de **BERENICE FLOREZ CASTILLO**, cuando ésta los ejecute, quien, ante el beneficiario del servicio, dará la garantía correspondiente. **CLAUSULA OCTAVA:** Las divergencias que ocurran entre las partes por razones del presente contrato, durante su vigencia o terminación y que no puedan ser resueltas de común acuerdo, se resolverán por un tribunal de Arbitramento designado por la Cámara de Comercio de Bucaramanga, que se sujetara a lo dispuesto en el decreto 1818 y Ley 446 de 1998 o las normas que sustituyan de acuerdo con las siguientes reglas: a) El tribunal estará integrado por tres (3) árbitros; b) la Organización interna se sujetará a las reglas presentes para el efecto por el Centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio de Bucaramanga; c) el tribunal decidirá en Derecho; d) el tribunal funcionará en Bucaramanga o Barbosa, en el Centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio de Bucaramanga. **CLAUSULA NOVENA:** Se designará como gestor de este negocio a **GUILLERMO LEON CASTILLO ESTEVEZ**, persona que, frente a terceros, será considerada como único dueño de la razón social, pero se deja en claro, que el presente contrato, producirá derechos y obligaciones entre las partes, de acuerdo a como se confieren en una sociedad en comandita simple. **CLAUSULA DECIMA:** El presente **CONTRATO DE CUENTAS EN PARTICIPACIÓN**, no constituye una

persona jurídica, y por tanto carece de nombre, patrimonio social y domicilio. Su formación, liquidación y disolución se hará como se tiene estipulado para una sociedad unipersonal. Además, El presente **CONTRATO DE CUENTAS EN PARTICIPACIÓN**, se orienta en lo contemplado por el artículo 507 y siguientes del Código de Comercio. **CLAUSULA DECIMA PRIMERA: Sanción por incumplimiento:** El incumplimiento de cualquiera de las partes; de alguna de las obligaciones derivadas de este **CONTRATO DE CUENTAS EN PARTICIPACIÓN**, la constituirá en deudor de la otra por la suma de dos (2) salarios mínimos mensuales vigentes. **CLAUSULA DECIMA SEGUNDA:** Las partes determinan que para evitar inconvenientes, cada una asume bajo su propia responsabilidad afiliarse a un sistema de salud previsto por la Ley, así como a los riesgos profesionales y demás disposiciones que determinen las normas vigentes. **CLAUSULA DECIMA TERCERA: reuniones de socios:** las dos partes se comprometen a realizar periódicamente reuniones de socios, con el fin de analizar problemas y determinar estrategias para el buen funcionamiento y productividad de la actividad del servicio de belleza y de la alianza estratégica que hemos concertado. Las determinaciones tomadas en cada reunión, son de forzoso cumplimiento. Las reuniones se realizarán especialmente los días martes, cada quince días. Las reuniones de trabajo son de forzoso cumplimiento. Las reuniones se comenzarán a partir de atender el (la) ultimo (a) cliente presente y tendrá como máximo de duración, una hora. Por fuerza mayor y en común acuerdo se pueden postergar las reuniones programadas. Las inasistencias reiteradas no justificadas a las reuniones, es causal de terminación del contrato y de la alianza estratégica concertada. Para constancia de su contenido, se firma en mutuo acuerdo, bajo el principio de la buena fe, conocimiento y concertación por los contratantes el día siete (7) del mes de enero de 2010.

**GUILLERMO LEON CASTILLO ESTEVEZ**

**BERENICE FLOREZ CASTILLO**

C. C. N° 91 010 300

C. C. N° 63 438 105 de VELEZ S.

---

**TESTIGO**

**TESTIGO**

**NOMBRE:**

**NOMBRE:**

**C.C. N°:**

**C.C N°:**

**Apéndice D. Comprobante en cuentas de utilidades**

**COMPROBANTE EN PARTICIPACION DE UTILIDADES**

Declaro que recibo a satisfacción la suma de \$ \_\_\_\_\_ valor que corresponde al \_\_\_\_  
%, en participación de utilidades, según lo estipulado en la cláusula sexta del **CONTRATO DE CUENTAS EN  
PARTICIPACION** vigente. Lo anterior corresponde a la semana comprendida entre:  
\_\_\_\_\_

Por lo tanto, GUILLERMO LEON CASTILLO ESTEVEZ, no adeuda ningún valor y está a paz y salvo a la  
fecha, por todo concepto.

Fecha de participación: \_\_\_\_\_

Firma: \_\_\_\_\_

NOMBRE: \_\_\_\_\_

C. C. N° \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_

**Apéndice E. Acta de terminación de contrato en cuentas en participación**

## ACTA DE TERMINACION CONTRATO DE CUENTAS EN PARTICIPACION

**DE FECHA 6 FEBRERO DE 2009**

En Barbosa S., siendo las 8:00 p.m. del día 6 de febrero de 2009, MARIA IRMA GONZALEZ SAAVEDRA, identificada con la cédula de ciudadanía N° 27 982 157 de Barbosa S, y YULI TATIANA RIVERA LOPEZ, identificada con la cédula de ciudadanía N° 1.100.052.483 San Gil S, hemos dado por terminado y en mutuo acuerdo, nuestra alianza estratégica y contrato de participación de utilidades de fecha julio 21 de 2006. Las dos partes DECLARAMOS que semanalmente, se realizó la participación de utilidades, según lo estipulado en la cláusula cuarta del contrato en mención. Por lo cual, las dos partes nos encontramos mutuamente a PAZ Y SALVO, por todo concepto. A la presente acta, se adjunta y hace parte el último comprobante de participación de utilidades, de fecha:

---

Para constancia de la presente, se firma por las interesadas, ante testigos:

MARIA IRMA GONZALEZ SAAVEDRA

-----

C. C. N° 27 982 157 de Barbosa S.

NOMBRE

C. C. N°

DE

-----

-----

NOMBRE:

NOMBRE:

C. C. N° de

C.C. N° de

TESTIGO

TESTIGO