

**Proyecto Empresarial Para la Creación De Una Empresa De Confección De
Buzos y Camisetas, Compra y Venta de Accesorios De Anime En La Ciudad De Bogotá**

Maria Alejandra Gómez Rodríguez

Institución Universitaria UNILATINA, Dirección de Radio y Tv

A.F Samary Andrea Rodríguez

08 Noviembre 2022

Nota de Aceptación

Jurado 2

Jurado 3

D.C 08/11/2022

Dedicatoria

Todo el esfuerzo y empeño para realizar este trabajo se lo dedico a mi papá, el ha sido el motor para que esto se lleve a cabo y es el que me ha ayudado paso a paso con esta empresa que como dice el, me da de comer y es con lo que logra pagarme la universidad para sacarme adelante.

Tambien se lo dedico a mi mamá, que desde el día uno que le conte que mi idea de negocio para esta materia seria la empresa familiar me ayudo y acompaño en cada duda o investigacion que tenia que realizar y no menos importante, llenarme todos los dias de alientos cuando llegue a pensar que no podria y que lo mejor seria rendirme.

Finalmente, para no hacer tan largo este parrafo, se lo dedico a mi esfuerzo en esta carrera y en esta materia porque cada paso que doy me hace mas grande y me genera satisfacción que si puedo con esto, puedo con todo lo que venga de ahora en adelante.

Agradecimientos

Le doy gracias a mi profesora de la materia, por esa paciencia y dedicación para que esto fuera posible. Agradezco también a mis compañeros de clase y universidad que al momento de no entender se tomaron el trabajo de ayudar y que se lograra la entrega de este proyecto.

Nuevamente agradezco a mi familia por ser mi motor y generar tanta motivación en mí. Sin ser menos importante incluyo en este agradecimiento a mi pareja, porque fueron meses de empeño y el logro entender mi dedicación y ser un apoyo incondicional.

Resumen

En este proyecto se realizara un plan de negocio para la localidad de Kennedy, para lograr saber que tan factible es un establecimiento de confección de buzos anime, camisetas de bandas de rock fuera de lo clasico y la compra y venta de accesorios animes.

En este proyecto se encontraran encuestas realizadas a personas de la ciudad de Bogotá para verificar si realmente vale la pena este tipo de negocios, tambien se encontraran cifras iniciales para la creación de este.

Palabras Claves: Factible, cifras, rock, anime, clasico, producto, slogan, objetivos, identificación, DOFA, competencia, compra

Abstract

In this project, a business plan will be carried out for the town of Kennedy, in order to know how feasible, it is to make an establishment for making anime divers, non-classical rock band t-shirts and the purchase and sale of anime accessories.

In this project you will find surveys carried out on people from the city of Bogotá to verify if this type of business is really worth it, you will also find initial figures for the creation of this

Contenido

CAPITULO I	11
1. De la Idea de Producto o Servicio.....	11
1.1 Motivación y Sensibilización de empresa.....	11
1.2 Promotor o Promotores	11
1.2.1 Factores Personales que Orientan la Búsqueda de la Actividad a Desarrollar	12
1.3 Analisis ds Ideas Preliminares	14
CRITERIO	15
DESCRIPCION	15
PUNTAJE	15
ATRACTIVO AL MERCADO	15
Considero que cumple con el gusto de los clientes a los que les quiero o les vendo este producto	15
10.....	15
CAPACIDADES PARA PONER EN MARCHA LA IDEA	15
Tengo la capacidad de adquirir más conocimiento del tema y lograr sacar adelante mi negocio.....	15

8.....	15
REQUISITOS DE CAPITAL	15
Tengo un convenio con un familiar y contactos para surtir mi negocio y comprarlos a un buen precio	15
10.....	15
INNOVACION	15
Si es innovador porque en el sector al que daré a conocer mi producto no se encuentra ninguno igual o parecido.....	15
9.....	15
COMPETENCIA	15
La mayor competencia de mi negocio es que los productos se logran encontrar por internet. Pero, no al mismo valor ni de la misma calidad	15
7.....	15
ATRIBUTOS DIFERENCIALES	16
La calidad, la conectividad, la variedad y la tradición para cada sección que manejaremos nos da un plus	16
10.....	16
PROPUESTA DE VALOR AL CLIENTE.....	16
El cliente se identifica con el negocio porque es muy difícil encontrar un establecimiento de ese tipo y que logre impactar en el, al punto de querer regresar y volverse un cliente fijo.....	16

10.....	16
BARRERAS DE ENTRADA	16
Darnos a conocer es un trabajo no tan facil,que se logre entablar un cliente o si la zona es la adecuada para el establecimiento.....	16
7.....	16
1.4 Justificación de la Idea.....	17
1.5 Objetivos	18
1.5.1 Objetivos Generales	18
1.5.2 Objetivos Especificos.....	18
1.6 Identificación de los Productos o Servicios	18
1.7 Identificación de las Ideas o Proyectos Alternativos o Complementarios.....	19
2. Estudio General del Bien o Servicio a Desarrollar	20
2.1 Antecedentes	20
2.2 Análisis DOFA.....	22
2.3 Reseña de su evolución: Origen, Usos, Competencia, Sustitución, Complementariedad.	23
2.4 Evolución Natural del Entorno	25
2.5 Analisis de Riesgo.....	26
Debido a que mi idea de proyecto es venta de mercancía metalera o de anime al por menor está expuesto a:	26

-Personas que quieran robar mercancía del negocio	26
CAPITULO II	27
3. El Mercado	27
3.1 Estudio de Mercado	27
3.2 Definición del Producto, Bienes o Servicios que se Desarrollan.....	28
3.3 Nombres, Marcas, Logotipos, Emblemas, Slogan de la Empresa	29
3.4 Definición y Descripción	30
3.5 Usos y Usuarios: Definición	32
3.6 Factores de Competencia	40
3.7 Aprovisionamientos de Insumos o Apoyo Tecnológico	46
3.8 Proveedores Internos y Externos	47
3.9 Estacionalidad de Mercado	49
3.10 Poder de Compra.....	50
3.11 Rango de Precios o Tarifas	52
3.12 Comportamiento de la Clientela	53
3.13 Ciclo de Vida Del Producto	54
3.14 Zonas o Áreas Potenciales Del Mercado	56
4. Plan de Mercado	57
4.1 Tipología de Mercado	57
4.2 Diferencias del Producto o Servicio	57

	10
4.3 Políticas de Precios o Tarifas	57
4.4 Estrategias de Venta.....	58
4.5 Distribución y Mercadeo.....	58
4.6 Promoción y Publicidad	60
4.7 Estrategias de Comunicación	60
CAPITULO III.....	61
5. Aspectos Tecnicos y Financieros.....	61
5.1 Estudio Tecnico del Proyecto	61
5.2 Requerimientos Tecnicos, Tecnologicos y Cientificos.....	62
5.3 Planes Generales	68
5.4 Mano de Obra Directa.....	70
5.5 Localización de la Planta o Actividad Economica	77
5.6 Precisión de Inversiones y Gastos Iniciales	81
Capitulo IV.....	82

CAPITULO I

1. De la Idea de Producto o Servicio

1.1 Motivación y Sensibilización de empresa

Mi motivación para desarrollar mi idea de negocio es que puedo crecer intelectualmente y sentir que puedo llegar más allá de lo que me creo capaz, teniendo en cuenta que el sector económico en el que quiero desarrollar mi idea de negocio (el comercio al por menor) creció un 26,9% a comparación del año 2019 y 2020 cuando inicio la pandemia.

Por otro lado, la problemática que tiene esta área con los productos que destacaran en mi negocio es el precio tan elevado en el que se encuentran y más en la compra al por menor, la solución que le puedo brindar a eso es que puedo hacer más fácil adquirirlo a un precio justo.

1.2 Promotor o Promotores

Lo que me hace llevar a cabo esta idea es el hecho de que mi entorno familiar siempre ha estado en los negocios al por menor, el conocimiento de ellos me ayuda a tener más claras las ideas para lograr un negocio prospero, en el factor económico también tengo el apoyo familiar, es un guía al momento de surtir mi negocio. El factor tecnológico o la innovación es algo en lo que me va muy bien, conecta bien conmigo, es bastante importante hoy en día, te hace llegar a más gente y hacer crecer tu negocio.

1.2.1 Factores Personales que Orientan la Búsqueda de la Actividad a Desarrollar

DEBILIDADES	FORTALEZAS
• Me considero una persona poco comunicativa • Expreso la sensación de que no necesito ayuda, pero dentro de mi quiero la opinión de alguien más para mejorar	• Soy una perna muy perfeccionista. • Aunque no tengo mucho conocimiento en ciertas cosas, me gusta aprender y suelo aprender fácil. • Considero que tengo una gran capacidad para la innovación. • Soy proactiva

OPORTUNIDADES • Mi entorno familiar me puede apoyar económicamente para llevar a cabo mi emprendimiento • Puedo entrar a cursos para saber mas como emprender • En mi carrera influye mucho la investigación y eso me ayuda a no quedarme estancada	AMENAZAS • Tengo poco conocimiento en los negocios • Mi entorno laboral no es muy estable y no recibo muchos ingresos para realizar todo lo que quiero para mi negocio.

1.3 Analisis ds Ideas Preliminares

CRITERIO	DESCRIPCION	PUNTAJE
ATRACTIVO AL MERCADO	Considero que cumple con el gusto de los clientes a los que les quiero o les vendo este producto	10
CAPACIDADES PARA PONER EN MARCHA LA IDEA	Tengo la capacidad de adquirir más conocimiento del tema y lograr sacar adelante mi negocio	8
REQUISITOS DE CAPITAL	Tengo un convenio con un familiar y contactos para surtir mi negocio y comprarlos a un buen precio	10
INNOVACION	Si es innovador porque en el sector al que daré a conocer mi producto no se encuentra ninguno igual o parecido.	9
COMPETENCIA	La mayor competencia de mi negocio es que los productos se logran encontrar por internet.	7

	Pero, no al mismo valor ni de la misma calidad	
ATRIBUTOS DIFERENCIALES	La calidad, la conectividad, la variedad y la tradición para cada sección que manejaremos nos da un plus	10
PROPUESTA DE VALOR AL CLIENTE	El cliente se identifica con el negocio porque es muy difícil encontrar un establecimiento de ese tipo y que logre impactar en el, al punto de querer regresar y volverse un cliente fijo	10
BARRERAS DE ENTRADA	Darnos a conocer es un trabajo no tan fácil, que se logre entablar un cliente o si la zona es la adecuada para el establecimiento	7

1.4 Justificación de la Idea

Es importante hacer esta idea de negocio porque complace el gusto de un individuo con los productos encontrados, lo puede adquirir a un precio justo, teniendo en cuenta que la mayoría de estas personas son niños o son personas con la disposición de dinero, pero no lo ven como una necesidad y menos al ver su valor en estas plataformas.

Mi idea de negocio es montar un establecimiento donde venda productos de bandas de rock o que identifiquen a las personas de esa categoría (camisetas, collares, manillas, faldas, blusas, etc.)

Por otro lado, con el ideal de dividir el negocio a la mitad con dos diferentes temáticas se venderán objetos de anime (muñecos de colección, manillas, camisetas o demás accesorios). También se fabricarán buzos para esa sección, ya que estudiando a las personas de esa categoría les gusta más lo personalizado. Lo que le da fuerza a mi emprendimiento es que no tiene un solo producto y se encierra en vender a un solo público, si no que a mi establecimiento se pueden acercar de los más pequeños a los más grandes.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivos Generales

- Desarrollar una idea de negocio que supla los gustos de las personas en la ciudad de Bogotá.

1.5.2 Objetivos Especificos

- Encontrar cual es la preferencia de los clientes con respecto a todo lo que se vende en el establecimiento
- Comprender si los consumidores prefieren otro tipo de producto que se asemeje a la línea que se maneja
- Definir un producto o servicio como importante teniendo en cuenta su movimiento en el establecimiento
- Comparar la marca VIA ARTERIA con otras marcas

1.6 Identificación de los Productos o Servicios

La empresa vía Arteria será un local comercial donde se pueden adquirir accesorios del gusto de mi público objetivo o más relacionado a las tendencias que se manejan.

Las características de uno de los productos que serán los muñecos de colección de series anime son realmente pequeños, el color a destacar será el negro, pero no se descartan

otros colores, vienen con una base acorde al tamaño del muñeco para acomodarlo en cualquier lugar. Por otro lado, pero de la misma sección hay collares y anillos, estos son de color plateado con el logo de cada una de las series que se encuentren disponibles, son pequeños, su textura es dura, no se dobla no se oxida y tampoco tiene problema de que pueda pelarse.

En el tema de la ropa, las camisetas son de color negro, tiene un estampado grande tanto en la parte delantera como trasera de la camiseta, el color del estampado viene con colores referentes al logo que tenga (ej. banda de rock Guns N Roses, sus colores referentes en la camiseta son el amarillo, verde y rojo)

En la fabricación de mercancía, será un buzo con capota y su material es algodón perchado, serán sublimados, por ende, todo el buzo tiene color, no tiene un color referente.

1.7 Identificación de las Ideas o Proyectos Alternativos o Complementarios

En el tema de la ropa, específicamente las camisetas pueden ser fabricadas en otro material, pueda que sea de mejor calidad y a un mayor valor o de mala calidad y mucho más económica.

2. Estudio General del Bien o Servicio a Desarrollar

2.1 Antecedentes

El comercio minorista ha tenido un avance tecnico importante, esto por cuestiones de pandemia, donde los establecimientos tuvieron que cerrar y al ver que no se lograba un ingreso, se penso en renovar y darse a conocer de otra forma o quizas, que las personas de otras localidades, no solo donde se encuentra el establecimiento puedan beneficiarse con el producto encontrandolo en las plataformas revisan con frecuencia.

En el avance legal, se puede decir que gracias a sus avances en el mundo, presenta ciertas inquietudes donde se incolucran los avance de la tecnologia y la constante transformacion en las actividades economicas tradicionales, con la necesidad de adaptarse al ordenamiento juridico y lograr comprender muchas situaciones comerciales en las relaciones de compra y venta de productos. Por ejemplo, la situacion de los derechos de los consumidores a la luz de la Ley 1480 de 2011, en especial el derecho a la calidad, a la seguridad, el derecho a la informacion,

la proteccion a la publicidad engañosa. Asi como tambien el derecho a la reclamacion y la proteccion contractual.

Actualmente se cuenta con un establecimiento comercial donde ya se ha creado unos clientes fijos, con productos innovadores que llaman la atencion de nuestros clientes, con respecto a las redes sociales, ya nos encontramos vinculados en las plataformas digitales lo unico que falta es darle fuerza para vender de forma fisica como de forma virtual y crearnos unos clientes fijos con la buena atencion que se les brinda asi no se involucren frente a frente.

2.2 Análisis DOFA

MATRIZ D.O.F.A.		OPORTUNIDADES	AMENAZAS
		01 Gran potencial de mercado en la localidad de Kennedy	A1 Pocas entradas a la pagina web
		02 En temporada vacacional aumenta la demanda de los productos	A2 Disminución de personal capacitado
		03 Poca competencia en el sector	A3 Debido a la contingencia sanitaria disminuyo la venta de los productos
		04 Realización de capacitaciones para manejo de maquinas	A4 Alza en los impuestos y el dólar
		05 Personas con experiencia en el cargo	A5 Cartera con bajo capital
		06 Implementar pagina Web y redes sociales	A6 Cierre de Establecimientos por la Emergencia Sanitaria
		07 Adquisición de maquinaria y equipo con innovación tecnológica	A7 Situación económica del país
		08 Percepción positiva por parte de los clientes	A8 Trabajo por temporadas
		09 Expansión a nivel nacional	A9 Falta de reconocimiento en el mercado
		010 Ofrecer diseños exclusivos y personalizados	A10 Mejor maquinaria manejada por la competencia
FORTALEZAS		ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA
F1	Cuenta con maquinaria e insumos de excelente calidad	F2,F3,F4,F7,F8,01,03,,08,09: Hacer que la empresa Vía arteria, sea reconocida en el mercado como una de las mejores en su línea con calidad, servicio y cumplimiento.	F9,F10, A2,A4, A7,Mantener crédito con proveedores y un buen stock de mercancía en caso de alguna eventualidad de escases, alza o cambio de precios.
F2	Procesos efectivos y justo a tiempo		
F3	Tiene experiencia en el sector de la textilera		
F4	Personal calificado		
F5	Precios competitivos con calidad y exclusividad del producto	F1,F5,F6,07,08,010: Adquirir nueva maquinaria y equipos de ultima tecnología para ampliar la gama de productos, eficacia y servicios.	F8,F2,F4,A3,A5,A6, A8,A9, Mejorar procesos comerciales como rotación de cantera y marketing de producto.
F6	Nuevas maquinas para agilizar los procesos		
F7	Esta constituida legalmente		
F8	Cuenta con publicidad y plataformas digitales		
F9	Cuenta con capital de trabajo	F2,F3,F4,02,04,05: Desarrollar capacitaciones con entidades externas que permita al personal obtener más conocimientos y actualizarse.	F1,F2,F3,A10, Mejorar la maquinaria y equipo para mayor agilidad en el servicio.
F10	Variedad de productos		
DEBILIDADES		ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
D1	Solo maneja un establecimiento comercial (Posicionamiento)	D9, 06,08 : Diseñar programas de fidelización de clientes con una tarjeta que le brinde beneficios a los clientes a través de pagina Web y redes sociales	D3,D1,A9,A1: Diseñar pagina web en donde se encuentre todos los productos para poder aumentar las ventas Y reconocimiento de la empresa
D2	Proceso de selección, contratación y falta de capacitación del personal		
D3	Falta de conocimiento sobre redes y paginas web		
D4	No cuenta con suficiente inventario		
D5	No tienen implementado sistema de seguridad y salud en el trabajo	D2, 04: Implementar un cronograma de capacitación para los empleados para así ir mejorando nuestro servicio con personal mejor calificado	D2, D6, D7,D10, A2,A8: Implementar proceso de selección y capacitación para todos los empleados.
D6	No manejan área de recursos humanos		
D7	Sobrecarga laboral		
D8	No cuentan con manual de funciones	D4, 07, 010 Adquirir mas inventario para tener mas disponibilidad de repuestos para agilizar los servicios de instalación.	D5,D8,A6: Implementar el sistema de seguridad y salud en el trabajo , teniendo en cuenta las funciones de cada empleado, y las nuevas medidas sanitarias
D9	No manejan pagina web		
D10	No tiene planeación estratégica		

2.3 Reseña de su evolución: Origen, Usos, Competencia, Sustitución, Complementariedad.

La idea se origino porque en la familia,especialmente mi padre tiene un establecimiento de este mismo tipo, la diferencia es que en el de el, se encuentra incluido el tema de tatuajes y piercing. Por ende, maneja mas implementos para la bioseguridad.

Considero que es una idea de negocio interesante, el flujo de gente es grande y las personas, aunque no parezca desean invertir su dinero en esa clase productos, son clientes satisfechos y eso realmente es una motivacion grande para crecer mas el negocio.

Con respecto a la competencia, hay una que me parece bastante interesante y la tomo como referencia para hacer crecer el negocio familiar, el hecho es que siento que la pagina de esa competencia logra conectar aunque no soy de ese tipo de publico, esteticamente gusta, la pagina es muy facil de entender, sus empaques en los envios son bastante unicos y aunque sus precios son un poco elevados, me parece que son indicados para lo innovadores que logran ser, su establecimiento genera lo mismo que la pagina, realmente es el ejemplo de negocio que yo quiero lograr. Ellos son ROCKGOTÁ

Envío incluido por compras superiores a \$150.000 🚚

HOMBRE MUJER NIÑO MÁS + GIFTCARD REBAJAS

Q Buscar

UNISEX

CAMISETA MARFIL OVERSIZE I \$64,900 - \$69,900 COP

CAMISETA VERDE THE LEGEND \$59,900 COP

CAMISETA GRIS OVERSIZE MII \$69,900 - \$69,900 COP

CAMISETA MORADA TIE DYE C \$64,900 COP

PAGA POR NEQUI

AGOTADO

CAMISETA GRIS TIE DYE TITA. SOLD OUT

CAMISETA OVERSIZE BLANCA \$64,900 - \$69,900 COP

CAMISETA OVERSIZE VERDE T \$64,900 - \$69,900 COP

CAMISETA VERDE MUSGO OV \$64,900 - \$69,900 COP

+57 301 400 5507 POLÍTICAS GUÍA DE COMPRA PQR'S ENVIOS/ENTREGA PREGUNTAS FRECUENTES CONTÁCTENOS

Nueva tienda física Bogotá, CC GALERÍAS local 1025 piso 1

HOMBRE MUJER NIÑO MÁS + GIFTCARD REBAJAS

Q Buscar

NUESTRA MARCA

(I + L + Y) = I LOVE YOU

MODA LENTA PROVEEDORES LOCALES COMPROMISO AMBIENTAL PRODUCCIÓN SOSTENIBLE

DISEÑO Y PRODUCCIÓN NACIONAL

PAGA POR NEQUI

ESTA SECCIÓN ESTÁ EN PROCESO DE CONSTRUCCIÓN

WELCOME TO THE JUNGLE
Wake Me Up Before You Go-Go
JUMP - 2015 REMASTER
Paradise City
BAD - 2012 REMASTER
Prófugos - Remasterizado 2007
PHOTOGRAPH Animal
MATERIAL GIRL

ESTA SECCIÓN ESTÁ EN PROCESO DE CONSTRUCCIÓN

+57 301 400 5507 POLÍTICAS GUÍA DE COMPRA PQR'S ENVIOS/ENTREGA PREGUNTAS FRECUENTES CONTÁCTENOS

PESTEL Vía Arteria

POLITICO	ECONOMICO	SOCIO-CULTURAL
Nuevas Leyes para los comerciantes	Aumento de precio en insumos, costos y gastos operativos	Ofrecer diseños exclusivos y personalizados
Facturación electrónica para el cliente con NIT del establecimiento	Alza de impuestos y el dólar	Buena presentación del establecimiento, buena iluminación.
Entes ante la Dian	En temporada vacacional aumenta la demanda de los productos	Percepción positiva por parte de los clientes
TECNOLOGICO	ECOLOGICO	LEGAL
Creación de una pagina web llamativa y fácil para el proceso de compra	realizar tratamientos de residuos orgánicos.	Afiliación del empleado a la ARL
Inventario en sistema	Canecas para Desecho específicos	Afiliación de EPS para el empleado
Adquisición de maquinaria y equipo con innovación tecnológica	Artículos hechos con material reciclado	Encontrarse constituida legalmente

2.4 Evolución Natural del Entorno

2.5 Analisis de Riesgo

Debido a que mi idea de proyecto es venta de mercancía metalera o de anime al por menor está expuesto a:

- Personas que quieran robar mercancía del negocio
- Que el producto llegue en malas condiciones y toque hacer la devolución para validar la garantía
- Remodelaciones tanto del establecimiento como del centro comercial donde se encuentre
- Caídas en la página de internet o redes sociales

CAPITULO II

3. El Mercado

3.1 Estudio de Mercado

Mi proyecto se encuentra clasificado en el siguiente sector

SECTOR	DESCRIPCIÓN	RELACIÓN
Secundario	Proceso de transformación de materias primas en productos de consumo	El emprendimiento se relaciona con el sector secundario porque tiene que ver con el sector industria o más conocida como satélite de confección donde se realizarían algunas prendas a conocer en el negocio.

3.2 Definición del Producto, Bienes o Servicios que se Desarrollan

	FICHA TECNICA DE PRODUCTO	Vía Arteria S.A.S
Características		
La Chaqueta es de algodón perchado lo cual la hace muy buena para el frio, la sublimacion es de alta calidad y se refelja en los detalles y los colores		
Requisitos minimos y Normatividad	Normas: Producto textil. RESOLUCION NUMERO 1950 DE 17 JUL 2009	
PROCEDIMIENTO	Se procede hacer la union del algodón con la tela, pasa por un procedo de cosido para unir las mangas al resto de la chaqueta, se instala la cremallera y se procede hacer proceso de sublimacion para el estampado y por ultimo se hace control de calidad al producto	
DIAGRAMA DE FLUJO		
PROCESO Adquirir los metros de tela necesarios Se realiza el boceto de los trazos Cortes según boceto La parte frontal se lleva a la sublimación Las imágenes deben ir en formato PDF para mejor definición Se llevan a satélite de confección para la unión (Delantero, Espalada y Mangas) Detalles Finales (Ojetes, Cordones y cremalleras) Se empaca y estará lista para su comercialización		

3.3 Nombres, Marcas, Logotipos, Emblemas, Slogan de la Empresa

El color negro en el logo de la empresa representa el publico objetivo al cual se le está vendiendo, como ellos mismos se definen rockeros y metaleros, las aves alrededor le dan un toque particular por ser negro. El rojo, realmente es por el contraste genera al negro no tiene un significado especial. Pero, las maquinas de tatuaje y la palabra tattoo es porque se está haciendo el proceso para implementar esa sección.

El nombre Vía Arteria realmente es por la razón de que mi padre es parte fundamental de este emprendimiento y ese nombre al crearlo llamo mucho su atención.



3.4 Definición y Descripción

Vía Arteria

MISIÓN: Vía Arteria crea felicidad proporcionando prendas de vestir y accesorios a personas de todas las edades en la ciudad.

VISIÓN: Via Arteria busca ser mejor en el día a día, ofreciendo los mejores productos, siendo cada vez mas innovadores y de la mas alta calidad para lograr ser reconocidos y lograr una fidelizacion en nuestros clientes.

OBJETIVOS:

General: Reconocimiento de la marca

-Al crear la pagina web, hacer la mayor publicidad posible para generar clientes y fidelizarlos.

Lograr esteticamente un buen establecimiento, donde el cliente se lleve una gran satisfacción.

Asistir a ferias y demás oportunidades para emprendimientos.

General: Personal capacitado para la producción

-Buscar una excelente maquina sublimadora o un equipo de trabajo con experiencia en sublimación o creación de diseños

-Buscar un excelente equipo para el satelite de confección ya que el espacio con la maquinaria ya se encuentra disponible

-Buscar una persona con demasiado potencial para el manejo de las redes sociales y que sus aportes sean positivos para la empresa.

-Buscar una gran vendedora que logre conectar con nuestros clientes.

General: Marcar la diferencia con la competencia

-Ofrecer calidad incluyendo buen precio

-Ofrecer innovación en cada surtido de mercancia

VALORES

Via Arteria se va a caracterizar por ser emocional, porque lo que realmente importa y el objetivo de este emprendimiento es el cliente y la fuerza que ellos dan para crecer. Por otro lado, es la escucha, ningún emprendimiento es perfecto y para mejorar hay que aceptar y generar las recomendaciones que nos dan, eso da un punto de confianza.

No menos importante la pasión con la que se hará todo, desde el punto de confección, hasta la comercialización porque cuando algo se hace con amor y pasión se nota y eso se logra transmitir por medio de una prenda al venderla.

3.5 Usos y Usuarios: Definición

Las características del comportamiento de mi segmento del mercado son:

SEFMENTACION DEL MERCADO	
ASPECTOS GEOGRAFICOS	
País	Colombia
Cuidad	Bogotá, Medellin
Localidad	Kennedy
Barrio	Patio Bonito
Tamaño de la ciudad y área estadística	7,181 millones de habitantes tiene la ciudad de Bogotá 1'034.838 habitantes en la localidad de Kennedy
Población	
Clima	N.A
ASPECTOS DEMOGRAFICOS	
Ingresos	Mínimo un salario legal vigente
Edad	De los 18 a los 50 años
Genero	N.A

Ciclo de vida familiar	Es indiferente a cualquiera de las siete etapas del ciclo de vida
Tamaño familiar	Indiferente
Clase social	I,II Y III
Escolaridad	Indiferente
Ocupación	Indiferente
Origen étnico	N.A
ORIGEN PSCOGRAFICO	
Personalidad	Amante a las bandas de rock y al anime
Estilo de vida	Tranquilo, amante a los productos ofrecidos
Valores	N.A
ASPECTOS CONDUCTUALES	
Beneficios deseados	Que quiera brindarse a si mismo o a su familia un gusto hacia el producto
Tipo de conducta	Gusto hacia ese tipo de mercancía
Frecuencia de uso	Una vez al año
Etapas de preparación	N.A
Actitud hacia el producto	Que siga las indicaciones dadas

Para realizar el cálculo de la población objetiva, tuvimos en cuenta la localidad de Kennedy.

Teniendo en cuenta la población objetiva se calculo la muestra utilizando el muestreo probabilístico aleatorio, procediendo aplicar un formulario tipo encuesta para población finita, empleando el método aleatorio simple.

Grado de Error - e			10%
Población	N	=	10.348
Nivel de Confianza (90%)	Z	=	1,64
Probabilidad de Ocurrencia (5%)	p	=	0,50
Probabilidad de No Ocurrencia (1-p)	q	=	0,50
Grado de Error	e	=	0,10
Muestra			67
Significa que se deben hacer 67 encuestas teniendo como base un nivel de confianza del 90% y un margen de error del 10%			

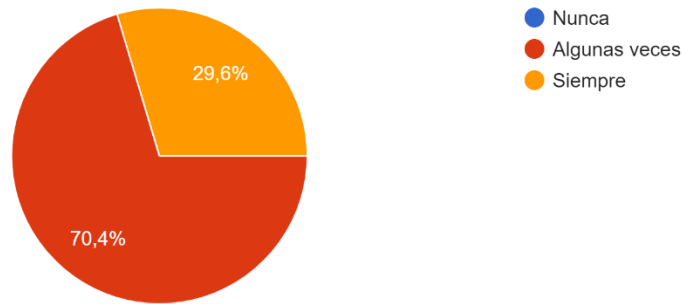
Calculo de Muestra Probabilística:
Muestras para Población Finita:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2 (N - 1) + (Z^2 \cdot p \cdot q)}$$

N= Tamaño de la población o universo.
e= Límite aceptable de error muestral. Suele usarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09).
p= Es la variación positiva o la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio, toma un valor entre 0 y 1. Cuando no se conoce generalmente se le da el valor de 0,5.
q= Variación negativa o proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir $q = 1 - p$.
Z= Constante que depende del nivel de confianza que asignemos y corresponde a una distribución Normal o de Gauss.

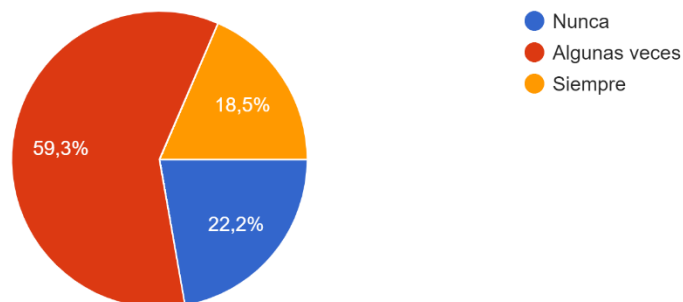
Como instrumento de recolección de datos, se utiliza una encuesta aplicada a 67 personas de la localidad de Kennedy, teniendo en cuenta tres requisitos que son objetividad, validez y confiabilidad.

¿Alguna vez usted ha escuchado el genero de música "rock"?
27 respuestas



Analizando la primera pregunta de la encuesta, se puede notar que la idea de negocio si puede ser un buen camino, algo tan sencillo como saber si el género de música sigue vigente y así realizar una idea de si el público objetivo usaría las prendas.

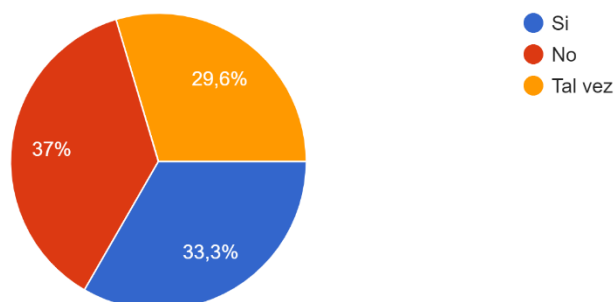
¿Alguna vez ha visto series anime?
27 respuestas



Teniendo en cuenta esta respuesta, se puede decir que es un resultado positivo ya que así se puede identificar como será el flujo de artículos de esta clase.

¿Compraría prendas y/o accesorios referentes a bandas clásicas de rock?

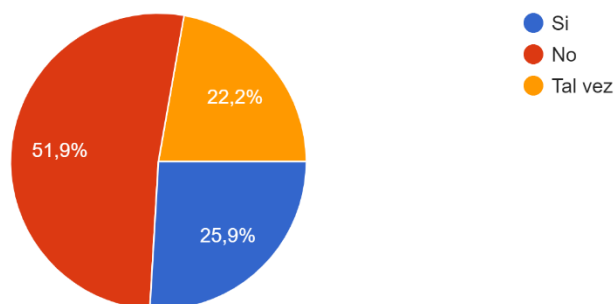
27 respuestas



Teniendo en cuenta esta respuesta, se puede decir que no se obtuvo el resultado esperado. Pero, no descartan que si realizaran una compra a estos artículos.

¿Compraría prendas y/o accesorios referentes a las series anime?

27 respuestas



Teniendo en cuenta esta respuesta, se puede decir que no se obtiene el resultado esperado, quizás al no ser tan específica la pregunta y donde tal vez la gente no lo vea mucho como algo que desee tener en su día a día.

¿Considera buena idea que en ese tipo de prendas se innove en color o prefiere el color referente (negro) que se encuentra en el mercado?

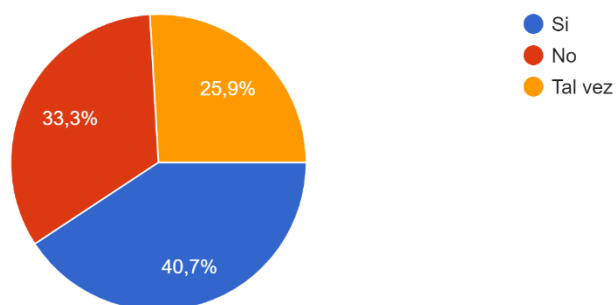
27 respuestas



Teniendo en cuenta esta respuesta, se puede decir que es bastante positiva, ya que eso es lo que se quiere lograr con este negocio. El innovar y no quedarse en el en lo clásico que tiene el mercado.

¿Compraría muñecos de colección, anillos o demás accesorios referentes a ese estilo?

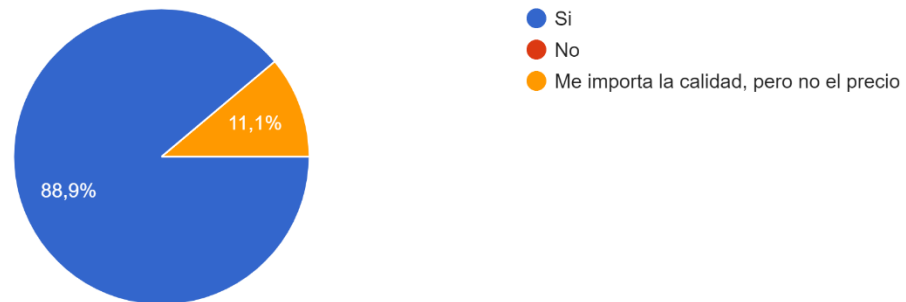
27 respuestas



Teniendo en cuenta esta respuesta, se puede decir que es bastante positiva y que si se logra reflejar con claridad los productos específicamente hablando y si logra cumplir con el gusto del cliente.

¿Al comprar una prenda considera importante la calidad y además un precio asequible para comprarla?

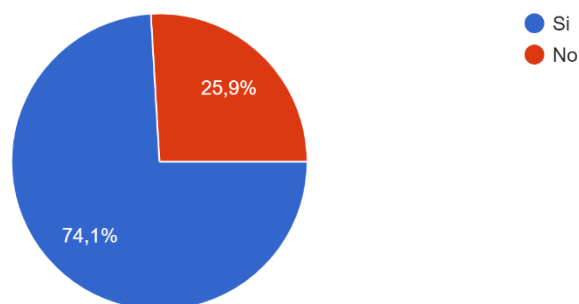
27 respuestas



Teniendo en cuenta esta respuesta, se puede decir que es bastante positiva porque es lo que quiere generar vía arteria, donde aparte de vender productos o prendas de buena calidad, se rigen por un buen precio.

¿Considera usted que una zona para realizar tatuajes y perforaciones se adapta al ambiente de esas prendas?

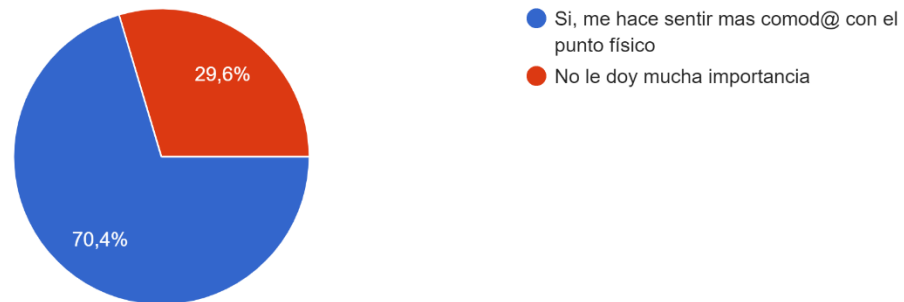
27 respuestas



Esta respuesta es bastante interesante para el negocio, ya que se intenta implementar una zona para este tipo de procedimientos, con todas las normas de seguridad y poder aumentar el numero de clientes.

¿Se sentiría cómod@ con la venta de estos productos de forma virtual y que además tenga un punto físico?

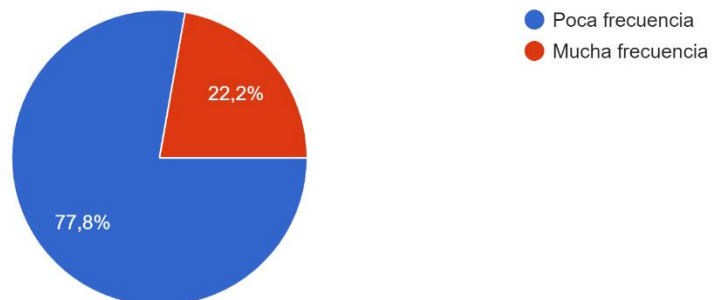
27 respuestas



Teniendo en cuenta esta respuesta, es bastante positiva porque es claro que no se venderá solo de manera virtual, se le dará la seguridad al cliente de acercarse a un punto físico y exigir una garantía en caso tal.

¿Con que frecuencia ve establecimientos con este tipo de prendas y accesorios?

27 respuestas



Teniendo en cuenta esta ultima respuesta, se puede decir que es bastante positiva para la empresa y que se puede generar un buen reconocimiento

3.6 Factores de Competencia

COMPETIDORES DIRECTOS		
ENTIDAD	LOGO	PRODUCTO

ROCKGOTÁ		Camisetas de rock clasicas y camisetas de anime
ROCK ACTIVITY		Camisetas, discos de vinilo, pins
GOMU GOMU NO ANIME STORE		Muñecos y accesorios anime de colección

COMPETIDORES INDIRECTOS		
ENTIDAD	LOGO	PRODUCTO
LA ROMA RECORDS		Discos de vinilo, cassettes, lanzamientos exclusivos
TU BOLETA		Venta de boletería para conciertos y eventos

VENTAJAS: Las ventajas que Via Arteria tiene con respecto a sus competencias directas es que si puedo ofrecer productos parecidos pero con mejor calidad y a un mejor precio.

Teniendo en cuenta que, ROCKGOTÁ maneja su mercancía 95% algodón y 5% poliéster a un precio bastante elevado para su calidad, en cambio Via Arteria, maneja 100% algodón perchado, que es una de las telas mas costosas pero de mejor calidad para ofrecer y nuestro precio esta al alcance del bolsillo de cualquier ciudadano garantizandole una buena vejez a su prenda.

DESVENTAJAS: Las desventajas que tiene Via Arteria con respecto a sus competencias indirectas es que no maneja boletería para eventos importantes, teniendo en cuenta la clase de establecimiento que es, esto puede generar una mayor clientela y reconocimiento. Por otro

lado, no se maneja el tema de vinilos o discos que las personas en algun momento piensan coleccionar porque la banda que les gusta ya no existe o esta decidio sacar un nuevo álbum, aunque la tecnologia avanza y podemos escuchar este tipo de musica en las plataformas, se considera mas como un recuerdo y las personas si desean comprarlo.

Con respecto a la competencia directa es el tema del color en las camisetas, aunque Via Arteria tiene como objetivo innovar pero sin salir de la linea, el tema de el color es algo que si llama la atención, pues el publico ya considera que tener otro color puede hacerlo salir de su rutina.

PROPUESTA DE VALOR:

-ROCKGOTÁ : Esta tienda tiene bastantes cosa sinteresantes, se puede empezar con el estilo de la pagina que es bastante llamativo y conecta facilmente, tambien se puede hablar de las fotos para dar a conocer sus prendas ya que son bastante nitidas y el color de la prenda y sus diseños se ven perfecto para lograr vender. Otra punto a favor es que tiene su tienda fisica y realmente es bastante intersante, sin importar sus precios un poco elvados considero que vale la pena adquiir su producto. Finalmente, el empaque es algo que tambien es muy intersante, es sencillo pero a la vez es agradable para cuando llega un paquete y es donde logra fidelizar a su cliente.

-ROCK ACTIVITY: Aunque su pagina es muy sencilla, es facil para adaptarse y poder comprar, tiene unas prendas que a pesar de que son en su color clasico los

logos de las camisetas son interesantes y para la calidad y el diseño que ofrecen considero que el precio es bueno. Un punto a destacar son sus pines, son bastante interesantes e innovadores ya que esta clase de publico si suele usar estos accesorios en su ropa y su precio es perfecto para el tamaño. La tienda tiene el ambiente de lo que se puede llamar un rockero, nada es de color, todo es de su color clasico y claramente eso se le respeta.

-GOMU GOMU NO ANIME STORE: Para el cliente logra ser fantastica esta tienda, tiene todos los muñecos de colección y accesorios para las personas que leas gusta el anime y que no han logrado encontrar su muñeco o lo encuentran por internet a un precio muy elevado, el tener mercancía que no se ha logrado encontrar en otros locales es un punto a favor muy grande y a pesar de que no tiene una pagina web como las anteriores, pero si cuenta con redes sociales lograr fidelizar clientes y que la gente desee gastar su dinero en lo que otras persona consideran innecesario

- LA ROMA RECORDS: Es una tienda y una pagina bastante interesante, su color rojo me parece un color perfecto para llamar la atención y lograr transmitir algo, a pesar de que los vinilos, cassettes y discos ya han pasado a un segundo plano, la mayoría de la población o en el siglo en el que estamos desean volver a lo vintage e invertir en tocadiscos y poner sus vinilos o no botar la grabadora vieja y poner los cds, aparte que es un lugar que logra generar muchos recuerdos, me parece un negocio perfecto para este tipo de público.

-TU BOLETA: Claramente es un negocio que lleva muchos años y el cual tiene muchos puntos a su favor, al momento de crear su pagina y evitarle la búsqueda de

un punto al ciudadano fue bastante bueno, considero que con el tema de eventos como el SOFA o conciertos como el proximo de IRON MEIDEN, ayuda bastante a los negocios de este tipo porque aumenta las ventas y genera mas busquedas, puede mejorar si se lograr vender esa clase de boleteria en los establecimientos acordes al evento.

3.7 Aprovechamientos de Insumos o Apoyo Tecnológico

Preguntas	Respuestas
¿Qué valor proporcionamos a nuestros clientes?	Brindarles experiencia o recuerdos al entrar a nuestro establecimiento es lo que nos diferencia de los demás.
¿Qué problema de nuestros clientes ayudamos a solucionar?	El lograr encontrar la tienda de sus sueños, con los objetos que ellos jamás creyeron encontrar tan fácil en esa zona.
¿Qué necesidades de los clientes satisfacemos?	La innovación en productos.
¿Qué espera el cliente para superarle las expectativas?	Hacerle sentir que el si vale y que gracias a eso cada día somos más grandes.

3.8 Proveedores Internos y Externos

PROVEEDOR	CARACTERISTICAS	IMAGEN
LaFayette	Proveedor de las mejores telas para la fabricación de prendas.	
Máquinas de Coser MLS Ricaurte	Proveedor de las mejores maquinas de coser para la creación de un satélite	

Rock Dreams	Proveedores de camisetas clásicas color negro de rock y metal	
Oni Anime Store tienda de anime	Proveedor de accesorios y muñecos de colección sobre manga y anime	

3.9 Estacionalidad de Mercado

MESES	CALIFICACIÓN
Enero	Normal
Febrero	Bajo
Marzo	Bajo
Abril	Normal
Mayo	Alto
Junio	Normal
Julio	Normal
Agosto	Bajo
Septiembre	Bajo
Octubre	Normal
Noviembre	Alto

Diciembre	Alto
------------------	------

3.10 Poder de Compra

CLIENTE	
----------------	--

Cuáles son los volúmenes y frecuencia de compra	Se consideran bastante aceptables ya que siempre se logra vender algo así sea de un valor muy mínimo
Que características exige para la compra (calidades, presentación y empaque)	Que sea algo diferente a lo que realmente ha comprado todo el mundo, claramente que este impecable la prenda y su empaque sea bastante llamativo y que logre satisfacción de haber realizado la compra
Sitio de compra	Página web, redes sociales, establecimiento comercial
Forma de pago	Tarjeta de crédito, nequi, daviplata, pse y efectivo

3.11 Rango de Precios o Tarifas

El rango de precios se establecio por el valor de los insumos, prendas y accesorios que se le compran a los proveedores.

Como primera instancia y nuestro producto importante son las camisetas, las cuales hasta el momento se le compran a un proveedor que es mencionado anteriormente y vende camisetas a sus clientes a 20.000 despues de 6 unidades, por esta razón se establece un precio razonable para el cliente y para que la tienda tambien gane algo, a esta prenda se le establece un valor de \$35.000.

Nuestro siguiente producto son los muñecos de colección y accesorios los cuales se le compra al proveedor a \$15.000 despues de 6 unidades, estos productos suelen ser importados y por esta razón tambien se les establece un precio donde la tienda tambien tenga una ganancia y a este producto se le establecio un valor de \$25.000

En el tema de los buzos, los cuales si son fabricados por la tienda, tienen los siguientes productos

- 15.000 metro de tela
- 1.000 cordon por rollo
- 1.000 paquete de 100 unidades para lo que se conoce como terminales
- 2.000 metro de resorte para 14 cm que se lleva la confeccion de un buzo

-10.000 por metro la sublimación

-10.000 anchura por unidad de confección

Teniendo en cuenta todos estos pasos, se le da un valor de \$70.000 a esta prenda exclusivas de la tienda por ser fabricación propia.

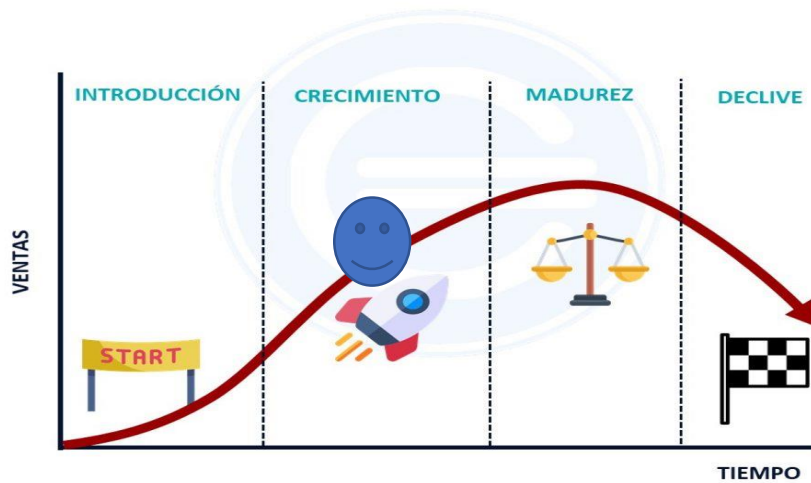
3.12 Comportamiento de la Clientela

Esto se dara a conocer en las plataformas que hoy en dia todos consumen (Instagram) y como segunda opción facebook. Estas plataformas tienen un punto a favor y es que se pueden compartir con personas conocidas y lograr difundir el emprendimiento y asi llegar a mas personas, claramente despues de este paso que ayuda pero no es la solución para crecer,es ir invirtiendo de a poco para que la plataforma sea la encargada de hacernos llegar a nuestro publico objetivo. Esto, luego de estar seguros de que la pagina si llama la atencion y logra su objetivo que es darse a conocer y lograr que la gente compre o se tome la molestia de conocer el establecimiento.

Ya luego de esto se creara con la ayuda de un experto la pagina web, asi se podran lograr mas ventas, visitas y mas confianza a nuestros clientes.

3.13 Ciclo de Vida Del Producto

CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO



Donde se encuentra la carita feliz es donde en estos momentos se encuentra este emprendimiento. La etapa de crecimiento, es una idea la cual ya está hecha y lleva varios años en el mercado, como se dice anteriormente es una idea familiar, el cual cuenta con su establecimiento comercial en la localidad de Kennedy en la ciudad de Bogotá.

Aunque se encuentra en esta etapa y tiene una gran ventaja ya teniendo reconocimiento en este lugar, se logra entender que aun le falta para seguir creciendo, por esta razón el ideal es otro establecimiento en una zona comercial que no logre salir de la localidad pero que logre llegar a otro tipo de gente. Esto le ayudara a su madurez dándole una remodelación extraordinaria al establecimiento ya existente como al nuevo.

3.14 Zonas o Áreas Potenciales Del Mercado

El cliente por el momento se encuentra ubicado en su mayoría en la localidad de Kennedy, se espera poder crecer para lograr clientes de otras localidades como lo mencionado anteriormente. Para ser mas específico esta ubicado en el centro comercial Milenio Plaza, un centro comercial no muy reconocido pero que logra en su mayoría gracias al crecimiento que ha tenido llamar gente y es un establecimiento que es preguntado por mucha gente y es el boom de ese lugar. Se quiere seguir logrando eso, reconocimiento y confianza en los clientes.

Jamas se ha pensado en establecimiento en la calle, su mayor razón es la inseguridad, se sigue luchando por centros comerciales con flujo de gente y con un local que logre estar a la vista de todos.

4. Plan de Mercado

4.1 Tipología de Mercado

Mi tipología del mercado es comercializada para uso del ciudadano, el ambiente geográfico esta ubicado en la ciudad de Bogotá específicamente en la localidad de Kennedy, centro comercial Milenio Plaza. Mi consumidor seria novedoso y de primera mano

4.2 Diferencias del Producto o Servicio

Lo que diferencia este producto de los demás, es lo novedoso que puede llegar a ser y la exclusividad con la que se produce la prenda. Se intenta marcar la diferencia de los demás lugares que tengan prendas similares o iguales.

4.3 Politicas de Precios o Tarifas

Mis precios van acorde a la demanda del mercado, donde si esta aumenta el precio de mis prendas también tendrá un aumento y viceversa si la demanda del mercado llega a disminuir, esto seria en caso de las prendas que se compran y se venden. En el caso de las prendas que se fabrican se intentan mantener a un costo acorde al bolsillo de la gente, si existiera un caso donde encuentre mi competencia, bajaría o mantendría los precios iguales a

mi competencia, pero se tendría un punto de diferencia y es que se puede implementar hacer la prenda personalizada.

4.4 Estrategias de Venta

Principalmente la estrategia de venta es un local comercial en la localidad mencionada anteriormente, donde los clientes se sienten más cómodos al llevar su prenda y se le genera una garantía. Como segunda estrategia, sería el uso de redes sociales donde personas de otras localidades o ciudades pueden adquirir el producto y con la mayor tranquilidad ya que se mostrarán públicamente los comentarios de los compradores. Por último, la página web implementa el mismo proceso de las redes sociales, su diferencia es que su compra será protegida, por si en caso tal de alguna pérdida con la transportadora, se le realiza la devolución de su dinero.

4.5 Distribución y Mercadeo

La distribución se puede generar de varias formas, una de ellas es ir personalmente a la tienda y retirar la prenda para las personas que vivan en la ciudad de Bogotá, si la persona se encuentra en la ciudad, pero desea un envío, se genera uno de los mensajeros directos para hacer la entrega. En caso tal de que encuentre fuera de la ciudad, se envía por transportadoras como Inter rapidísimo y Servientrega con el seguro mencionado anteriormente por posibles pérdidas del producto.

El empaque será biodegradable para ayuda al medio ambiente, el diseño sería llamativo para generar un gusto con el cliente.

4.6 Promoción y Publicidad

Las promociones se pueden realizar por épocas que serian a principio de año (enero y febrero) que es donde baja el flujo de clientes por el inicio de la época escolar, se puede generar una clase de cupones para las personas que compren por la pagina web y en su próxima compra puedan redimirlo, para fidelizar el cliente se puede realizar descuentos a las personas que demuestren ser fieles a nuestra marca y realizarle cierto de cuenta en alguna prenda.

La publicidad se va a generar por redes sociales pagando cierta mensualidad, donde ayude a aumentar las vistas en las páginas y así mismo generar seguidores.

4.7 Estrategias de Comunicación

Al momento de generarse una compra por pagina web, pide un correo, una de las formas para dar a conocer a los clientes de una promoción y generar comunicación es por correo y por redes sociales que es donde normalmente toda la comunicación se genera con mas facilidad.

CAPITULO III

5. Aspectos Tecnicos y Financieros

5.1 Estudio Tecnico del Proyecto

En este punto se hace referencia a la cantidad de producto por unidad de tiempo, entendiendo la capacidad que se tiene para realizar la producción en una determinada cantidad de tiempo.

En este caso especifico la empresa Vía Arteria pretende fabricar y comercializar, y las condiciones técnicas de la infraestructura que requieren son una fabrica de 3 pisos para la producción de la mercancía, ubicando en esos tres pisos cada una de las áreas que hacen importante esta empresa. En cuanto al sitio de operación de negocio, están acorde con lo que se requiere según la normatividad debido a que cumple con la Delegatura de protección al Consumidor, cuya función principal es la de defender y promover los intereses de los consumidores. En desarrollo de sus

funciones, le corresponde vigilar la observancia de los requisitos técnicos

obligatorios que se han establecido para productos y procesos con el fin de proteger la vida, salud, seguridad, medio ambiente y prevención de prácticas que puedan inducir a error a los consumidores.

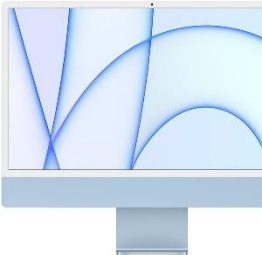
1- ESTRUCTURA DEL MERCADO - UNIDADES									
PRODUCTO	MERCADO OBJETIVO CLIENTES	CONSUMO ANUAL PERCAPITA	VENTA UNIDADES AÑO 1	PARTICIPACION % MERCADO OBJETIVO					
Buzos en algodón perchado	3.449	2	180	3,4788%	1.034.838				
Camisetas con diseño	3.449	2	240	3,4788%					
Camisetas sin diseño	3.449	2	270	3,9137%					
			0	#DIV/0!					
			0	#DIV/0!					
			0	#DIV/0!					
Total			690						
2-CAPACIDAD INSTALADA MANO DE OBRA									
PRODUCTO		HORAS AÑO OPERARIO TURNO	UNIDADES HORA HOMBRE	CAPACIDAD INSTALADA POR OPERARIO AÑO 1	No. OPERARIOS O TIEMPO DE DEDICACION % AÑO 1	CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD REQUERIDA	Cantidad diaria por operario	Cantidad por hora
Buzos en algodón perchado	Unidad	2.400	0,08	180	100%	180	180	0,6	0,075
Camisetas con diseño	Unidad	2.400	0,10	240	100%	240	240	0,8	0,1
Camisetas sin diseño	Unidad	2.400	0,11	270	100%	270	270	0,9	0,1125
0	Unidad	2.400	0,00	0	100%	0	0		0
0	Unidad	2.400	0,00	0	100%	0	0		0
0	Unidad	2.400	0,00	0	100%	0	0		0
Total				690	600%	690	690		

5.2 Requerimientos Tecnicos, Tecnologicos y Cientificos

FICHA TECNICA VIA ARTERIA

ACTIVO	CARACTER ISTICAS	PR ECIO	IMAGEN
MAQUINARIA Y EQUIPO			
Maquina Plana	Máquina plana electrónica 1 aguja, transporte sencillo para materiales livianos, semi pesados y pesados, lubricación automática, gancho pequeño con luz incorporada, motor direct drive y funciones de costura automáticas (corte de hilo, remate automático, levanta pie, programación de puntada, etc.)	1.4 00.000	
Maquina Sublimadora	DTF de gran formato de 47" Modelo de solución integral directa : DTF-1204Pro Parámetro	1.7 70.000	

	Cabezal de impresión: Cuatro cabezales de impresión Epson PrecisionCore™ 4720. Tamaño máximo de impresión: ancho de impresión de 1200 mm. Velocidad de impresión: 6 pasadas: 30 m²/h, 8 pasadas: 16 m²/h. rasgo Impresora de gran formato con cuatro cabezales. Apto para máxima producción.		
Máquina Troqueladora De Botones Y Troqueles	Troqueladora manual de troqueles más 1 pareja de troqueles 17 mm que consta de un puntillero y un cabezal para botón 017 mm en acero inoxidable	30 0.000	

Computador alto rendimiento para programas	sensor más grande que capta mejor la luz y el avanzado procesador de señal de imagen (ISP) del chip M1 mejora aún más la calidad. iMac 24" Chip M1 CPU 8 Nucleos, GPU 8 Nucleos	7.5 99.000	
Tableta Para Diseño Gráfico Profesional Huion H420	El diseño minimalista y el grosor de 7,5 mm no solo brindan más comodidad, sino que también brindan un área de trabajo de 4*2,23 pulgadas para crear. Resolución de lápiz 4000LPI, Tasa de informe de 200PPS	40 0.000	

MUEBLES Y ENSERES			
Mesa Plegable Resistente Al Calor	resistente al calor hasta 425 grados * la mesa cuenta con un marco de acero aluminio resistente a la corrosión y a la intemperie para usar en interiores y exteriores * se pliega rápidamente por la mitad para un almacenamiento compacto * manija de transporte integrada y liviana 125 lb	330.000	

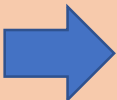
	* diseñada para un fácil transporte * patas telescópicas para un ajuste de altura personalizado según sus preferencias * la mesa resistente puede soportar hasta 60 libras de peso		
Silla Para Costureria	*Silla diseñada a medida para costureros. *Postura correcta al operador. *Apoyo lumbar. *Comodidad y Full Confort.	220.000	

	*Ideal para trabajos en serie. *Goma espuma de alta densidad. *Pintura Electrostatica.		
Mesa de corte para confección	Mesa de corte de 200 x 183 Mesa de corte,solida estructura metálica desarmable,con placa de MDF de 15 mm de espesor	500.000	

5.3 Planes Generales

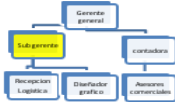
Empresa: Via Arteria

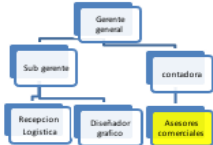
Bien/ Servicio: Creacion de mercancia

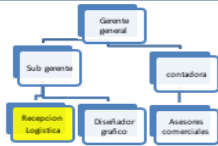
ACTIVIDAD - PROCESO	TIEMPO ESTIMADO	EQUIPOS					
Trazos para confección de buzos en algodón perchado	1 Dia	Mesa de corte, maquina de corte					
Diseño de imágenes para sublimacion en buzos (30 imágenes)	8 dias	Computador con programa de Adobe Photoshop					
Sublimacion para confeccion de buzos en algodón perchado	2 dias	Maquina sublimadora					
Confeccion de buzos en algodón perchado	3- 5 dias	Maquinas Planas					
Observacion de acabados para su comercializacion	1 Dia						

5.4 Mano de Obra Directa

		GERENTE GENERAL		Código:	1
				Versión:	1
				Fecha:	Mayo de 2022
TÍTULO DE CARGO		Gerente General	AREA		Operativa y Administrativa
TÍTULO DE CARGO JEFE INMEDIATO		Gerente General			
CATEGORIA DEL AREA DE TRABAJO		Gerencial	UBICACION DE LUGAR DE TRABAJO		Bogotá
NIVEL DECISION		ALTO			
OBJETIVO DEL CARGO					
Organizar los recursos de la identidad, definir a donde quiere dirigir la empresa a corto y mediano plazo, que sea un líder en muchas actividades a realizar en la empresa					
UBICACION DEL CARGO EN EL ORGANIGRAMA					
					
COMPETENCIA REQUERIDA					
DESCRIPCION					% DE INCIDENCIA
EDUCACION	Profesional Universitario en Administración de empresas o afines.				20%
EXPERIENCIA	GENERAL: Mínimo 5 años de experiencia. ESPECIFICA: Mínimo 1 año en servicio al cliente y Comercial como jefe.				20%
FORMACION	Diseño y gerencia de proyectos, curso de marketing digital, ingles y frances. Manejo de herramientas ofimáticas. Curso basico de ortografia. Curso de servicio al cliente.				10%
HABILIDADES	Comunicación				10%
	Trabajo en equipo				10%
	Autocontrol				10%
	Servicio al cliente				10%
	Liderazgo				10%
TOTAL					100%
FUNCIONES, RESPONSABILIDAD Y AUTORIDAD					
FUNCION	RESPONSABILIDAD				AUTORIDAD
Desarrollo de Funciones directas del cargo	Dirigir, coordinar y evaluar las diferentes áreas de la empresa.				Aprobación
	Determinar los niveles, cargos y funciones que desempeñan los responsables de área así como del personal en general				Aprobación
	Provee de contactos , negocios y relaciones empresariales.				Aprobación
	Rinde periódicamente informes de gestión al Consejo Administrativo y ejecuta sus decisiones.				Aprobación
	Lidera procesos de planeación estratégica y planifica los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.				Aprobación
	Crea un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo y dirige a las personas para hacer ejecutar los planes.				Aprobación
	Establece indicadores financieros y estratégicos de la organización y controla su cabal cumplimiento.				Aprobación
	Implementa una estructura administrativa que contenga los elementos necesarios para el desarrollo de los planes de acción.				Aprobación
	Ser el puente de comunicación con los diferentes clientes.				Aprobación
	Realizar o solicitar la ejecución de las auditorías a los proveedores.				Aprobación
CRM	Liderar los proyectos con la gerencia para aumentar el portafolio de servicios de la empresa.				Aprobación
	Solicitar , notificar y Aprobar.				
Sistema de Gestión	Dar tratamiento a las Quejas y Sugerencias del área de operaciones, implementando acciones preventivas, correctivas o de mejora.				Programación y solicitud
	Revisar según temporalidad los indicadores asociados al cargo.				Selección e implementación de acciones preventivas y correctivas y notificación al sistema
	Diligenciar los formatos del sistema asociados al cargo				Análisis y reporte de Indicadores
	Realizar y presentar el Informe de Gestión del proceso de operaciones				Diligenciamiento de formatos
	Analizar, proponer, desarrollar y ejecutar mejoras aplicables al área en cuanto a: organización y métodos, procedimientos y en la simplificación e integración de procesos con el fin de garantizar la optima gestión del área.				Evaluación proceso de operaciones a su cargo
	Apoyar en la actualización de documentos del proceso operaciones				Análisis y formulación de propuestas de mejoramiento . Aprobar.
	Verificar el cumplimiento la Política Integral, los procedimientos y normas establecidas para cada una de las actividades relacionadas con las operaciones.				Generación de documentación del proceso . Aprobar.
	Estar informado sobre cambios en la normatividad para la implementación de nuevos procedimientos al interior de la empresa.				Desarrollar actividades que permitan el cumplimiento de las políticas y procedimientos de la organización
	Participar activamente en las capacitaciones externas e internas de la organización.				Actualización y notificación
					Participación
Medio Ambiente	Cumplir las normas establecidas en medio ambiente identificando los aspectos e impactos y cumpliendo con los procedimientos e instructivos ambientales de las operaciones a su cargo.				Identificar aspectos e impactos derivados de las actividades de las operaciones a su cargo, aprobar planes ambientales
	Hacer uso responsable de los recursos y participar e implementar planes y programas ambientales desde su puesto de trabajo				Adoptar mecanismos que permitan la implementación de los programas en sus actividades
Salud Ocupacional	Verificar que no existan condiciones inseguras, incidentes y accidentes de trabajo				Reportar condiciones y eventos, proponer y acatar medidas de seguridad - Aprobar
	Vigilar el Cuidado y uso de la dotación y los Elementos de protección personal suministrados por la organización.				
	Apoyar identificar necesidades de capacitación en el personal que participa en las operaciones para garantizar la ejecución de las mismas				Aprobar la programación y desarrollo de actividades
	Participar en la planeación y realización de simulacros para la atención de emergencias				Aprobar las capacitaciones de acuerdos a las necesidades formativas
CONDICIONES DE TRABAJO					
ASPECTOS AMBIENTALES: consumo de recursos, papel, agua, electricidad.					
RIESGOS ASOCIADOS : Riesgo psicosocial.					
VALORACIONES MEDICAS OCUPACIONALES					
TIPO		NECESIDADES DE CAPACITACION		REQUERIDO INGRESO ANUAL RETIRO	
Examen Médico General					
TEMATICA				REQUERIDO	
MANEJO DEL ESTRÉS Y PAUSAS ACTIVAS				X	
SERVICIO AL CLIENTE				X	
COMPETENCIAS ORGANIZACIONALES				X	
ORDEN Y ASEO EN EL PUESTO DE TRABAJO Y HÁBITOS SALUDABLES				X	
INDICADOR DEL CARGO		INDICADORES DE DESEMPEÑO (OPERATIVOS/ADMINISTRATIVOS)		Descripción	
QUEJAS Y RECLAMOS				No superior al 1% de quejas recibidas de los clientes vinculados a las operaciones.	
PROFUNDICACIÓN				Ampliar el portafolio del productos.	
REALIZO				APROBO	
Nombre:				Nombre:	
Cargo:				Cargo: Gerente General	
Firma:				Firma:	

	SUB GERENTE		Código:	2
			Versión:	1
			Fecha:	Mayo de 2022
TÍTULO DE CARGO		Sub Gerente	ÁREA	Operativa y Administrativa
TÍTULO DE CARGO INMEDIATO		Gerente General		
CATEGORIA DEL AREA DE TRABAJO		Sub Gerencial	UBICACION DE LUGAR DE TRABAJO	Bogotá
NIVEL DECISIÓN		ALTO		
OBJETIVO DEL CARGO				
Velar por el cumplimiento de cada una de las áreas, recomendar cambios en las practicas y saber trabajar en equipo				
UBICACIÓN DEL CARGO EN EL ORGANIGRAMA				
				
COMPETENCIA				
DESCRIPCIÓN	REQUISITO	% DE INCIDENCIA		
EDUCACIÓN	Profesional Universitario en Administración de empresas o afines en finanzas y mercadeo.	20%		
EXPERIENCIA	GENERAL: Mínimo 4 años de experiencia. ESPECÍFICA: mínimo 1 año de experiencia en el área comercial.	20%		
FORMACIÓN	Contabilidad Básica y Servicio al cliente Manejo de herramientas ofimáticas. Curso básico de ortografía.	10%		
HABILIDADES	Comunicación	10%		
	trabajo en equipo	10%		
	Autocontrol	10%		
	Servicio al cliente	10%		
	Liderazgo	10%		
TOTAL		100%		
FUNCIONES, RESPONSABILIDAD Y AUTORIDAD				
FUNCION	RESPONSABILIDAD	AUTORIDAD		
Desarrollo de Funciones directas del cargo	Coordinar y evaluar las diferentes áreas de la empresa.	Aprobación		
	Definir deberes y responsabilidades y actividad de cada miembro de la entidad	Aprobación		
	Realizar o solicitar la ejecución de las auditorías a los proveedores.	Aprobación		
	Actuar como representante legal de la empresa cuando se requiera, en todos los aspectos relacionados con	Aprobación		
	Crea un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo y dirige a las personas para hacer ejecutar los planes. Controla las actividades.	Aprobación		
CRM	Liderar los proyectos con la gerencia para aumentar el portafolio de servicios de la empresa.	Aprobación		
Sistema de Gestion	Liderar los proyectos con la gerencia para aumentar el portafolio de servicios de la empresa.	Programación y solicitud		
	Dar tratamiento a las Quejas y Sugerencias del área de operaciones, implementando acciones preventivas, correctivas o de mejora.	Selección e implementación de acciones preventivas y correctivas y notificación al sistema		
	coordinar y establecer procedimientos para que fluya el sistema de información.	Aprobación		
	Diligenciar los formatos del sistema asociados al cargo	Diligenciamiento de		
	Realizar y presentar el Informe de Gestión del proceso de operaciones	Evaluación proceso de		
	Apoyar en la actualización de documentos del proceso de operaciones	Generación de		
	Verificar el cumplimiento la Política Integral, los procedimientos y normas establecidas para cada una de las actividades relacionadas con las operaciones.	Desarrollar actividades que permitan el cumplimiento de las políticas y		
Medio Ambiente	Estar informada sobre cambios en la normatividad para la implementación de nuevos procedimientos al interior de la empresa.	Actualización y notificación		
	Participar activamente en las capacitaciones externas e internas de la organización.	Participación		
Salud Ocupacional	Cumplir las normas establecidas en medio ambiente identificando los aspectos e impactos y cumpliendo con los procedimientos e instructivos ambientales de las operaciones a su cargo.	Identificar aspectos e impactos derivados de las actividades de las operaciones a su cargo, aprobar planes ambientales		
	Hacer uso responsable de los recursos y participar e Implementar planes y programas ambientales desde su puesto de trabajo	Adoptar mecanismos que permitan la implementación de los programas en sus actividades		
Salud Ocupacional	Verificar que no existan condiciones inseguras, incidentes y accidentes de trabajo	Reportar condiciones y eventos, proponer y acatar		
	Vigilar el Cuidado y uso de la dotación y los Elementos de protección personal suministrados por la	Aprobar las capacitaciones de acuerdo a las necesidades formativas		
	Apoyar identificar necesidades de capacitación en el personal que participa en las operaciones para garantizar la ejecución de las mismas	Participar		
CONDICIONES DE TRABAJO				
ASPECTOS AMBIENTALES: consumo de recursos, papel, agua, electricidad.				
PELIGROS ASOCIADOS : Riesgo psicosocial.				
VALORACIONES MEDICAS OCUPACIONALES				
TIPO		REQUERIDO		
Examen Médico General		INGRESO- ANUAL- RETIRO		
NECESIDADES DE CAPACITACION				
TEMATICA		REQUERIDO	NO REQUERIDO	
MANEJO DEL ESTRÉS Y PAUSAS ACTIVAS		x		
SERVICIO AL CLIENTE		x		
COMPETENCIAS ORGANIZACIONALES		x		
ORDEN Y ASEO EN EL PUESTO DE TRABAJO Y HÁBITOS SALUDABLES		x		
INDICADORES DE DESEMPEÑO (OPERATIVOS/ADMINISTRATIVOS)				
INDICADOR DEL CARGO		Descripción		
RENOVACIONES		Renovar el 95 de los vencimientos		
QUEJAS Y RECLAMOS		No superior al 1% de quejas recibidas de los		
PROFUNDIZACIÓN		Ampliar el portafolio del productos que tiene		
REALIZO		APROBO		
Nombre:		Nombre:		
Cargo:		Cargo: Gerente General		
Firma:		Firma:		

	ASESOR COMERCIAL		Código:	3
			Versión:	1
			Fecha:	Mayo de 2022
TÍTULO DE CARGO		Asesor comercial	AREA	Operativa y Administrativa
TÍTULO DE CARGO JEFE INMEDIATO		Gerente General		
CATEGORIA DEL AREA DE TRABAJO		Comercial	UBICACION DE LUGAR DE TRABAJO	Bogotá
NIVEL DECISIÓN		BÁSICO		
OBJETIVO DEL CARGO				
Buscar oportunidades para garantizar el buen funcionamiento del negocio				
UBICACIÓN DEL CARGO EN EL ORGANIGRAMA				
				
COMPETENCIA				
DESCRIPCIÓN	REQUISITO	% DE INCIDENCIA		
EDUCACIÓN	Tecnólogo o profesional en cualquier carrera	20%		
EXPERIENCIA	GENERAL: Mínimo 4 años de experiencia. En ventas empresariales o en actividades dirigidas al sector	20%		
FORMACIÓN	Contabilidad Básica y Servicio al cliente, ofimática	10%		
HABILIDADES	Comunicación	10%		
	trabajo en equipo	10%		
	Autocontrol	15%		
	Servicio al cliente	15%		
TOTAL		100%		
FUNCIONES, RESPONSABILIDAD Y AUTORIDAD				
FUNCION	RESPONSABILIDAD	AUTORIDAD		
Desarrollo de Funciones directas del cargo	Conocer acertadamente los productos y servicios de la organización.	Aprobación		
	Asesorar de manera real y objetiva a los clientes y sus necesidades.	Aprobación		
	Proveer de contactos, negocios y relaciones empresariales.	Aprobación		
	Rinde periódicamente informes de gestión al Consejo Administrativo y ejecuta sus decisiones.	Aprobación		
	Ser el puente de comunicación con los diferentes clientes.	Aprobación		
Sistema de Gestion	Dar tratamiento a las Quejas y Sugerencias del área de operaciones, implementando acciones preventivas, correctivas o de mejora.	Selección e implementación de acciones preventivas y correctivas y notificación al		
	Revisar según temporalidad los indicadores asociados al cargo.	Análisis y reporte de		
	Diligenciar los formatos del sistema asociados al cargo.	Diligenciamiento de formatos		
	Apoyar en la actualización de documentos del proceso operaciones	Generación de		
	cumplir la Política Integral, los procedimientos y normas establecidas para cada una de las actividades relacionadas con las operaciones.	Desarrollar actividades que permitan el cumplimiento de las políticas y		
Medio Ambiente	Estar informada sobre cambios en la normatividad para la implementación de nuevos procedimientos al interior de la empresa.	Actualización y notificación		
	Participar activamente en las capacitaciones externas e internas de la organización.	Participación		
Salud Ocupacional	Cumplir las normas establecidas en medio ambiente identificando los aspectos e impactos y cumpliendo con los procedimientos e instructivos ambientales de las operaciones a su cargo.	Identificar aspectos e impactos derivados de las actividades de las		
	Hacer uso responsable de los recursos y participar e Implementar planes y programas ambientales desde su puesto de trabajo	Adoptar mecanismos que permitan la implementación de los programas en sus		
	Verificar que no existan condiciones inseguras, incidentes y accidentes de trabajo	Reportar condiciones y		
	Participar en la planeación y realización de simulacros para la atención de emergencias	Participar		
CONDICIONES DE TRABAJO				
ASPECTOS AMBIENTALES: consumo de recursos, papel, agua, electricidad.				
PELIGROS ASOCIADOS : Riesgo psicosocial.				
VALORACIONES MEDICAS OCUPACIONALES				
TIPO		REQUERIDO		
Examen Médico General		INGRESO- ANUAL- RETIRO		
NECESIDADES DE CAPACITACION				
TEMATICA		REQUERIDO	NO REQUERIDO	
MANEJO DEL ESTRÉS Y PAUSAS ACTIVAS		x		
SERVICIO AL CLIENTE		x		
ORDEN Y ASEO EN EL PUESTO DE TRABAJO Y HÁBITOS SALUDABLES		x		
INDICADORES DE DESEMPEÑO (OPERATIVOS/ADMINISTRATIVOS)				
INDICADOR DEL CARGO		Descripción		
RENOVACIONES		Renovar el 95 de los vencimientos		
QUEJAS Y RECLAMOS		No superior al 1% de quejas recibidas de los		
PROFUNDIZACIÓN		Ampliar el portafolio del productos que tiene		
REALIZO		APROBO		
Nombre:		Nombre:		
Cargo:		Cargo: Gerente General		
Firma:		Firma:		

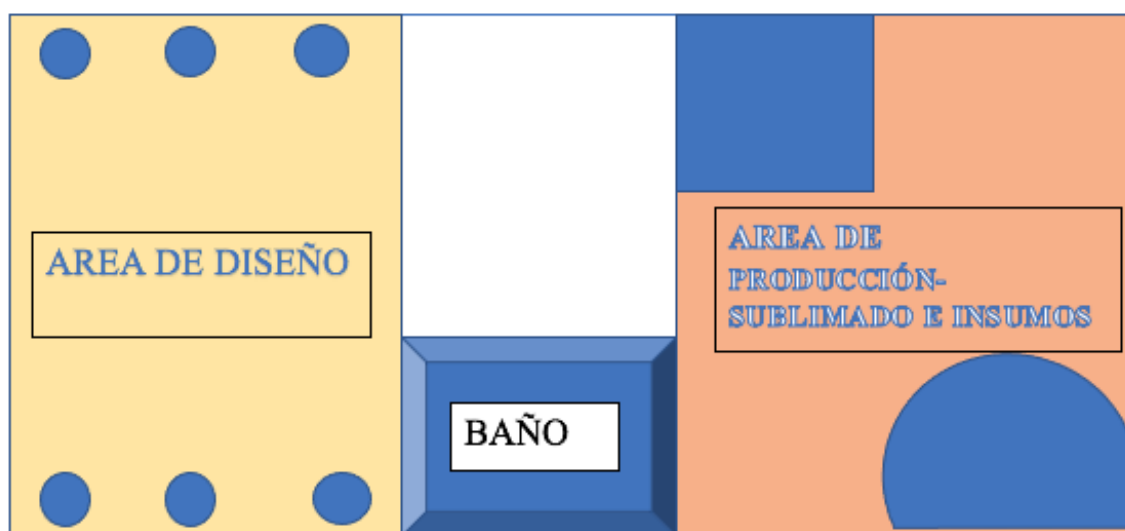
	LOGISTICA Y MENSAJERIA		Código:	4
			Versión:	1
			Fecha:	Mayo de 2022
TITULO DE CARGO		Auxiliar logístico y de mensajería	AREA	Operativa y logística
TITULO DE CARGO JEFE INMEDIATO		Gerente General		
CATEGORIA DEL AREA DE TRABAJO		Logística	UBICACION DE LUGAR DE TRABAJO	Bogotá
NIVEL DECISIÓN		BASICO		
OBJETIVO DEL CARGO				
Coordinar los despachos, asignar el transporte y distribuir la carga, Realizar seguimientos a las rutas de distribución, planificar la entregas analisis en los procesos de distribución				
UBICACIÓN DEL CARGO EN EL ORGANIGRAMA				
				
COMPETENCIA				
DESCRIPCIÓN	REQUISITO	% DE INCIDENCIA		
EDUCACION	Tecnico o tecnologo en carreras afines de logística y mensajería.	20%		
EXPERIENCIA	GENERAL: Sin experiencia, o en actividades dirigidas al sector	20%		
FORMACIÓN	Contabilidad Basica, ofimática y Servicio al cliente	10%		
HABILIDADES	Comunicación	10%		
	trabajo en equipo	10%		
	Autocontrol	15%		
	Servicio al cliente	15%		
TOTAL		100%		
FUNCIONES, RESPONSABILIDAD Y AUTORIDAD				
FUNCION	RESPONSABILIDAD	AUTORIDAD		
Desarrollo de Funciones directas del cargo	Control de entradas y salidas de los productos de la entidad	Aprobación		
	Realizar inventario fisico de las materias primas	Aprobación		
	Entrega a tiempo de la mercancia correspondiente al cliente	Aprobación		
	Control de inventario	Aprobación		
Sistema de Gestion	Diligenciar los formatos del sistema asociados al cargo	Diligenciamiento de formatos		
	Realizar y presentar el Informe de Gestión del proceso de operaciones	Evaluación proceso de		
	Analizar, proponer, desarrollar y ejecutar mejoras aplicables al área en cuanto a: organización y métodos, procedimientos y en la simplificación e integración de procesos con el fin de garantizar la optima gestión del área.	Análisis y formulación de propuestas de mejoramiento, Aprobar.		
	Apoyar en la actualización de documentos del proceso operaciones	Generación de		
	Verificar el cumplimiento la Política Integral, los procedimientos y normas establecidas para cada una de las actividades relacionadas con las operaciones.	Desarrollar actividades que permitan el cumplimiento de las políticas y procedimientos		
	Estar informada sobre cambios en la normatividad para la implementación de nuevos procedimientos al interior de la empresa.	Actualización y notificación		
	Participar activamente en las capacitaciones externas e internas de la organización.	Participación		
	Medio Ambiente	Cumplir las normas establecidas en medio ambiente identificando los aspectos e impactos y cumpliendo con los procedimientos e instructivos ambientales de las operaciones a su cargo. Hacer uso responsable de los recursos y participar e Implementar planes y programas ambientales desde su puesto de trabajo	Participación Adoptar mecanismos que permitan la implementación de los programas en sus actividades	
Salud Ocupacional	Participar en la planeación y realización de simulacros para la atención de emergencias	Participar		
CONDICIONES DE TRABAJO				
ASPECTOS AMBIENTALES: consumo de recursos, papel, agua, electricidad.				
PELIGROS ASOCIADOS : Riesgo psicosocial.				
VALORACIONES MEDICAS OCUPACIONALES				
TIPO		REQUERIDO		
Examen Médico General		INGRESO- ANUAL- RETIRO		
NECESIDADES DE CAPACITACION				
TEMATICA		REQUERIDO	NO REQUERIDO	
MANEJO DEL ESTRÉS Y PAUSAS ACTIVAS		x		
SERVICIO AL CLIENTE		x		
HÁBITOS SALUDABLES		x		
INDICADORES DE DESEMPEÑO (OPERATIVOS/ADMINISTRATIVOS)				
INDICADOR DEL CARGO		Descripción		
RENOVACIONES		Renovar el 95 de los vencimientos		
QUEJAS Y RECLAMOS		No superior al 1% de quejas recibidas de los		
PROFUNDICACIÓN		Ampliar el portafolio del productos que tiene		
REALIZÓ		APROBÓ		
Nombre:		Nombre:		
Cargo:		Cargo: Gerente General		
Firma:		Firma:		

	PRODUCCION Y DISEÑO GRAFICO		Código:	5
			Versión:	1
			Fecha:	Mayo de 2022
TITULO DE CARGO		Diseño y producción	AREA	Operativa y diseño
TITULO DE CARGO JEFE INMEDIATO		Gerente General		
CATEGORIA DEL AREA DE TRABAJO		Diseño	UBICACION DE LUGAR DE TRABAJO	Bogotá
NIVEL DECISIÓN		BAJO		
OBJETIVO DEL CARGO				
Realizar el diseño para los diferentes productos de la empresa, aplicando las técnicas requeridas al momento para satisfacer las necesidades del consumidor				
UBICACION DEL CARGO EN EL ORGANIGRAMA				
				
COMPETENCIA				
DESCRIPCIÓN	REQUISITO	% DE INCIDENCIA		
EDUCACIÓN	Profesional Universitario o tecnólogo en diseño gráfico	20%		
EXPERIENCIA	GENERAL: Mínimo 1 año en diseño ESPECÍFICA: Mínimo 15 años en seguros y Comercial	20%		
FORMACIÓN	Programas de diseño y Servicio al cliente	10%		
HABILIDADES	Comunicación	10%		
	trabajo en equipo	10%		
	Autocontrol	15%		
	Servicio al cliente	15%		
TOTAL		100%		
FUNCIONES, RESPONSABILIDAD Y AUTORIDAD				
FUNCION	RESPONSABILIDAD	AUTORIDAD		
Desarrollo de Funciones directas del cargo	Diseña ilustraciones, avisos, artículos y publicidad en general.	Aprobación		
	Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.	Aprobación		
	Lleva el registro del material producido.	Aprobación		
	Dibuja ilustraciones a tinta, óleo y otras técnicas plásticas	Aprobación		
	Revisa y corrige el material diseñado.	Aprobación		
	Revisa la documentación referente a los diseños y artículos de la empresa	Aprobación		
	Elabora bocetos y otras artes gráficas de su competencia.	Aprobación		
Sistema de Gestión	Identificar no conformidades durante el proceso de diseño	Selección de No		
	Dar tratamiento a las Quejas y Sugerencias del área de diseño, implementando acciones correctivas o de	Selección e implementación		
	Revisar según temporalidad los indicadores asociados al cargo.	Análisis y reporte de		
	Diligenciar los formatos del sistema asociados al cargo	Diligenciamiento de formatos		
	Realizar y presentar el Informe de Gestión del proceso de diseño	Evaluación proceso de		
	Analizar, proponer, desarrollar y ejecutar mejoras aplicables al área en cuanto a: organización y métodos,	Análisis y formulación de		
	Apoyar en la actualización de programas de diseño	Generación de documentación		
Medio Ambiente	Cumplir las normas establecidas en medio ambiente identificando los aspectos e impactos y cumpliendo con	Identificar aspectos e		
Salud Ocupacional	Hacer uso responsable de los recursos y participar e implementar planes y programas ambientales desde su	Adoptar mecanismos que		
	Verificar que no existan condiciones inseguras, incidentes y accidentes de trabajo	Reportar condiciones y		
	Vigilar el Cuidado y uso de la dotación y los Elementos de protección personal.	eventos, proponer y acatar		
CONDICIONES DE TRABAJO				
ASPECTOS AMBIENTALES: consumo de recursos, papel, agua, electricidad.				
PELIGROS ASOCIADOS : Riesgo psicosocial.				
VALORACIONES MEDICAS OCUPACIONALES				
TIPO		REQUERIDO		
Examen Médico General		INGRESO- ANUAL- RETIRO		
NECESIDADES DE CAPACITACION				
TEMATICA		REQUERIDO	NO REQUERIDO	
MANEJO DEL ESTRÉS Y PAUSAS ACTIVAS		x		
SERVICIO AL CLIENTE		x		
ORDEN Y ASEO EN EL PUESTO DE TRABAJO Y HÁBITOS SALUDABLES		x		
INDICADORES DE DESEMPEÑO (OPERATIVOS/ADMINISTRATIVOS)				
INDICADOR DEL CARGO		Descripción		
RENOVACIONES		Renovar el 95 de los vencimientos mensuales		
QUEJAS Y RECLAMOS		No superior al 1% de quejas recibidas de los		
PROFUNDIZACIÓN		Ampliar el portafolio del productos que tiene un		
REALIZÓ		APROBÓ		
Nombre:		Nombre:		
Cargo:		Cargo: Gerente General		
Firma:		Firma:		

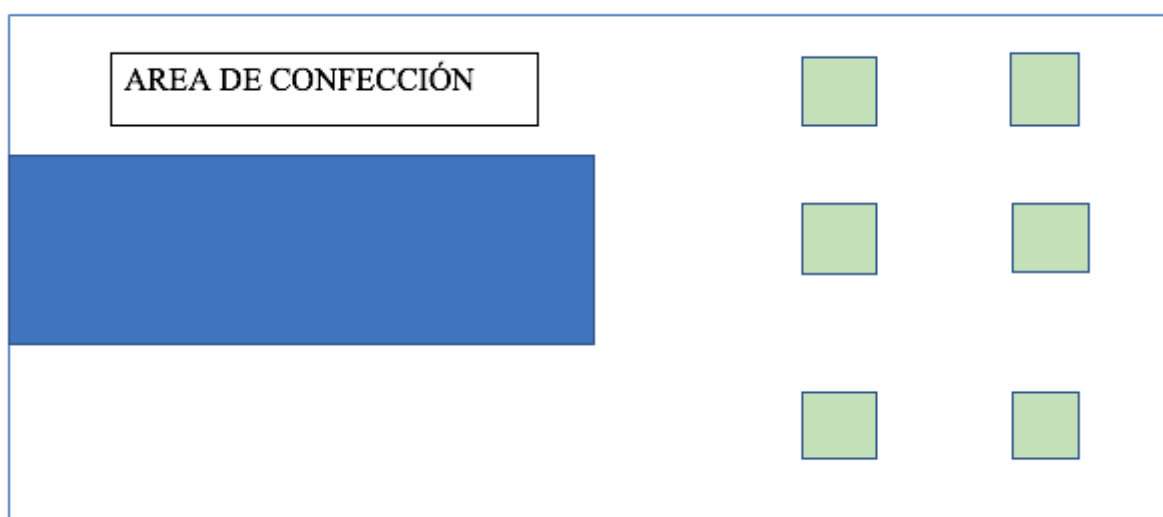
	AUXILIAR CONTABLE		Código:	6	
			Versión:	1	
			Fecha:	Mayo de 2022	
TÍTULO DE CARGO		Auxiliar contable	ÁREA		Administrativa
TÍTULO DE CARGO JEFE INMEDIATO		Gerente General			
CATEGORIA DEL AREA DE TRABAJO		Contable	UBICACIÓN DE LUGAR DE TRABAJO	Bogotá	
NIVEL DECISIÓN		BAJO			
OBJETIVO DEL CARGO					
Efectuar asientos de las diferentes cuentas, revisando, clasificando y registrando documentos, a fin de mantener actualizados los movimientos contables que se realizan en la empresa					
UBICACIÓN DEL CARGO EN EL ORGANIGRAMA					
					
COMPETENCIA					
DESCRIPCIÓN	REQUISITO	% DE INCIDENCIA			
EDUCACIÓN	Profesional Universitario o tecnólogo en contabilidad	20%			
EXPERIENCIA	GENERAL: Mínimo 2 años ESPECÍFICA: Mínimo 2 años	20%			
FORMACIÓN	Contabilidad Básica y Servicio al cliente	10%			
HABILIDADES	Comunicación	10%			
	trabajo en equipo	10%			
	Autocontrol	15%			
	Matemática	15%			
TOTAL					
100%					
FUNCIONES, RESPONSABILIDAD Y AUTORIDAD					
FUNCION	RESPONSABILIDAD	AUTORIDAD			
Desarrollo de Funciones directas del cargo	Recibe, examina, clasifica, codifica y efectúa el registro contable de documentos.	Aprobación			
	Revisa y compara lista de pagos, comprobantes, cheques y otros registros con las cuentas respectivas.	Aprobación			
	Archiva documentos contables para uso y control interno.	Aprobación			
	Elabora y verifica relaciones de gastos e ingresos.	Aprobación			
	Revisa y verifica planillas de retención de impuestos.	Aprobación			
	Recibe los ingresos, cheques nulos y órdenes de pago asignándole el número de comprobante.	Aprobación			
	Totaliza las cuentas de ingreso y egresos y emite un informe de los resultados.	Aprobación			
	Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.	Aprobación			
	Revisar según temporalidad los indicadores asociados al cargo.	Análisis y reporte de			
	Diligenciar los formatos del sistema asociados al cargo	Diligenciamiento de formatos			
	Realizar y presentar el Informe de Gestión del proceso de operaciones	Evaluación proceso de			
	Analizar, proponer, desarrollar y ejecutar mejoras aplicables al área en cuanto a: la contabilidad	Análisis y formulación de			
	Apoyar en la actualización de documentos del proceso operaciones	Generación de documentación			
	Verificar el cumplimiento la Política Integral, los procedimientos y normas establecidas para cada una de las	Desarrollar actividades que			
	Estar informada sobre cambios en la normatividad para la implementación de nuevos procedimientos al	Actualización y notificación			
Participar activamente en las capacitaciones externas e internas de la organización.	Participación				
Medio Ambiente	Cumplir las normas establecidas en medio ambiente identificando los aspectos e impactos y cumpliendo con	Identificar aspectos e impactos			
	Hacer uso responsable de los recursos y participar e Implementar planes y programas ambientales desde su	Adoptar mecanismos que			
Salud Ocupacional	Verificar que no existan condiciones inseguras, incidentes y accidentes de trabajo	Reportar condiciones y			
	Vigilar el Cuidado y uso de la dotación y los Elementos de protección personal suministrados por la	eventos, proponer y acatar			
	Apoyar identificar necesidades de capacitación en el personal que participa en la contabilidad	Aprobar las capacitaciones de			
CONDICIONES DE TRABAJO					
ASPECTOS AMBIENTALES: consumo de recursos, papel, agua, electricidad.					
PELIGROS ASOCIADOS : Riesgo psicosocial.					
VALORACIONES MEDICAS OCUPACIONALES					
TIPO			REQUERIDO		
Examen Médico General			INGRESO- ANUAL- RETIRO		
NECESIDADES DE CAPACITACION					
TEMATICA			REQUERIDO	NO REQUERIDO	
MANEJO DEL ESTRÉS Y PAUSAS ACTIVAS			x		
SERVICIO AL CLIENTE			x		
ORDEN Y ASEO EN EL PUESTO DE TRABAJO Y HÁBITOS SALUDABLES			x		
INDICADORES DE DESEMPEÑO (OPERATIVOS/ADMINISTRATIVOS)					
INDICADOR DEL CARGO			Descripción		
RENOVACIONES			Renovar el 95 de los vencimientos mensuales		
QUEJAS Y RECLAMOS			No superior al 1% de quejas recibidas de los		
PROFUNDIZACIÓN			Ampliar el portafolio del productos que tiene un		
REALIZO			APROBÓ		
Nombre:			Nombre:		
Cargo:			Cargo: Gerente General		
Firma:			Firma:		

5.5 Localización de la Planta o Actividad Economica

2do Piso.



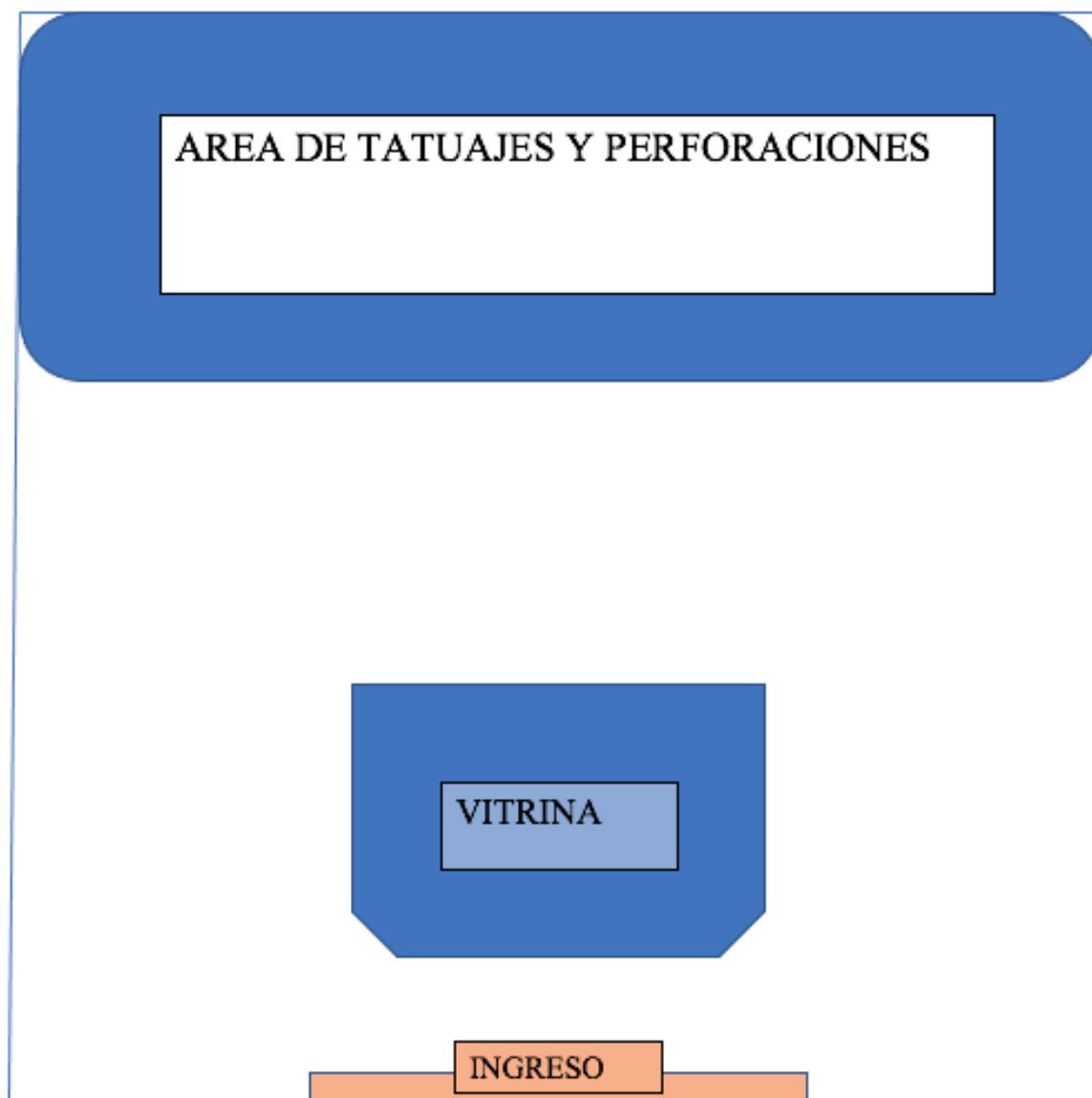
3er Piso.



Ubicación de fabrica

Dirección: Cra 53c bis #5b-26 – Barrio Galan



Local Comercial

Ubicación Local Comercial

Centro Comercial Milenio Plaza



5.6 Precisión de Inversiones y Gastos Iniciales

GASTOS DE PUESTA EN MARCHA:	Valores en \$		AÑO 1 \$
CAMARA DE COMERCIO	80000		80000
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	2000000		2000000
COMPRA DE MAQUINARIA	12249000		12249000
LOCAL (ARRIENDO)	600000		600000
ADECUACIONES	500000		500000
Total gastos puesta en marcha	15429000	Total gastos puesta	15429000

Capítulo IV

6. Aspectos legales y organizativos

6.1 Plan Económico Y Financiero

6.1.1. Gastos Preoperativos

GASTOS DE PUESTA EN MARCHA:	\$
Camara de Comercio	48000
RUT	17000
Total gastos puesta en marcha	65000

6.1.2. Gastos Generales

PARAFISCALES Y PRESTACIONES SOCIALES	TASA	TASA
Parafiscales	9,00%	9,00%
Cesantías	8,33%	8,33%
Intereses sobre Cesantías	1,00%	1,00%
Prima de Servicios	8,33%	8,33%
Vacaciones	4,17%	4,17%
Total	30,83%	30,83%

Producto No.1	Camisetas Con Diseño			
UNIDAD DE PRODUCCION	UNIDAD			
MATERIAS PRIMAS	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	CANTIDAD POR UNIDAD	TOTAL COSTO UNIT.
Camisetas con diseño	Paquetex12	18.000	1,00	18.000
SUBTOTAL		18.000	1,00	18.000
OTROS INSUMOS:				
Bolsas Plasticas	1k	5.000	1,00	5.000
SUBTOTAL		5.000	1,00	5.000
TOTAL		23.000	2,00	23.000

Producto No.2		Accesorios		
UNIDAD DE PRODUCCION				
MATERIAS PRIMAS	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	CANTIDAD POR UNIDAD	TOTAL COSTO UNIT.
Aretes	Paquete x12	8.000	1,00	8.000
Collares	Paquete x12	9.000	1,00	9.000
Anillos	Caja x12	9.000	1,00	9.000
Muñecos de Colección	Paquete x12	7.000	1,00	7.000
SUBTOTAL		33.000	4,00	33.000
OTROS INSUMOS:				
Bolsas Plasticas	1k	5.000	1,00	5.000
SUBTOTAL		5.000	1,00	5.000
TOTAL		38.000	5,00	38.000

Producto No.3		Buzos Sublimados		
UNIDAD DE PRODUCCION				
				TOTAL COSTO UNIT.
Algodón Perchado xColor	10 metros	15.000	1,00	15.000
Resorte	1k	27.000	1,00	27.000
Cordon	1 rollo	60.000	1,00	60.000
Terminales	Paquete x100	6.000	1,00	6.000
				108.000
Bolsas Plasticas	1k	14.000	1,00	14.000
Papel Sublimación	1 rollox100m	96.000		
SUBTOTAL		110.000	1,00	14.000
TOTAL		110.000	1,00	122.000

2- UNIDADES A PRODUCIR

PRODUCTO	UNIDADES AÑO 1	COSTO UNITARIO	COSTO TOT AÑO 1
Camisetas Con Diseño	4.800	23.000	110.400.000
Accesorios	4.800	38.000	182.400.000
Buzos Sublimados	4.800	122.000	585.600.000

Total	14.400	183.000	878.400.000

PERIODO	INCREMENTO ANUAL COSTOS %	BASE + INCREMENTO
Año 2	5%	105%
Año 3	5%	105%
Año 4	5%	105%
Año 5	5%	105%

OTROS COSTOS DE PRODUCCION		
CONCEPTO	MENSUAL \$	AÑO 1
Luz	100.000	1.200.000
Internet	28.000	336.000
Telefono	20.000	240.000
Agua	20.000	240.000
Publicidad		
Subtotal	168.000	2.016.000

GASTOS DE ADMINISTRACION		
CONCEPTO	MENSUAL \$	AÑO 1
Luz	50.000	600.000
Internet	10.000	120.000
Agua	10.000	120.000
Telefono	20.000	240.000
Publicidad		
Subtotal	90.000	1.080.000

GASTOS DE VENTAS		
CONCEPTO	MENSUAL \$	AÑO 1
Luz	50.000	600.000
Internet	12.000	144.000
Agua	10.000	120.000
Telefono	20.000	240.000
Publicidad	75.000	900.000
Subtotal	167.000	2.004.000

6.1.3. Inversiones Iniciales

ACTIVOS FIJOS (Discriminar)	CREDITO	PROVEEDORES	OTROS	RECURSOS PROPIOS	TOTAL REQUERIDO	VIDA UTIL (AÑOS)	DEPRECIACIO N AÑO 1
Terrenos							
Construcciones						2	
Total maquinaria y equipo:	6.300.000					10	
Computador	2.300.000	Lenovo					
Adobe	200.000	Adobe					
Sublimadora	1.700.000						
Maquina Plana	1.400.000	M&S					
Troqueladora	300.000						
Tableta Diseño	400.000	Lenovo					
Total muebles y enseres:	1.050.000					5	
Mesa resistente al calor	330.000						
Silla Costureria	220.000						
Mesa de confección	500.000						
Vehiculos:						1	
Total inversión fija	7.350.000					18	
Inversión Total	144.646.305				137.296.305	18	
Participación %	105,35%				100,00%		

6.1.4. Costos Directos

6.1.4.1. Plan Financiero

CAPITAL DE TRABAJO	CREDITO	PROVEEDORES	OTROS	RECURSOS PROPIOS	TOTAL
Inventario materia prima	73.200.000				73.200.000
Inventario productos en proces	37.008.783				37.008.783
Inventario productos terminado	24.672.522				24.672.522
Cartera					
Inversiones diferidas	65.000				65.000
Caja	2.350.000				2.350.000
Total capital de trabajo	137.296.305				137.296.305

6.1.4.2 Tesorería Previsional y Flujo De Caja

MESES	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL AÑO
VENTAS	91.500.000	54.900.000	54.900.000	91.500.000	128.100.000	91.500.000	91.500.000	54.900.000	54.900.000	91.500.000	128.100.000	164.700.000	1.098.000.000
COMPRAS M.P. E INSUMOS	73.200.000	43.920.000	43.920.000	73.200.000	102.480.000	73.200.000	73.200.000	43.920.000	43.920.000	73.200.000	102.480.000	131.760.000	878.400.000

CONCEPTO/MESES	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL AÑO
I. Ingresos Operativos													
1. Ventas de Contado	91.500.000	54.900.000	54.900.000	91.500.000	128.100.000	91.500.000	91.500.000	54.900.000	54.900.000	91.500.000	128.100.000	164.700.000	1.098.000.000
2. Ventas a Crédito													
3. Recuperación Cartera													
Total Ingresos Operativos	91.500.000	54.900.000	54.900.000	91.500.000	128.100.000	91.500.000	91.500.000	54.900.000	54.900.000	91.500.000	128.100.000	164.700.000	1.098.000.000
II. Gastos Operativos Fijos													
A. Fijos:													
1. Pagos Laborales:	1.500.000	1.635.000	1.635.000	1.635.000	1.635.000	2.384.700	1.635.000	1.635.000	1.635.000	1.635.000	1.635.000	3.135.300	21.735.000
2. Arrendamientos	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	1.800.000
3. Servicios	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	1.800.000
4. Mantenimiento													
5. Publicidad													
6. Transporte													
7. Otros	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000	900.000
8. Preoperativos	65.000												65.000
Subtotal	1.940.000	2.010.000	2.010.000	2.010.000	2.010.000	2.759.700	2.010.000	2.010.000	2.010.000	2.010.000	2.010.000	3.510.300	26.235.000
A. Variables													
1. Compra de Contado Materia Prima e Insumos	73.200.000	43.920.000	43.920.000	73.200.000	102.480.000	73.200.000	73.200.000	43.920.000	43.920.000	73.200.000	102.480.000	131.760.000	878.400.000
2. Compra a Crédito Materia Prima e Insumos													
2. Pago compras a crédito													
3. Compra Insumos para Inventarios													
4. Pago Proveedores Histórico													
5. Pago M.O. Y Gastos de Fabricación													
Subtotal	73.200.000	43.920.000	43.920.000	73.200.000	102.480.000	73.200.000	73.200.000	43.920.000	43.920.000	73.200.000	102.480.000	131.760.000	878.400.000
Total Gastos Operativos	75.140.000	45.930.000	45.930.000	75.210.000	104.490.000	75.959.700	75.210.000	45.930.000	45.930.000	75.210.000	104.490.000	135.270.300	904.700.000
Superavit / (deficit) Operativo	16.360.000	8.970.000	8.970.000	16.290.000	23.610.000	15.540.300	16.290.000	8.970.000	8.970.000	16.290.000	23.610.000	29.429.700	193.300.000
III. Inversiones Fijas													
1. Terrenos													
2. Edificaciones													
3. Maquinaria y Equipo													
4. Muebles y Enseres													
5. Vehículos													
Subtotal													
IV. Recursos Obtenidos													
1. Préstamo Línea Emprendimiento	137.296.305												
2. Recursos Propios													
Subtotal	137.296.305												
V. Amortización Pasivos Financieros													
1. Cuotas de Capital Crédito Propuesto	4.970.410	5.030.055	5.090.415	5.151.500	5.213.318	5.275.878	5.339.189	5.403.259	5.468.098	5.533.715	5.600.120	5.667.321	63.743.279
2. Intereses Crédito Propuesto	1.647.556	1.587.911	1.527.550	1.466.465	1.404.647	1.342.087	1.278.777	1.214.706	1.149.867	1.084.250	1.017.846	950.644	15.672.307
3. Ley Migyme													
4. Comisión Fondo Nacional de Garantías													
Subtotal	6.617.965	6.617.965	6.617.965	6.617.965	6.617.965	6.617.965	6.617.965	6.617.965	6.617.965	6.617.965	6.617.965	6.617.965	79.415.585
Superavit / (deficit) Financiero	147.038.340	2.352.035	2.352.035	9.672.035	16.992.035	8.922.335	9.672.035	2.352.035	2.352.035	9.672.035	16.992.035	22.811.735	251.180.720
VI. Pago de Impuestos													
IVA Cobrado													
IVA Pagado													
Imporrenta													
Subtotal													
SUPERAVIT / DEFICIT DE CAJA	147.038.340	2.352.035	2.352.035	9.672.035	16.992.035	8.922.335	9.672.035	2.352.035	2.352.035	9.672.035	16.992.035	22.811.735	251.180.720
		147.038.340	149.390.375	151.742.409	161.414.444	178.406.478	187.328.813	197.000.847	199.352.882	201.704.916	211.376.951	228.368.986	2.013.125.440
CAJA FINAL	147.038.340	149.390.375	151.742.409	161.414.444	178.406.478	187.328.813	197.000.847	199.352.882	201.704.916	211.376.951	228.368.986	251.180.720	2.264.306.160

6.1.4.3. P&G Previsional

CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	1.098.000.000	1.159.707.600	1.224.883.167	1.293.721.601	1.366.428.755
Costo Materia Prima	878.400.000	922.320.000	968.436.000	1.016.857.800	1.067.700.690
Depreciaciones					
Costos Indirectos de Fabricación	2.016.000	2.116.800	2.222.640	2.333.772	2.450.461
Mano de Obra	7.794.798	8.106.590	8.430.854	8.768.088	9.118.811
TOTAL COSTO DE VENTAS	888.210.798	932.543.390	979.089.494	1.027.959.660	1.079.269.962
UTILIDAD BRUTA	209.789.202	227.164.210	245.793.674	265.761.941	287.158.793
Salarios de Administración					
Gastos de Administración	1.080.000	1.134.000	1.190.700	1.250.235	1.312.747
Salarios de Ventas	15.589.596	16.213.180	16.861.707	17.536.175	18.237.622
Gastos de Ventas	2.004.000	2.104.200	2.209.410	2.319.881	2.435.875
Amortización del Diferido	13.000	13.000	13.000	13.000	13.000
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	18.686.596	19.464.380	20.274.817	21.119.291	21.999.244
UTILIDAD OPERACIONAL	191.102.606	207.699.830	225.518.857	244.642.651	265.159.550
Intereses Crédito	16.511.306	6.176.404			
Otros Intereses					
Ley Mipyme					
Comisión FNG					
TOTAL GASTOS NO OPERACIONALES	16.511.306	6.176.404			
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	174.591.300	201.523.426	225.518.857	244.642.651	265.159.550
Impuesto de Renta					
UTILIDAD NETA	174.591.300	201.523.426	225.518.857	244.642.651	265.159.550

6.1.4.4 Factibilidad Financiera

Teniendo en cuenta las proyecciones y el análisis realizado, se puede concluir que debido a las ventas que proyecta Via Arteria, el proyecto sigue siendo viable, se sabe que no genera en grandes cantidades pero si genera rentabilidad positiva

Finalmente, el TIR y el VAN son positivos, de forma justa para que siga creciendo de una forma moderada.

6.1.4.5 Criterios de Evaluación TIR VAN

Indicadores	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Liquidez	4,0	279,8	300,2	314,9	326,6
Período Promedio de Cobro (días)					
Rotación de Inventarios - M.P. (días)	30	30	30	30	30
Rotación de Inventarios - P.P. (días)	15	15	15	15	15
Rotación de Inventarios - P.T. (días)	10	10	10	10	10
Rotación de Proveedores (días)					
Capacidad de pago (veces)	15	45			
Endeudamiento (%)	24,94%	0,36%	0,33%	0,32%	0,31%
Rentabilidad Bruta (%)	22,39%	22,86%	23,32%	23,77%	24,23%
Rentabilidad Operacional (%)	21,03%	21,51%	21,99%	22,47%	22,94%
Rentabilidad Neta (%)	19,67%	21,03%	21,99%	22,47%	22,94%
Margen de Contribución (%)	23,08%	23,53%	23,98%	24,42%	24,87%
Otra información financiera					
VAN	221.964.893				
TIR	32,6%				
Punto de Equilibrio en ventas (\$)	1.040.587.626				

6.1.4.6 Analisis de Sensibilidad

Aporto a la cultura rockera o anime para que adquieran los prodcutos que les gustan, con un precio justo y un producto de calidad

6.1.4.7. Consideraciones Sobre el Impacto Ambiental

Se esta trabajando en realizar bolsas biodegradables o bolsas que se puedan seguir usando para reducir el uso de plastico.

6.1.4.8 Introducción al mapa de riesgos

- Robo
- Incendio
- Alza de precios
- Recesion
- Bajas ventas

6.1.4.9 Solicitud de Crédito para Creadores de Empresa

La empresa al día de hoy no ha considerado necesario una solicitud de credito, pero en caso tal no se descartaria la posibilidad de dicho proceso.

6.2 Definición Forma Jurídica De La Empresa

6.2.1. Factores Para Determinar Tipo de Persona Jurídica

La empresa se encuentra establecida como persona natural y cuenta con RUT y demás papeles, lo único importante es tenerlos al día para no tener problemas

6.2.2. Estímulos, subvenciones, apoyos a la creación de empresa y el empleo régimen fiscal y reglamentación de la actividad

La ley 2069 de 2020, es una ley que cuenta con 25 intervenciones de las cuales se destaca la disminución las tarifas de registro de microempresas, se aumenta la participación en procesos de contratación, selección y promoción de la competitividad respecto a grandes empresas.

6.2.3. Criterios para establecer el marco legal

Via Arteria estará pendiente de que el RUT se encuentra actualizado para que la empresa sea legal

6.2.4. Promotores, socios e inversionistas

Via Arteria aún no cuenta con la necesidad de un socio, aunque no se cierra la posibilidad de tenerla

6.2.5. Formación Del Capital

Teniendo más o menos una del capital cuesta alrededor de 100 millones, con todos los implementos y lo que tiene al día de hoy la empresa

6.2.6. Riesgo Patrimonial

Las redes sociales necesitan de una inversión mensual o anual, si esto no se genera las páginas de la empresa no se hacen visibles y no genera nada bueno.

Con respecto a las prendas que se compran y las telas para fabricación se corre con el riesgo de inflación y que los sean bastante exagerados

6.2.7. Estrategias de Crecimiento

La publicidad y el movimiento de redes sociales le genera más reconocimiento de la empresa y eso le ayuda con el crecimiento, con el crecimiento que se vea en redes se modifican o se disminuyen dependiendo la necesidad de la empresa

6.2.8. Procedimiento para la legalización

6.2.8.1. Requisitos y Documentos

CC Cámara de Comercio de Bogotá

CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ
SEDE CENTRO

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN: 1193184276285F

6 DE ABRIL DE 2019 HORA 10:02:48

0119318427 PÁGINA: 1 DE 1

ESTE CERTIFICADO FUE GENERADO ELECTRÓNICAMENTE Y CUENTA CON UN CÓDIGO DE VERIFICACIÓN QUE LE PERMITE SER VALIDADO SOLO UNA VEZ, INGRESANDO A WWW.CCB.ORG.CO

RECUERDE QUE ESTE CERTIFICADO LO PUEDE ADQUIRIR DESDE SU CASA U OFICINA DE FORMA FÁCIL, RÁPIDA Y SEGURA EN WWW.CCB.ORG.CO

PARA SU SEGURIDAD DEBE VERIFICAR LA VALIDEZ Y AUTENTICIDAD DE ESTE CERTIFICADO SIN COSTO ALGUNO DE FORMA FÁCIL, RÁPIDA Y SEGURA EN WWW.CCB.ORG.CO/CERTIFICADOSELECTRONICOS/

CERTIFICADO DE MATRICULA DE PERSONA NATURAL
LA CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ, CON FUNDAMENTO EN LAS MATRICULAS E INSCRIPCIONES DEL REGISTRO MERCANTIL

CERTIFICA:

NOMBRE : GOMEZ RODRIGUEZ PLINTIO HERNANDO
C.C. : 19097195
N.I.T. : 19097195-3

MATRICULA NO : 00165980 DEL 12 DE FEBRERO DE 1982

CERTIFICA:

DIRECCION DE NOTIFICACION JUDICIAL : CR 33 A NO. 35-34 SUR IN 26 MUNICIPIO : BOGOTÁ D.C.
EMAIL NOTIFICACION JUDICIAL : HERNANDOGOMEZRODRIGUEZ1950@OUTLOOK.ES
DIRECCION COMERCIAL : CR 33 A NO. 35-34 SUR IN 26 MUNICIPIO : BOGOTÁ D.C.
EMAIL COMERCIAL: HERNANDOGOMEZRODRIGUEZ1950@OUTLOOK.ES

CERTIFICA:

RENOVACION DE LA MATRICULA : 6 DE ABRIL DE 2019
ULTIMO AÑO RENOVADO: 2019
ACTIVO TOTAL REPORTADO: \$1,200,000

CERTIFICA:

ACTIVIDAD ECONOMICA : 5619 OTROS TIPOS DE EXPENDIO DE COMIDAS PREPARADAS N.C.P.. 1410 CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR, EXCEPTO PRENDAS DE PIEL.

CERTIFICA:

LA INFORMACION ANTERIOR HA SIDO TOMADA DIRECTAMENTE DEL FORMULARIO DE MATRICULA DILIGENCIADO POR EL COMERCIANTE.

Constancia del Plazo Presencial Trujillo

DE CONFORMIDAD CON LO ESTABLECIDO EN EL CODIGO DE PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO Y DE LO CONTENCIOSO Y DE LA LEY 962 DE 2005, LOS ACTOS ADMINISTRATIVOS DE REGISTRO AQUI CERTIFICADOS QUEDAN EN FIRME DIEZ

1410 Confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel

Esta clase incluye:

- La confección de prendas de vestir. Los materiales pueden ser de todo tipo (excepto pieles finas a excepción de las utilizadas para fabricar sombreros y gorros) como telas, telas no tejidas, telas plastificadas, tejidos elásticos, encajes, cuero natural o artificial, materiales trenzables, entre otros. Estos materiales pueden estar bañados, impregnados o encauchados. En principio, el material se corta en piezas que luego se empalman mediante costura.
- Se incluyen tanto las labores ordinarias de producción, como aquellas realizadas por contrata.
- La confección de prendas de vestir sobre medidas y/o en serie.
- La confección de prendas de vestir de cuero o cuero regenerado, incluido el cuero utilizado para la confección de accesorios de trabajo industriales, tales como los protectores de cuero para soldar.
- La confección de ropa de trabajo.
- La confección de otras prendas de vestir y artículos en tejido de punto y ganchillo, cuando son fabricados con telas o hilados, de telas no tejidas, entre otros, para mujeres hombres y niños: abrigos, trajes, conjuntos, chaquetas, pantalones, faldas, entre otros.
- La confección de ropa interior y ropa de dormir de telas tejidas, de punto y ganchillo, de encaje, entre otros, para hombres, mujeres y niños: camisas, camisetas, calzones, calzoncillos, pijamas, camisones, batas, blusas, combinaciones, sujetadores, entre otros.
- La confección de ropa de bebé.
- Las sudaderas, vestidos de baño, trajes para practicar deporte, trajes para esquiar, entre otros.
- La fabricación de sombreros y gorros, incluso de piel.

Cerrar y Continuar

Busqueda por palabra clave

Digite la palabra clave:

6.2.8.2 De Las Personas

Vía Arteria busca personas que tengan conocimiento de la moda rockera y anime, que tenga creatividad y sea proactiva.

Teniendo en cuenta las ventas, que genere conexión con el cliente y así lograr fidelizarlos

6.2.8.3 De Los Contenidos

Programas para facturar permiten la seguridad en el local comercial y llevar las cuentas claras de este mismo, Adobe Photoshop para generar los diseños y que sean diseños únicos de la empresa y maquinaria de buena calidad para obtener los resultados pensados en la prenda.

CAPÍTULO V

7. Promoción Financiación y Operación

7.1. Recursos Financieros

7.1.1 Recursos Propios vs Inversionistas, socios y asociados

Vía Arteria cuenta con asociados que es una persona que adquiere nuestros productos al por mayor.

7.1.2 Créditos y Préstamos: Apalacamiento Financiero

Vía Arteria no necesitará ningún préstamo y no cuenta con ninguna deuda al día de hoy

7.1.3 Fuentes de Subvenciones ayudas y fondos concursales

7.1.4 Identificación de Fuentes de Cooperación

El fondo emprender de SENA pretende apoyar proyectos productivos que integren los conocimientos adquiridos por los emprendedores en sus procesos de formación con el desarrollo de nuevas empresas. Poniendo a disposición de los beneficiarios los recursos necesarios en la puesta en marcha de las nuevas unidades productivas.

7.2. Plan Preoperativo – Puesta en marcha de la empresa

7.2.1 Cronograma de actividades

Actividad	Fecha de inicio	Duraciones	Fecha final
Planteamiento de la idea de negocio	09/02/2022	1 Semana	17/02/2022
Diseño de logo	18/02/2022	2 Dias	19/02/2022
Perfil de cliente	20/02/2022	2 Meses	09/04/2022
Estudio de mercado	09/02/2022	2 Meses	09/04/2022
Muestra y Encuesta de mercado	25/05/2022	1 Mes	26/06/2022
Estudio de la competencia	25/05/2022	1 Mes	26/06/2002
Estrategia de comercialización	01/06/2022	2 Meses	01/08/2022
Normas tecnicas, tributarias y legales	01/07/2022	1 Mes	01/08/2022

Presupuesto de compra, venta y nomina	01/09/2022	2 Semanas	16/09/2002
Presupuesto gastos, inversión y financiación	17/09/2022	1 Semana	24/09/2022
Lienzo CANVAS	01/10/2022	1 Dia	02/10/2022
Entrega final y sustentación	18/10/2022	1 Dia	18/10/2022

7.2.2. Recursos Fisicos, Humanos, Técnicos y Financieros Iniciales

Actualización Formato RUES	\$5.800
Adobe	\$200.000
Personal Ventas	\$600.000

7.2.3. Lienzo CANVAS


MODELO DE NEGOCIO CANVAS

NOMBRE DEL PROYECTO

Via Arteria

INSERTE EN ESTE CUADRO SU LOGOTIPO Y DESPUES CAMBIE EL FONDO AMARILLO POR BLANCO

ALIANZAS CLAVES  PROVEEDORES: 1 - LAFAYETTE 2 - MLS MAQUINAS 3 - ROCK DREAMS 4 - ONI ANIMESTORE 5 - 6 - 7 - Porque son necesarias para garantizar una buena calidad del producto, que sea competente y logre satisfacer la necesidad del consumidor	ACTIVIDADES CLAVES  Nuestro producto o servicio consiste en: Trazo, Diseño, Sublimación, Confección, Observación Exclusividad, Falta de reconocimiento, Variedad de productos, Sobrecarga Laboral Camara de Comercio de Bogotá Rockgota, Alternativas en repertorio, tiendas físicas y presupuestos, logrando una fidelización con el cliente	PROPUESTA DE VALOR  Empresa productora y comercializadora de prendas de vestir referentes a bandas de rock y accesorios, satisfaciendo el gusto del publico con prendas de buena calidad y con las ultimas tendencias VALOR AGREGADO costos, calidad y cercanía con el cliente	RELACIÓN CON CLIENTES  PUBLICIDAD Facebook, Instagram PROMOCIONES Despues de cierta cantidad de prendas, se manejaría precio al por mayor o una disminución en el precio final FORMA DE PAGO Para mayor facilidad tarjetas de credito, nequi y daviplata	SEGMENTO DE CLIENTES  GEOGRÁFICOS País Colombia Ciudad Bogotá Localidad Kennedy Barrios Patio Bonito Tamaño 369162 Población Urbana Clima Frio DEMOGRÁFICOS Ingresos SMMLV Edad Entre 18 y 50 años Género Masculino - Femenino Clase Social U,II,III Escolaridad n.a Ocupación n.a PSICOGRAFICOS Gustos y Preferencias del Cliente Amante a las bandas de rock o al anime CONDUCTUALES Beneficios Los clientes buscan ahorro, calidad, conveniencia, puntualidad Deseados Frecuencia de Uso una o dos veces al año Etapa de Preparación n.a Actitud hacia el producto Buena porque quedan satisfechos
INSTITUCIONES: 1 - Camara de Comercio de Bogotá 2 - Institución que brinda asesorías para la puesta en marcha	RECURSOS CLAVES  MAQUINARIA Y EQUIPO 1 - Maquina Plana 6 - 2 - Maquina Sublimadora 7 - 3 - Maquina troqueladora de botones 8 - 4 - Computador 9 - 5 - Tableta para diseño grafico 10 - MUEBLES Y ENSERES 1 - Mesa plegable e resistente al calor 4 - 2 - Silla para costureria 5 - 3 - Mesa de corte para confección 6 - LICENCIAS Y PROGRAMAS 1 - Adobe Photoshop 3 - 2 - 4 - RECURSO HUMANO 1 - Vendedor 3 - 2 - Diseñador 4 - 3 - Operario 6 -	MOTIVACIONES DE COMPRA facilidad de acceso, variedad VALORES CORPORATIVOS - Calidad - Responsabilidad - Variedad - Innovación - Emocional	CANALES  voz a voz, redes sociales 0 Nuestra empresa se ubica en el barrio San Rafael, Localidad Puente Aranda, Cra 53c bis #5b-26 Nuestro local comercial se encuentra ubicado en el centro comercial milenio plaza Av. Ciudad de Cali No. 42B - 51 Sur	
ENTIDADES FINANCIERAS (BANCOS) O DE FINANCIAMIENTO (OTRAS INSTITUCIONES): 1 - Fondo Emprender 2 - Brinda apoyo economico importante para la puesta en marcha de proyectos nuevos				

ESTRUCTURA DE COSTOS  - TOTAL INVERSION CAPITAL DE TRABAJO: \$ 0 - TOTAL GASTOS FIJOS: \$ 733.000 - TOTAL COSTOS VARIABLES: \$ 163.000 - PRECIO DE VENTA: \$ 0 - MARGEN DE CONTRIBUCIÓN: -\$163.000 - PUNTO DE EQUILIBRIO: 4 UNIDADES	INGRESOS  SON RECIBIDOS PRINCIPALMENTE POR 0 <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;">CONCEPTO</th> <th style="text-align: right;">MES 1</th> <th style="text-align: right;">MES 2</th> <th style="text-align: right;">MES 3</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. UNIDADES A VENDER</td> <td style="text-align: right;">\$ 0</td> <td style="text-align: right;">\$ 0</td> <td style="text-align: right;">\$ 0</td> </tr> <tr> <td>2. INGRESOS VENTAS</td> <td style="text-align: right;">\$ 0</td> <td style="text-align: right;">\$ 0</td> <td style="text-align: right;">\$ 0</td> </tr> <tr> <td>3. (+) GASTOS FIJOS</td> <td style="text-align: right;">\$ 733.000</td> <td style="text-align: right;">\$ 733.000</td> <td style="text-align: right;">\$ 733.000</td> </tr> <tr> <td>4. (-) COSTOS VARIABLES</td> <td style="text-align: right;">\$ 0</td> <td style="text-align: right;">\$ 0</td> <td style="text-align: right;">\$ 0</td> </tr> <tr> <td>5. (+) UTILIDAD</td> <td style="text-align: right;">-\$ 733.000</td> <td style="text-align: right;">-\$ 733.000</td> <td style="text-align: right;">-\$ 733.000</td> </tr> </tbody> </table>	CONCEPTO	MES 1	MES 2	MES 3	1. UNIDADES A VENDER	\$ 0	\$ 0	\$ 0	2. INGRESOS VENTAS	\$ 0	\$ 0	\$ 0	3. (+) GASTOS FIJOS	\$ 733.000	\$ 733.000	\$ 733.000	4. (-) COSTOS VARIABLES	\$ 0	\$ 0	\$ 0	5. (+) UTILIDAD	-\$ 733.000	-\$ 733.000	-\$ 733.000
CONCEPTO	MES 1	MES 2	MES 3																						
1. UNIDADES A VENDER	\$ 0	\$ 0	\$ 0																						
2. INGRESOS VENTAS	\$ 0	\$ 0	\$ 0																						
3. (+) GASTOS FIJOS	\$ 733.000	\$ 733.000	\$ 733.000																						
4. (-) COSTOS VARIABLES	\$ 0	\$ 0	\$ 0																						
5. (+) UTILIDAD	-\$ 733.000	-\$ 733.000	-\$ 733.000																						

Conclusiones

La realización de este plan de negocio sirve como guía para una futura apertura de otro establecimiento y se piensa que será un poco más fácil, no solo porque ya es un negocio que se encuentra establecido, sino porque se logrará el objetivo general mencionado anteriormente.

El desarrollo de este proyecto ayudó a encontrar las debilidades y fortalezas que necesita este nuevo establecimiento, logrando así un nuevo campo para nuevas consideraciones, con la finalidad de que se pueda desarrollar el negocio de la forma más apropiada y eficiente posible.

Se busca que tan factible era este plan de negocio, teniendo en cuenta que se debe enfatizar más en los sistemas administrativos y tal vez un poco más del operativo.

Referencias bibliográficas

(S.F). *Localidad de Kennedy*. Bogota.gov.co <https://bogota.gov.co/mi-ciudad/localidades/kennedy>

(S.F).Rockgota. Rockgota. <https://www.rockgota.com/>
<https://www.suin-juriscal.gov.co/viewDocument.asp?id=1681955>

(SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO). 1950 de 2009.
Reglamento de confecciones.

https://www.cccucuta.org.co/uploads_descarga/desc_efc26a6e0dff71e93d3514a7a819c33e.pdf

