

**PROYECTO EMPRESARIAL**

**INTEGRANTES:**

**LEIDY ANGELICA GARCIA AMAYA**

**ALEJANDRO PEREZ YAFI**

**ERWIN ANDRES LAVERDE JIMENEZ**

**DOCENTE**

**NESTOR GERARDO ECHAVARRIA SALAMANCA**

**CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN**

**OCTUBRE 15 DE 2018**

**PROYECTO EMPRESARIAL**

**INTEGRANTES:**

**LEIDY ANGELICA GARCIA AMAYA**

**ALEJANDRO PEREZ YAFI**

**ERWIN ANDRES LAVERDE JIMENEZ**

**DOCENTE**

**NESTOR GERARDO ECHAVARRIA SALAMANCA**

**CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN**

**OCTUBRE 15 DE 2018**

Nota de aceptación

---

---

---

---

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

Bogotá, 15 de Octubre del 2018

A nuestros padres y profesores  
por su acompañamiento en nuestra  
formación e incondicional apoyo.

## **AGRADECIMIENTOS**

Queremos agradecer:

A Dios padre por permitirnos y darnos el entendimiento y la sabiduría para desarrollar el presente proyecto.

A nuestros padres y familiares dedicados e interesados en nuestra educación y cumplimiento de propósitos a futuro.

A la institución educativa por permitirnos formarnos académicamente, en valores y desarrollar competencias como el logro de nuestras metas.

A los docentes por el apoyo y consejos en el recorrido del desarrollo y cumplimiento del proyecto formativo.

A el instructor por su gran acompañamiento en nuestra formación, enseñanzas, y por la inmensa comprensión.

A mis compañeros por la información, ayudas, y consejos que nos dieron contribuyendo a la estructura y construcción del proyecto.

## CONTENIDO

<b>1. INTRODUCCIÓN</b>	1
<b>2. FASE II: PRESENTACIÓN DE PRELIMINARES DE IDEAS DE NEGOCIO</b>	2
<b>2.1. Propuesta u objeto social</b>	2
<b>2.1.1. Descripción de la propuesta de proyecto.</b>	2
<b>2.2. Alcance</b>	2
<b>2.3. Justificación del proyecto</b>	3
<b>2.4. Objetivos de la propuesta</b>	4
<b>2.4.1. Objetivo general.</b>	4
<b>2.4.2. Objetivos específicos.</b>	4
<b>2.5. Bases teóricas</b>	4
<b>2.5.1. Marco teórico.</b>	4
<b>2.6. Sector económico al que pertenece el proyecto</b>	12
<b>2.7. Análisis del entorno</b>	12
<b>2.8. FODA del entorno</b>	12
<b>2.9. Logo</b>	14
<b>2.10. Slogan</b>	14
<b>2.11. Localización (dirección social).</b>	15
<b>2.12. Cronograma de actividades</b>	15
<b>3. FASE III: DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO DEL PLAN DE NEGOCIO</b>	16
<b>A) DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO</b>	16
<b>3.1. Misión</b>	16
<b>3.2. Visión</b>	16
<b>3.5. Valores y principios</b>	16
<b>3.5.1. Disciplina.</b>	16
<b>3.5.2. Respeto.</b>	16
<b>3.5.3. Honestidad.</b>	17
<b>3.5.4. Libertad.</b>	17
<b>3.5.5. Lealtad.</b>	17
<b>3.6. Estructura organizacional</b>	17
<b>3.7. Direccionamiento legal</b>	18

3.7.1. Ley 1014 de 2006 – Emprendimiento.	18
3.7.2. Ley 1780 de 2016 – Ley nuevos Emprendedores.	19
3.7.3. Ley 36 de 1986 – Artesano.	21
3.7.4. Documentos legales.	21
<b>B) ESTUDIO Y ANÁLISIS DE MERCADOS</b>	21
<b>3.8. Estudio de factibilidad</b>	21
3.8.1. Encuesta.	22
3.8.2. Tabulación.	24
3.8.3. Graficación.	27
3.8.4. Análisis.	30
<b>3.9. Análisis de mercado</b>	31
3.9.1. Competencia.	31
3.9.2. Oferta.	32
3.9.3. Demanda.	32
<b>C) PLAN DE MERCADO</b>	34
<b>3.10. Plan de mercadeo</b>	34
3.10.1. Estrategias de producto.	34
3.10.2. Estrategias de precio.	35
3.10.3. Estrategias de promoción y publicidad.	36
3.10.4. Estrategias de distribución.	37
3.10.5. Estrategias de servicio al cliente.	37
<b>3.11. Portafolio de Productos</b>	38
<b>4. FASE IV: ESTUDIO TÉCNICO, ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO</b>	43
<b>A) TÉCNICO</b>	43
<b>4.1. Fichas técnicas</b>	43
4.1.1. Ficha técnica – Llaveró Porcelanigrón.	43
4.1.2. Ficha técnica – Llaveró country.	44
<b>4.2. Plano</b>	44
<b>B) ADMINISTRATIVO</b>	45
<b>4.3. Manual de funciones</b>	45
<b>4.4. Manual de procedimiento de producción</b>	51
<b>4.5. Reglamento interno de trabajo</b>	55

4.6. Reglamento de higiene y seguridad industrial	55
<b>C) FINANCIERO</b>	55
4.7. Flujo de caja.	55
4.7.1. Proyección de Ventas.	56
4.7.2. Presupuesto.	56
4.8. Balances	56
4.8.1. Balance Inicial.	56
4.8.2. Balance general.	57
4.9. Libros	57
4.9.1. Libros Auxiliares.	57
4.9.2. Libros de Diario.	57
4.9.3. Libro Mayor y Balance.	57
4.9.4. Comprobante de Diario.	57
4.10. Costos	57
4.10.1. Costos de Ventas.	57
4.10.2. Precio de Ventas.	58
4.10.3. Estado de Resultados.	58
4.10.4. Punto de Equilibrio.	58
<b>5. FASE V: ANÁLISIS DE RIESGOS, RESPONSABILIDAD AMBIENTAL Y SOCIAL</b>	
60	
<b>A) RIESGOS</b>	60
5.1. Análisis de riesgos	60
5.1.1. Matriz de riesgos – administrativo.	60
5.1.2. Matriz de riesgos – producción.	61
<b>B) RESPONSABILIDAD AMBIENTAL</b>	62
5.2. Políticas de manejo ambiental	62
5.3. Producción verde – cultura del reciclaje	62
5.4. Recomendaciones	62
<b>C) RESPONSABILIDAD SOCIAL</b>	63
5.5. Cultura de paz	63
5.6. Autosostenibilidad	63
<b>6. BIBLOGRAFÍA</b>	65
<b>7. ANEXOS</b>	67



<b>7.1. Documentos legales</b>	67
<b>7.2. Reglamentos</b>	67
<b>7.3. Estados Financieros</b>	67
<b>7.3.1. Balances.</b>	67
<b>7.3.2. Libros.</b>	68
<b>7.3.3. Estados de Resultados.</b>	68
<b>7.3.4. Flujo de Caja, Proyección de Ventas, Presupuesto, Punto de Equilibrio.</b>	68

## LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Masa porcelanigrón	7
Ilustración 2. Herramientas porcelanigrón	9
Ilustración 3. Figuras contry	10
Ilustración 4. Muñeca 2 Country	12
Ilustración 5. Muñeca 1 Contry	12
Ilustración 6. Logo	16
Ilustración 7. Organigrama	19
Ilustración 8. Pregunta N° 1 Encuesta.	29
Ilustración 9. Pregunta N° 2 Encuesta.	29
Ilustración 10. Pregunta N° 3 Encuesta.	30
Ilustración 11. Pregunta N° 5 Encuesta.	30
Ilustración 12. Pregunta N° 6 Encuesta.	31
Ilustración 13. Pregunta N° 7 Encuesta.	31
Ilustración 14. Pregunta N° 8 Encuesta.	32
Ilustración 15. Primer llavero hecho por la empresa	40
Ilustración 16. Llavero country letra	41
Ilustración 17. Llavero country escudo	41
Ilustración 18. Mariposas porcelanigrón	42
Ilustración 19. Llaveros Emojis porcelanigrón	42
Ilustración 20. Llaveros animales porcelanigrón	43
Ilustración 21. Llaveros muñecas porcelanigrón	43
Ilustración 22. Llaveros superhéroes porcelanigrón.	43
Ilustración 23. Llavero cabeza s. porcelanigrón	44
Ilustración 24. Plano local	48
Ilustración 25. Flujograma producción	57
Ilustración 26. Balance Inicial	60
Ilustración 27. Punto de Equilibrio	62

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Lluvia de ideas de negocio	3
Tabla 2. FODA del entorno	15
Tabla 3. Cronograma de Actividades	17
Tabla 4. Pregunta N° 1 Encuesta	26
Tabla 5. Pregunta N° 2 Encuesta	27
Tabla 6. Pregunta N° 3 Encuesta	27
Tabla 7. Pregunta N° 4 Encuesta	27
Tabla 8. Pregunta N° 5 Encuesta	28
Tabla 9. Pregunta N° 6 Encuesta	28
Tabla 10. Pregunta N° 7 Encuesta	28
Tabla 11. Pregunta N° 8 Encuesta	28
Tabla 12. Competencia: Directa e Indirecta	34
Tabla 13. Ficha técnica llavero porcelanocrón	46
Tabla 14. Ficha técnica llavero contry	47
Tabla 15. Manual de funciones de Dir. de Calidad	49
Tabla 16. Manual de funciones de Gerente	50
Tabla 17. Manual de Funciones de Dir. de Mercadeo	51
Tabla 18. Manual de funciones de Dir. Financiero	52
Tabla 19. Manual de funciones de Tesorero	53
Tabla 20. Manual de funciones de Dir. de RH	54
Tabla 21. Responsable-Actividad Producción	56
Tabla 22. Flujo de Caja	59
Tabla 23. Costos por producto	61
Tabla 24. Precia de venta productos	61
Tabla 25. Base Punto de Equilibrio	62
Tabla 26. Matriz de Riesgos Administrativo	64
Tabla 27. Matriz de Riesgo Producción	65

### 1. INTRODUCCIÓN

Desde el principio de la media nos han inculcado el emprendimiento en el currículo, encaminado a la creación de microempresas innovadoras, creativas, sostenibles y responsables, poder exponer esto en la participación de las ferias empresariales realizadas por la institución educativa de 2018. Ya en la técnica, la etapa para demostrar el desarrollo de

organizaciones salidas e impactantes está apoyada por la institución y su continuo acompañamiento.

Durante estos dos últimos años se ha desarrollado el proyecto para la creación, funcionamiento y producción de la empresa la cual no ha sido fácil de sobrellevar ya que implica bastantes sacrificios, todo esto con el fin de un crecimiento personal y colectivo que refuerza la capacidad de trabajar en equipo pero siempre resaltando las capacidades individuales, como base la honestidad y el trabajo duro que esto junto con la disciplina son vitales para el avance del proyecto, con empeño y esfuerzo todo es posible y este proyecto es la prueba de ello, allí se expone el trabajo a lo largo de los años que si bien no han sido fáciles, ha sido satisfactorio para cada uno de los miembros de la compañía, desde la constitución hasta la planeación estratégica, los estados financieros y cada pequeño detalle refleja los artesanos.

## **2. FASE II: PRESENTACIÓN DE PRELIMINARES DE IDEAS DE NEGOCIO**

### **2. Título o nombre del proyecto**

Los Artesanos

## **2.1. Propuesta u objeto social**

La empresa Los Artesanos se dedicada a la fabricación y venta de llaveros de porcelanigrón y country.

### **2.1.1. Descripción de la propuesta de proyecto.**

La producción de productos fabricados a base de porcelanigrón y madera tipo country lleva varias etapas en cada uno de las clases de materiales.

Para el contry se compra como reciclaje la madera, se la traza las siluetas de los llaveros, según su forma, y se manda cortar. En seguida se le realizan surcos con el pirograbador o se le da una capa en diseño de pintura, se le coloca la argolla y se laca.

En el caso de los llaveros de porcelanigrón fría se tiñe o consiguen las masas, se porcionan según el tamaño y diseño del llavero que se producirá. Se moldea la masa al diseño y se le inserta la cadena con la argolla y se debe dejar de secar un tiempo respectivamente con su grosor.

En los dos tipos de materia prima que se utilizan, en el paso a paso se van corrigiendo imperfecciones para obtener un producto de excelente calidad.

## **2.2. Alcance**

Para la producción de creativos e innovadores llaveros de porcelanigrón y/o contry, es necesario materiales de buena calidad y excelente trabajo en el proceso de fabricación, además de la realización de un control de imperfecciones; y así obtener finalmente un accesorio de alta calidad. Asimismo, para dar a conocer el producto, se emplea publicidad en los medios de comunicación masivos actuales, como las redes sociales; contribuyendo al acaparamiento del mercado decorativo y consiguiendo variedad de clientes. La atención al cliente tiene como

bases fundamentales la comunicación, la persuasión y la cortesía; estando asegurada la completa satisfacción de los clientes.

### **2.3. Justificación del proyecto**

En muchos casos, somos víctimas de un problema que a simple vista parece ilógico, pero tiene más importancia de lo que creemos, la pérdida de llaves debido a su tamaño o diseño, es una situación que enfrentamos día a día y esto es una prueba de que hay que prestar atención a los pequeños detalles y cuidarlos. Pero ¿cómo evitar la pérdida de nuestras llaves?, la empresa Los Artesanos creó la solución a tal problemática, la cual es un llavero ligero, con diseño de mediano tamaño, con temáticas actuales como caracteres de redes sociales, personajes de películas y series en tendencia, siendo dos materiales utilizados para su elaboración; el country, tipo de madera resistente, y porcelanicrón, innovadora materia prima para su fabricación, además que el accesorio sea fácil de llevar en todo momento, una solución simple sin dejar de ser efectiva a un problema común que no deja de ser molesto.

Gracias a las características de los llaveros se puede incursionar en el mercado de la decoración y productos cotidianos. Al mismo tiempo en el proceso de fabricación del accesorio es necesario personal para ello, por lo tanto, la organización contribuye a la disminución del desempleo al demandar trabajadores que viven en zona cercana. Para disminuir la contaminación del planeta, la compañía obtiene la materia prima reciclada de aquellos lugares donde trabajan country, habiendo sobrantes que para ellos no son útiles, pero se aprovechan disminuyendo el impacto ambiental.

## **2.4. Objetivos de la propuesta**

### **2.4.1. Objetivo general.**

Elaborar y comercializar llaveros en country y porcelana fría de alta calidad a toda la comunidad.

### **2.4.2. Objetivos específicos.**

- Ofrecer variedad de productos llamativos de alta calidad.
- Innovar constantemente los diseños teniendo en cuenta las preferencias, gustos y modas actuales que los clientes demandan.
- Realizar constantemente control de calidad a cada producto para identificar los defectos y plantear las mejoras respectivas, consiguiendo así preferencia en la calidad de los productos.
- Desarrollar publicidad por medios de comunicación masivos, redes sociales, carteles, folletos, radio, para adquirir mayor reconocimiento en la provincia.
- Atender de manera amable y respetuosa a los clientes con el uso de las normas de cortesía para brindar un excelente servicio al cliente.

## **2.5. Bases teóricas**

### **2.5.1. Marco teórico.**

A continuación, se encontrará información que directamente relacionada con la empresa Los Artesanos como las técnicas que utilizamos, definición y explicación de algunos materiales.

**Porcelanicrón:** Esta técnica también es llamada porcelana fría, la pasta con la que se trabaja esta manualidad se prepara a base de pega vinílica y maicena. Esta masa puede ser moldeada fácilmente y tiene unas técnicas particulares para su tratamiento; es muy utilizada,

para hacer adornos decorativos. Este material debe ser conservado en una funda de plástico de manera hermética.

( Escuela de arte y ceramica de Medellín, 2017)



### **Herramientas de trabajo:**

- **Duya:** De la forma de una jeringa pero más gruesa y con una rejilla en la punta (en vez de aguja) por donde sale la pasta. Estas rejillas o discos vienen en diferentes modelos: círculo, cuadro, triángulo, etc. Depende del modelo de ésta (son intercambiables en la punta de la duya), así saldrá modelada la pasta. Se utiliza para elaborar: bucles para los muñequitos (cabello), pasto, tiras para hacer moños, etc.
- **Carretilla o cortador de Pizza:** Se utiliza para hacer cortes en la pasta una vez extendida ésta. (cortes rectos, circulares, ondulados, curvados)
- **Cortadores:** Una vez extendida la pasta se colocan sobre ella, se presionan ligeramente y sacamos piezas como: pétalos, hojas, animales, insectos, etc. Son de metal y su uso es para cortar figuras precisas y rápidamente.



- **Rodillo:** Con este instrumento se extiende la pasta (o se hace alguna figura plana). Úntelo ligeramente con crema grasosa antes de comenzar a trabajar, de lo contrario la pasta se fragmentará quedando adherida al rodillo
- **Acocadores:** Son de madera. Metal, plástico o resina y se utilizan para ahuecar la pasta y darle forma a: pétalos, centro de flores, sombreros, canastas, etc.
- **Tijeras:** Se recomiendan tijeras pequeñas (tamaño de las de manicure) y medianas.
- **Palito de naranjo:** Son palitos de madera con punta (se les puede sacar con un cúter) y sirven para ahuecar, extender, adelgazar o bien ondular cualquier figura. No olvide untar constantemente crema en la punta al estar trabajando con él
- **Palillos de madera:** Se utilizan para unir piezas como: cabezas de muñecos, cuerpo con piernas, brazos, etc. Además son muy útiles para marcar la pasta (como formar barbitas de bufandas, dobleces de pantalón y mangas, etc.)
- **Marcadores:** Son de yeso y sirven para marcar las nervaduras de las hojas
- **Pinturas al óleo, acrílicas, vegetales, etc.:** Indispensables para dar color a la pasta. Hay una amplia gama de colores
- **Pintura acrílica:** Es el complemento del óleo ya que con esta se pintan los detalles de las figura terminada: ojos, pecas, mejillas, pestañas, etc. Así como la base en donde se colocará. Para esto último también puede usar la patina para repujado.
- **Pinceles:** Sirven para decorar las figuras así como las bases (de madera) donde se colocará.
- **Alambres:** Pueden ser galvanizados o forrados. Se utilizan para dar soporte a figuras realizadas, para tallos de algunas frutas o simplemente para dejar secar piezas sobre un ladrillo de foam

- **Ladrillo de anime, o lámina de icopor:** Sobre este se clavan las piezas que vamos a dejar secar
- **Pegamento blanco:** Sirve para unir las piezas
- **Crema grasosa para manos:** Indispensable para que la pasta no se quede adherida en las manos y la herramienta si tienes las manos frías. Además de que hace más manejable. Debe ser usada con moderación.
- **Trapo húmedo:** Para retirar excesos de crema o simplemente para limpiar las manos y la herramienta.
- **Lámina de Foami:** Sirve para trabajar sobre un área específica y la pasta no se ensucie.
- **Mateadores o marcadores de figuras:** Sirve para grabar diferentes diseños sobre la pasta
- **Pinzas:** Para cortar alambre

(Carito, s.f.)



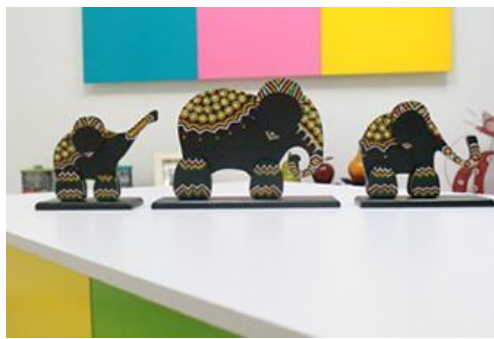
*Ilustración 2. Herramientas porcelanición*

**Técnicas de porcelanición**, recomendadas por (Benavente, 2011)

- Conservación: - Es recomendable que la pasta que se desea conservar sea guardada en bolsas de polietileno o envases herméticos dentro del refrigerador.
- Coloración:
  - La porcelana fría se puede colorear con anilina vegetal que es un excelente colorante.
  - El colorante se debe agregar mientras la masa está caliente.
  - Antes de moldear la masa hay que tener en cuenta cuantos colores se usarán ya que se han de separar porciones para cada color.
  - Al secar el color oscurece y no hay que exceder de colorante o la cerámica se agrietará cuando se seque.
  - Manipulación: Para logra una pasta más flexible y elástica se puede agregar una cucharada de glicerina mientras se sigue amasando.

A demás también podemos encontrar otros tips dados por (Almacenes El Botón, 2018):

**Country:** o también Contry, Es el conjunto de técnicas que consiguen transformar la madera cruda en hermosas piezas decorativas, se hacen estilos libres, se utilizan colores vivos y la variedad de temas hace que el resultado sean objetos decorativos y funcionales.



**Características:**

- Todo es elaborado a mano.
- Los colores que se trabajan tienden a ser opacos y son envejecidos con muchos detalles como flores pequeñas, corazones, pájaros y toda clase de animales campestres (gallinas, vacas, caballos, ovejas y conejos, entre otros)
- En muñequería se refleja bien la indumentaria de la comunidad en la que se basa: mucha tela, vestidos con enaguas hasta media pierna, delantales, abrigos y zapatos de bota.
- Los espacios que son decorados con objetos de arte country adquieren una calidez especial. Cenefas, papeleras, lámparas, cuadros y una cantidad de objetos más pueden hacerse con el mismo diseño.
- Para crear arte country hay que tener un espíritu noble y romántico y manifestarlo en cada proyecto.
- El trabajo manual en arte country permite diseñar una variedad de hermosos objetos decorativos para cada espacio del hogar.
- La calidez de la pintura, de los proyectos con telas y de los demás acabados les dan un toque especial y siempre vigente.
- Las piezas de madera se ajustan favorablemente a esta técnica con resultados sorprendentes como decoraciones completas de cuartos, originales ambientes en baños y cocinas, así como los espectaculares efectos que se adaptan a los espacios rústicos y campestres.
- Lo más importante es darle vuelo a la imaginación y combinar todos los elementos disponibles sin caer en lo clásico, sino tratar de darle vida a nuestros trabajos para que cada uno sea especial y único.



*Ilustración 5. Muñeca 1 Contry*

### **Técnicas de country:**

- El esponjado: esta técnica se basa principalmente en aplicar pintura fresca a una esponja y se aplica con toques delicados y suaves sobre los lugares que se desea utilizar esta técnica.
- Los puntos: en esta técnica se aplica pintura en el cabo de un delgado pincel se coloca éste en forma vertical, con un solo toque, levantando con cuidado y dejar secar, para cada punto siguiente.
- El salpicado: Para crear la apariencia de salpicado se realiza con un cepillo de dientes con cerdas suaves, se carga con pintura y con la uña de adelante hacia atrás se barre la pintura con una distancia determinada de la base para no crear manchas. Debemos cubrir o tapar las áreas donde nos queremos este acabado, para evitar manchones.

- El sombreado: esta técnica es utilizada con pintura fresca y un pincel de forma angular. Se mete el pincel en el agua, se retira el exceso de agua, cargar la pintura en la punta más saliente y desplazar despacio de izquierda a derecha. El sombreado se debe utilizar sobre las líneas que delimitan las diferentes áreas o cambio de color.
- -Lapiceros: Se recomienda utilizar esferos especiales para country para que al aplicar la laca no se corran los colores, se utiliza generalmente para hacer imitaciones de hilo de la costura, facilitar las líneas continuas y algunas ocasiones también se utilizan para realizar ojos, bocas, narices.
- Escocés: Se pintan rayas gruesas y delgadas con el pincel liners de colores fuertes que resalten para dar una apariencia de que los personajes están utilizando ropa de estilo escocés.

Existen diferentes técnicas que se usan en este tipo de arte, aunque las más usadas y observadas son estas técnicas.

En la actualidad se ha ido perfeccionando o evolucionando este arte, al utilizar telas de cuadros, rayas, estampados con colores vivos y mezclándolos con accesorios más elaborados, los trabajos hechos con la Técnica del Arte Country, adquieren una calidez especial, al tener el toque perfecto entre lo rústico y lo moderno, combinando colores y dándole vida a la madera y a las telas.

(Tipos de Arte, 2014)

**Un llavero** es un artículo que sirve para llevar una o varias llaves. Normalmente, se compone de un aro metálico unido por una cadena con algún elemento meramente decorativo o distintivo, o con alguna utilidad más práctica, como abretapas o pequeñas linternas. Aparte de su función principal de acoger una o varias llaves, puede desempeñar las de objeto de

regalo, reclamo publicitario, herramienta de trabajo o complemento de vestir; pero la más importante es su función práctica de hacer más fácil la localización y el transporte de unos pequeños objetos con la importancia de las llaves. (Wikipedia.org, 2017)

### **Empresas de porcelanición**

- Industria colombiana de porcelana fría Ltda. (Liquidada)
- Buller Ltda. (Cali)

Actualmente funcionando con el objeto de vender los materiales para la elaboración de piezas de porcelana fría, masa, tintes, pegantes, alta calidad, sus productos son catalogados como no tóxicos ni dañinos para el medio ambiente.

### **Empresas country**

- Artesol Colombia

Empresa que se dedica a la elaboración de decoraciones artísticas y su venta sobre madera country.

## **2.6. Sector económico al que pertenece el proyecto**

Los Artesanos pertenece al sector económico artesanal (secundario), ya que se elabora llaveros manualmente donde se requiere poca de ayuda de maquinaria, pero en especial se utiliza la creatividad y mano de obra.

## **2.7. Análisis del entorno**

La empresa se desarrolla en La Ciudad de Bogotá, Colombia, la empresa se ubica en la Calle 4C 53c 57 bodega 8 Conjunto Los Pinos, barrio Galán; en el barrio se encuentran empresas que son competencia como son Variedades Samuel y tiendas que venden variedades.

## 2.8. FODA del entorno

<p><b>ANÁLISIS DOFA</b> <b>LOS ARTEZANOS</b></p>	<p><b>O: OPORTUNIDADES</b></p> <p>a) Contar con excelentes accionistas que brinden apoyo a la organización</p> <p>b) Aprovechamiento de la ubicación del establecimiento como empresa única de la venta de productos en porcelanacrón y country.</p> <p>c) Tener gran diversidad de proveedores que suministren y garanticen materiales de calidad.</p>	<p><b>A: AMENAZAS</b></p> <p>a) Desequilibrio financiero a causa de aumentos de impuestos, modificaciones fiscales.</p> <p>b) Desprestigio por competencia desleal.</p> <p>c) Disminución de ventas ocasionado por paros o huelgas</p>
<p><b>F: FORTALEZAS</b></p> <p>a) Tener una buena imagen corporativa</p> <p>b) Poseer una buena distribución en la mano de obra calificada con perfil solicitado por estándares</p> <p>c) Mantener buenas relaciones interpersonales entre los miembros de la organización.</p>	<p><b>ESTRATEGIA F.O. (Ataque)</b> <b>F(b)O(b)</b></p> <p>Aprovechar al máximo la excelente mano de obra y realizar impactante publicidad fuera del establecimiento y en cercanías.</p>	<p><b>ESTRATEGIA FA (Defensiva)</b> <b>F(a)A(b)</b></p> <p>Fortificar la imagen corporativa, modificar publicidad más atractiva, integrantes empresa bien vestidos y comportamiento.</p>
<p><b>D: DÉBILIDADES</b></p> <p>a) Falta del cumplimiento y aplicación de normas de seguridad en el trabajo</p> <p>b) No contar con la suficiente publicidad para dar a conocer la empresa</p> <p>c) Falta de buen planeamiento del presupuesto para la empresa.</p> <p>d) Falta de compromiso y dedicación en la elaboración de buen número de productos terminados para la venta.</p>	<p><b>ESTRATEGIA DO: (Refuerzo y mejora)</b> <b>D(b)O(b)</b></p> <p>Revivir, innovar y mejorar la publicidad fuera y cerca del establecimiento aprovechando la ubicación y la poca competencia cercana.</p>	<p><b>ESTRATEGIA DA (Retirada)</b> <b>D(b)A(b)</b></p> <p>Muy importante realizar y reforzar bastante la publicidad, medio de conocimiento hacia los clientes.</p>

*Tabla 2. FODA del entorno*



## 2.9. Logo



*Ilustración 6. Logo*

La imagen que personifica a la empresa Los Artesanos se tomó de (Pinterest, s.f.) Y representa creatividad, candidez y alegría; brindando al cliente al momento de adquirir cualquier producto seguridad, confianza, satisfacción y calidez, por lo tanto, este icono ensambla todo lo que constituye a la organización

Este modelo fue tomado de un personaje animado, atribuyendo de este modo la inclusión de un todo un público, conforme a sus gustos.

## 2.10. Slogan

“Con nuestras manos creamos productos y con nuestras mentes el futuro” es el lema de Los Artesanos.

Simboliza la capacidad manufacturera del ser humano, el arte con las manos y, cómo trasfondo, la capacidad de idear pasos próximos, el futuro haciendo lo que le agrada a las manos, para lo que somos buenos y hábiles, se trabaja con las manos y se planea con la mente, pero su combinación produce sin duda una certeza y una seguridad increíble a nivel laboral y en una mayor perspectiva, en el proyecto de vida.

### 2.11. Localización (dirección social).

La empresa Los Artesanos. lleva a cabo la realización de sus actividades en la ciudad de Bogotá en la Calle 4c No. 53c-57 casa 8 barrio galán propiedad de familiar de uno de los miembros del proyecto.

### 2.12. Cronograma de actividades

	ACTIVIDAD	FE												NO											
		MR	AB	MY	JN	JL	AG	SE	OC	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	
1	Identificación de Idea		27																						
2	Elaboración del proyecto según formato de institución					13																			
3	Ejecución de la idea de negocio						3																		
4	Participación feria empresarial								5																
5	Sustentación del proyecto formativo										9														
6	Adecuación del proyecto escrito al nuevo formato											19													
7	Fase 1												16												
8	Fase 2													6											
9	Fase 3														25										
10	Fase 4																			21					
11	Fase 5																			28					
12	Participación feria empresarial																						4		
13	Visita del proyecto												18												
14	Entrega del proyecto																					24			
15	Sustentación del proyecto productivo																						27		

Tabla 3. Cronograma de Actividades

### **3. FASE III: DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO DEL PLAN DE NEGOCIO**

#### **A) DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO**

##### **3.1. Misión**

La empresa Los Artesanos se dedica a la fabricación y comercialización de productos realizados en porcelanocrón y country con el fin de proveer a la comunidad de Bogotá artículos versátiles de decoración de alta calidad que contribuyan a satisfacer las necesidades de los clientes.

##### **3.2. Visión**

A 2020 la empresa Los Artesanos se establecerá en el mercado y será reconocida en municipios aledaños a Bogotá.

##### **3.5. Valores y principios**

Los valores que identifican y guiarán la empresa son:

###### **3.5.1. Disciplina.**

Se tiene como objetivo cumplir con toda serie de obligaciones y deberes oportunamente contraídos respecto su cargo y además labores que impulse y coadyuven a la empresa a lograr su objetivo.

###### **3.5.2. Respeto.**

Se fundamenta en valorar a toda persona sin importar su condición, diferencia o especialidad, para así entender las distintas necesidades y poder cubrirlas. Asimismo, inculcando el cuidado ambiental y el debido respeto de los demás seres vivos.

### 3.5.3. Honestidad.

Se busca poner en práctica normas y conductas que lleven a actuar de manera correcta, es decir, de acuerdo con la verdad en toda clase de actividades o situaciones, y aprender así mismo aprender a reconocer los errores y las consecuencias que contraen las acciones.

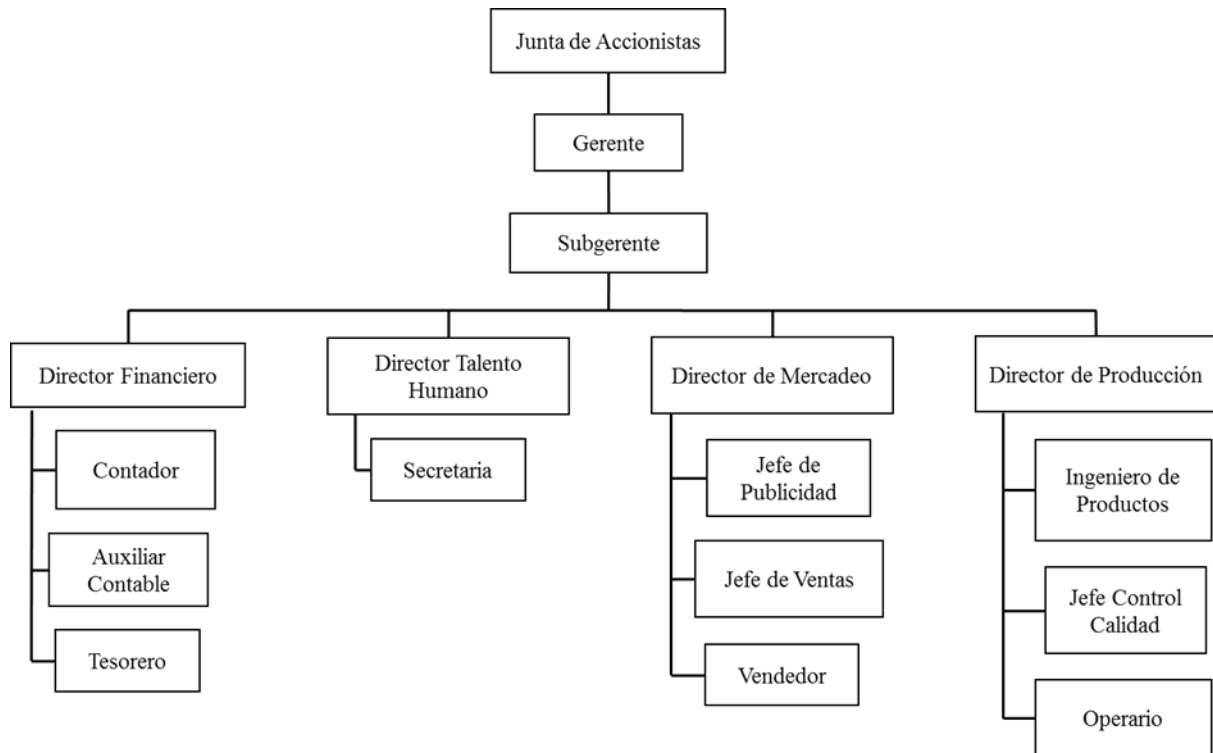
### 3.5.4. Libertad.

Para la creación de los productos es bastante bueno la creatividad e imaginación, por lo que no se limitará los diseños de los llaveros, contribuyendo a innovaciones constante y naturalidad en ellos.

### 3.5.5. Lealtad.

La fidelidad de los empleados hacia la compañía hace que se establezcan lazos de confianza, consiguiendo reciprocidad y excelentes relaciones entre jefes y trabajadores.

## 3.6. Estructura organizacional



### **3.7. Direccionamiento legal**

#### **3.7.1. Ley 1014 de 2006 – Emprendimiento.**

En Colombia existe una ley nacional que busca fomentar la cultura del emprendimiento. Está identificada como la ley 1014 de 2006, pretende promover el espíritu emprendedor entre los estudiantes y hacer de ellos personas capacitadas para innovar y generar bienes servicios dirigidos a formar competencias empresariales. La Ley del Emprendimiento se rige por varios principios de formación integral del ser humano: fortalecimiento de procesos de trabajo asociativo, reconocimiento de responsabilidades y apoyo a procesos de emprendimiento sostenibles desde lo social, cultural, ambiental y regional.

¿Qué pretende la Ley?

- Promover el espíritu emprendedor.
- Fomentar y desarrollar cultura emprendedora.
- Que el país tenga emprendedores con planes de negocio exitosos.
- Crear un vínculo entre el sistema educativo y el emprendimiento.
- Crear nuevas empresas.
- Promover la innovación.
- Fortalecer las empresas y unidades productivas existentes.

¿A qué se compromete el Estado?

- Promover y garantizar el vínculo entre el sistema educativo y el emprendimiento.
- Destinar recursos públicos a través del Ministerio de Comercio para apoyar las redes de emprendimiento.
- Buscar acuerdos con entidades financieras que apoyen a los nuevos empresarios.
- Generar condiciones para que en las regiones surjan fondos de inversionistas ángeles.

- Establecer fondos de capital semilla y de capital de riesgo para apoyar nuevas empresas.

¿Qué son las redes de emprendimiento?

La Ley 1014 establece la creación de redes de emprendimiento que direccionen políticas de fomento a la cultura emprendedora. Para este fin existe la Red Nacional del Emprendimiento, la cual es coordinada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. La Red está conformada por 15 representantes de instituciones públicas y privadas, tal es el caso de ministerios, SENA, Colciencias, Fenalco y Acopi. Así mismo, acoge a jóvenes empresarios y representantes de fundaciones que apoyan y promueven la cultura. (GIRON, s.f.)

### **3.7.2. Ley 1780 de 2016 – Ley nuevos Emprendedores.**

Esta ley busca que se generen incentivos para la contratación de jóvenes entre 18 y 28 años, al mismo tiempo, se promocióne la creación de empresas por los mismos. Por medio de esta ley se promueve el empleo, el emprendimiento juvenil, se generan medidas para superar barreras de acceso al mercado de trabajo y se dictan otras disposiciones.

Beneficios:

- Exención del pago en la matrícula mercantil y su renovación para el primer año.  
Importante: Si en el momento de la renovación no es presentada la documentación exigida para la conservación de los beneficios, se exigirá el pago del valor de la renovación de la matrícula mercantil, bajo el entendido que no se acreditaron las condiciones para la conservación del beneficio.
- Recibirá beneficios en los aportes a las cajas de compensación familiar para los empleadores que vinculen laboralmente jóvenes entre los 18 y 28 años, bajo las condiciones que serán establecidas por el Gobierno Nacional.

#### Requisitos:

- No tener más de 50 trabajadores.
- No tener como activos totales más de 5.000 Salarios Mínimos Mensuales Legales Vigentes (SMMLV).
- Renovar la matrícula mercantil antes del 31 de marzo de cada año.
- No estar incurso en ninguno de los presupuestos mencionados en el artículo 48 de la Ley 1429 de 2010 ni en los mencionados en el artículo 2.2.2.41.5.9 del Decreto 639 de 2017. Es decir, aquellas empresas constituidas con posterioridad a la entrada en vigencia de esta Ley en las cuales el objeto social, la nómina, el o los establecimientos de comercio, el domicilio, los intangibles o los activos que conformen su unidad de explotación económica, sean los mismos de una empresa disuelta, liquidada, escindida o inactiva con posterioridad a la entrada en vigencia de la presente ley
- Si es persona natural debe tener entre 18 y 35 años.
- Si es persona jurídica el capital debe tener participación de uno o varios jóvenes entre 18 y 35 años, que representen como mínimo la mitad más uno de las cuotas, acciones o participaciones en que se divide el capital.
- De conformidad con el Decreto 639 de 2017, si cumple con los anteriores requisitos, debe adicionar a la solicitud de matrícula mercantil los siguientes documentos:
- Fotocopia del documento de identificación de la persona natural o de los socios o accionistas, si se trata de una sociedad.
- Declaración suscrita en la que conste la titularidad de la mitad más uno de las cuotas, acciones o participaciones en que se divide el capital de la sociedad o empresa, según sea el caso.

- Relación de trabajadores vinculados directamente con la empresa si los tuviere, indicando el nombre e identificación de los mismos.

(Camara de Comercio de Bogotá, s.f.)

### **3.7.3. Ley 36 de 1986 – Artesano.**

El decreto define como artesano a la persona que ejerce una actividad profesional creativa en entorno a un oficio concreto a un nivel ponderadamente manual y conforme a sus habilidades técnicas y artísticas, dentro de un proceso de producción sus conocimientos.

### **3.7.4. Documentos legales.**

Los siguientes documentos se encuentran sus respectivos archivos anexos:

- RUT (Registro Único Tributario)
- Certificado de Bomberos
- RIT
- CIU - Clasificación de Actividades Económicas
- Homonimia
- Acta de Constitución
- Escritura pública
- Certificado de existencia y representación legal

(Anexo 7.1.)

## **B) ESTUDIO Y ANÁLISIS DE MERCADOS**

### **3.8. Estudio de factibilidad**

Para la realización de la encuesta acerca de los productos que ofrece la organización se tuvo en cuenta:



- **Universo:** Personas de la Ciudad de Bogotá de todas las edades, ya que los llaveros son utilizados sin discriminación de edad.
- **Población:** Estudiantes De la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN, siendo escogidos estos por lo que son niños y jóvenes que responderán con veracidad e ideas innovadoras.
- **Muestra:** Estudiante de la media y la técnica del Instituto Técnico Comercial de Capellanía.

### **3.8.1. Encuesta.**

#### **ENCUESTA DE MERCADO – Los Artesanos**

**Nombre de encuestado:**

**Edad:**

**Ocupación:**

**Fecha:**

Para nosotros como empresa es muy importante saber sobre los gustos y comodidades de nuestros clientes, por eso le pedimos responder las siguientes preguntas con la mayor honestidad posible.

1. ¿Ha perdido alguna vez las llaves por falta de algún implemento que las soporte?
  - a) Si
  - b) No

2. ¿Considera usted que es importante un producto que soporte estas llaves, como un llavero?

a) Si

b) No

3. ¿Qué temáticas le atrae más?

a) Superhéroes

b) Emojis

c) Animales

d) Figuras geométricas

4. Pregunta abierta, ¿Qué otra temática le gustaría?

---

---

5. ¿Está interesado de alguno de estos equipos para estar representados en los llaveros?

a) Atlético nacional

b) Santa fe

c) Millonarios

d) Deportivo Cali

e) América de Cali

f) Junior

6. ¿Cuál de estos materiales preferiría para construir su llavero?
- a) Porcelanocrón
  - b) Country
7. ¿Cree usted que entre \$1.000 y \$2.500 es un precio justo para un llavero?
- a) Si
  - b) No
8. ¿Cómo le gustaría adquirir nuestros llaveros?
- a) Encargo y compra al punto de venta
  - b) Encargo por celular y pago para reclamar en punto de venta
  - c) Encargo, pago por celular (internet) y recoger en local
  - d) Encargo, pago por celular (internet) y recibir por domicilio

### 3.8.2. Tabulación.

<b>Pregunta N° 1</b>	
<b>¿Ha perdido alguna vez las llaves por falta de algún implemento que las soporte?</b>	
Si	9
No	3

*Tabla 4. Pregunta N° 1 Encuesta*

<b>Pregunta N° 2</b>	
<b>¿Considera usted que es importante un producto que soporte estas llaves, como un llavero?</b>	
Si	12
No	0

*Tabla 5. Pregunta N° 2 Encuesta*

<b>Pregunta N° 3</b>	
<b>¿Qué temáticas le atrae más?</b>	
Superhéroes	8
Emojis	1
Animales	3
Figuras geométricas	0

*Tabla 6. Pregunta N° 3 Encuesta*

<b>Pregunta N° 4</b>	
<b>Pregunta abierta, ¿Qué otra temática le gustaría?</b>	
Música	
Dibujo o arte	
Vehiculos o elementos de cultura popular	
Números	
Flores	
Comics	
Mandalas y letras	
Figuras, banderas del país	
<i>4 respuestas restantes: se repitieron 3 y una sin escribir.</i>	

*Tabla 7. Pregunta N° 4 Encuesta*

<b>Pregunta N° 5</b> <b>¿Está interesado de alguno de estos equipos para estar representados en los llaveros?</b>	
Atlético nacional	4
Santa fe	2
Millonarios	6
Deportivo Cali	0
América de Cali	0
Junior	0

*Tabla 8. Pregunta N° 5 Encuesta*

<b>Pregunta N° 6</b> <b>¿Cuál de estos materiales preferiría para construir su llavero?</b>	
Porcelanacrón	9
Country	3

*Tabla 9. Pregunta N° 6 Encuesta*

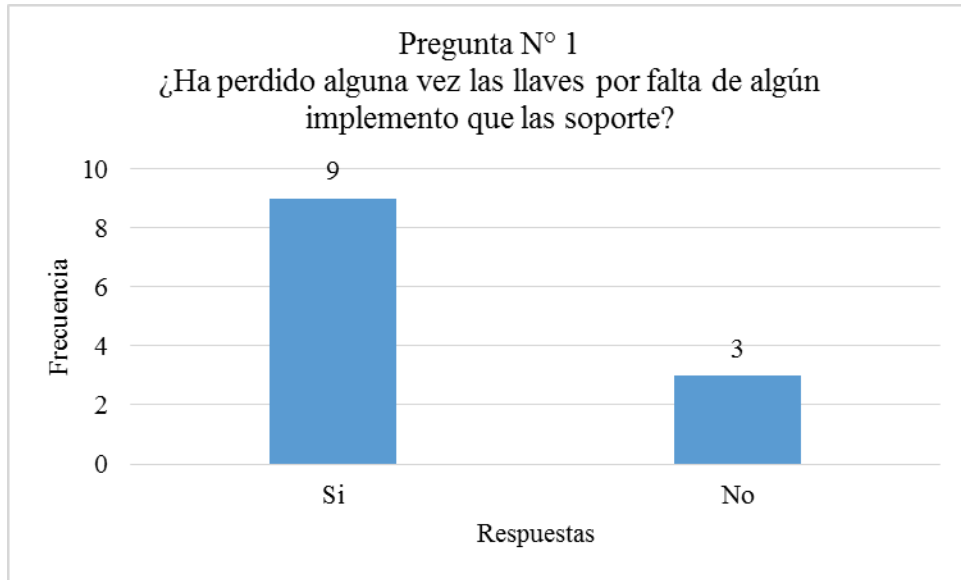
<b>Pregunta N° 7</b> <b>¿Cree usted qué entre \$1.000 y \$2.500 es un precio justo para un llavero?</b>	
Si	12
No	0

*Tabla 10. Pregunta N° 7 Encuesta*

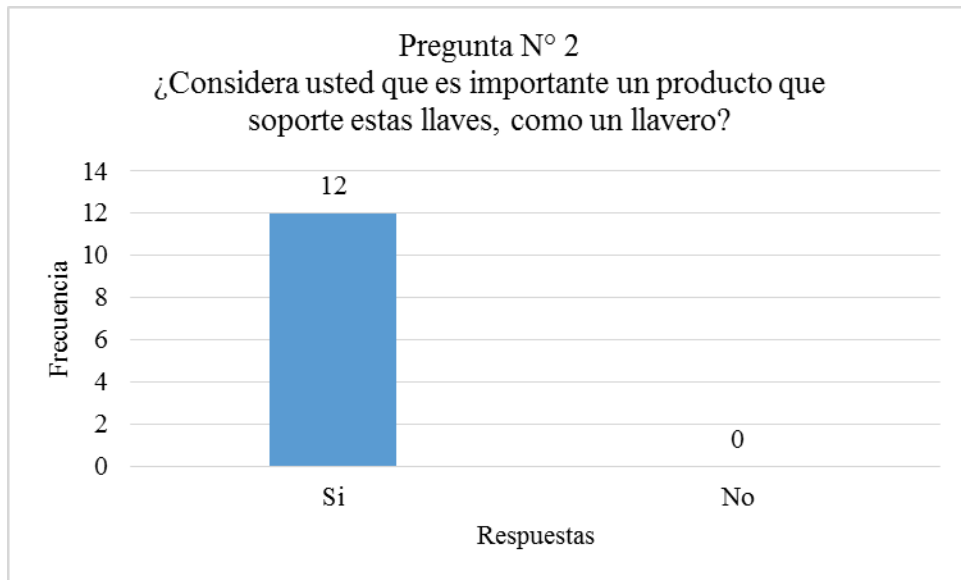
<b>Pregunta N° 8</b> <b>¿Cómo le gustaría adquirir nuestros llaveros?</b>	
Encargo y compra al punto de venta	7
Encargo por celular y pago para reclamar en punto de venta	3
Encargo, pago por celular (internet) y recoger en local	0
Encargo, pago por celular (internet) y recibir por domicilio	2

*Tabla 11. Pregunta N° 8 Encuesta*

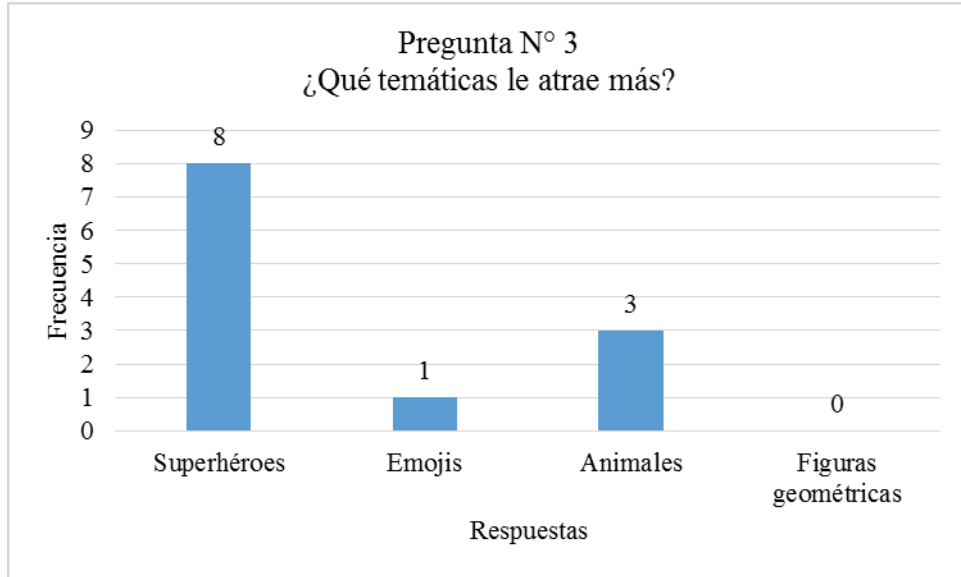
### 3.8.3. Graficación.



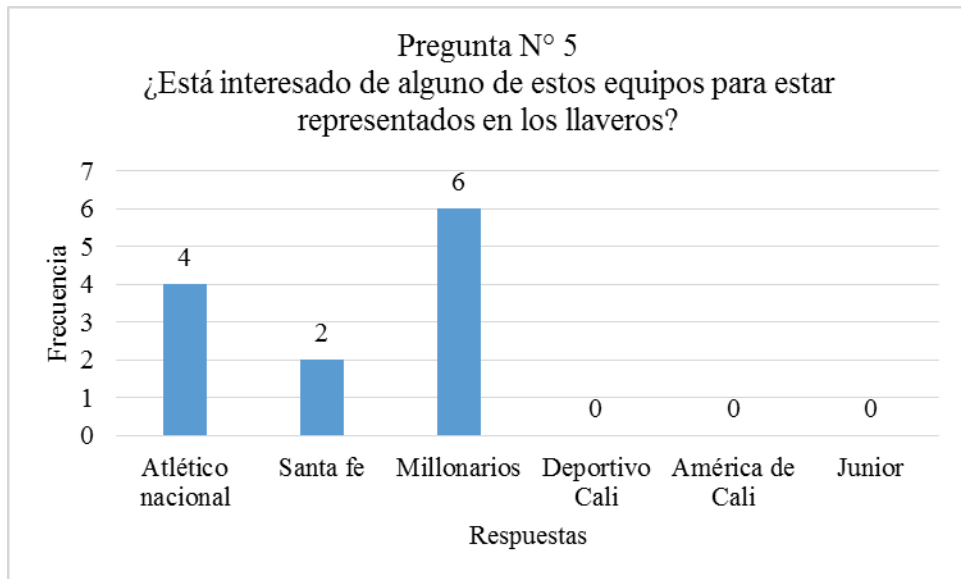
*Ilustración 8. Pregunta N° 1 Encuesta.*



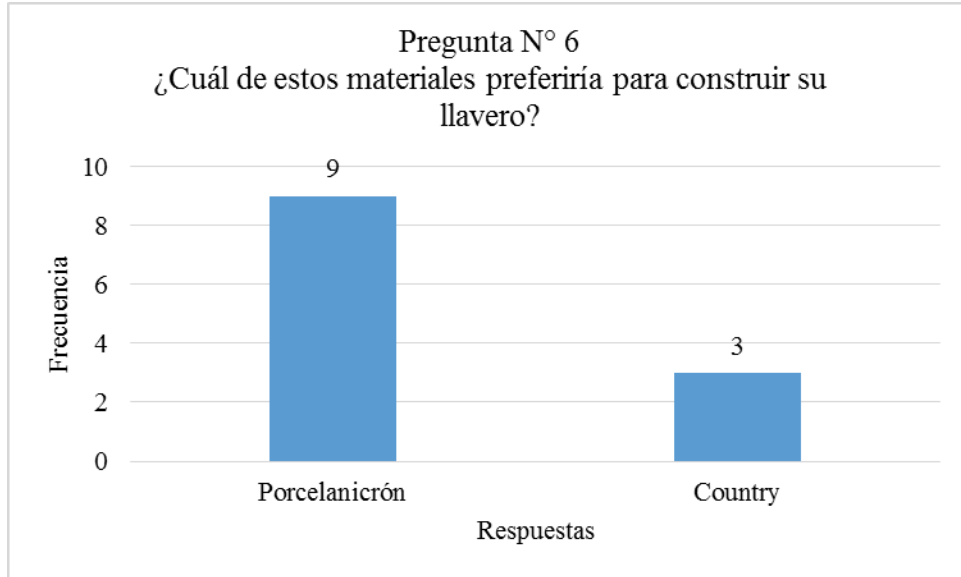
*Ilustración 9. Pregunta N° 2 Encuesta.*



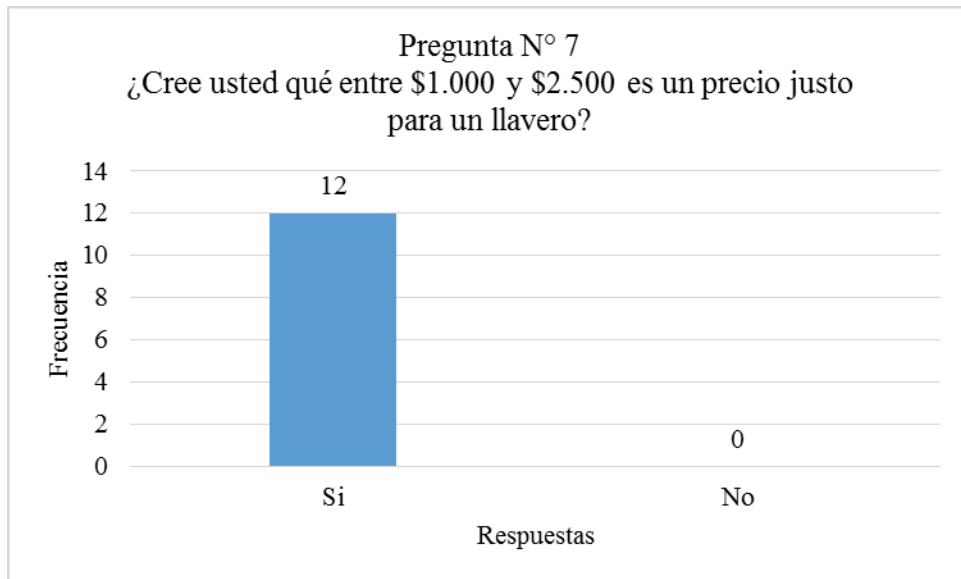
*Ilustración 10. Pregunta N° 3 Encuesta.*



*Ilustración 11. Pregunta N° 5 Encuesta.*

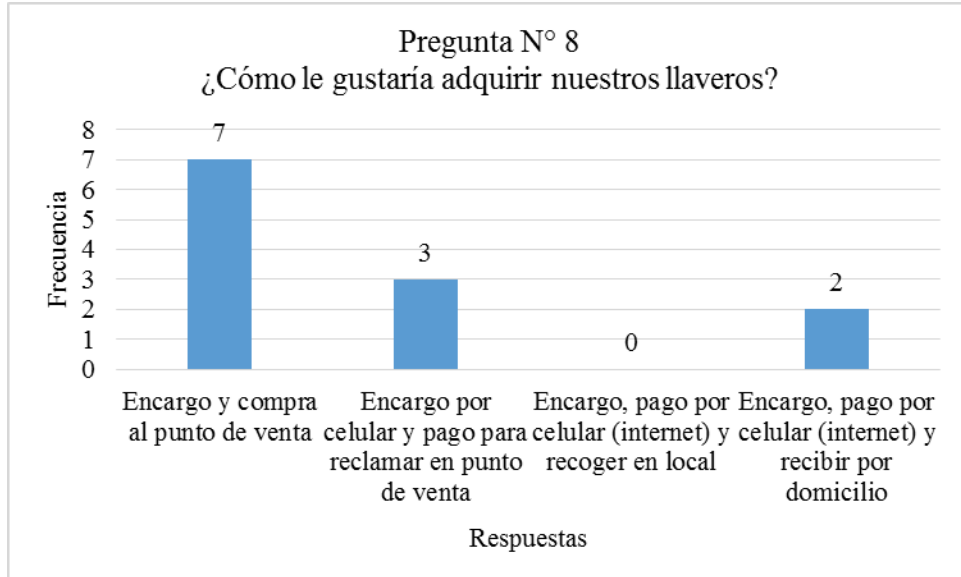


*Ilustración 12. Pregunta N° 6 Encuesta.*



*Ilustración 13. Pregunta N° 7 Encuesta.*





*Ilustración 14. Pregunta N° 8 Encuesta.*

#### 3.8.4. Análisis.

- **Pregunta N° 1:**

Los encuestados respondieron 75% de que se les había perdido las llaves por falta de llavero, y el restante que no les sucedió; por lo que se identifica la necesidad de que las personas tengan llavero y evitar la pérdida de las llaves.

- **Pregunta N° 2:**

La totalidad de la muestra respondió sí; por lo que se ratifica la necesidad de adquirir un llavero y que haga parte de las herramientas comunes.

- **Pregunta N° 3:**

Superhéroes, animales y emojis; 67%, 25% y 8% respectivamente. Se ve bien reflejado los resultados respecto a las ventas que obtenemos, y además porcentaje cero para figura geométricas.

- **Pregunta N° 4:**

La variedad de respuestas dada por la muestra contribuye al enfoque de las temáticas de los cuales hay mayor probabilidad que los clientes consuman.

- **Pregunta N° 5:**

El enfoque de llaveros country deberá enfocarse en escudos de Millonarios, Santa fe, y Atlético Nacional, según encuestas, para obtener mayores compras por la clientela.

- **Pregunta N° 6:**

Porcelanacrón o country para elaborar llaveros, nos da resultados de cada 3 personas quieren porcelanacrón, una quiere de madera contry su llavero. Pudiendo enfocarse la producción de Los Artesanos. a la primera mencionada.

- **Pregunta N° 7:**

La respuesta unánime de los encuestados representa un precio justo para la venta de llaveros de porcelanacrón y de madera contry.

- **Pregunta N° 8:**

La respuesta a (Encargo y compra al punto de venta) representa 58% de elección, la b (Encargo por celular y pago para reclamar en punto de venta) y la d (Encargo, pago por celular (internet) y recibir por domicilio) representan juntas 42% de elección; lográndose identificar que la empresa a futuro necesitara la puesta en práctica de una app para encargar los llaveros, su pago.

### **3.9. Análisis de mercado**

#### **3.9.1. Competencia.**

### Competencia Directa

Nombre	Objetivo social	Ubicación
Variedades Samuel	Además de la venta de múltiples productos de cotidianidad también venden llaveros en madera country.	Cercano al parque “Juan José Neira”
(Empresa de hecho, sin nombre)	Se dedica a la venta de productos en madera, incluyendo llaveros de tipo country.	Cercano al parque “Ricaurte”

### Competencia Indirecta

Nombre	Objetivo social
Tiendas de variedades	Estos negocios que venden diversidad de productos a bajo precio, comercializan llaveros que son de diferentes materiales al country y porcelanización

*Tabla 12. Competencia: Directa e Indirecta*

#### 3.9.2. Oferta.

Tanto los llaveros de porcelana como los de country, tienen características comunes como:

- Calidad

La duración y resistencia de nuestros productos es buena, pero tiene restricciones como no estar en humedad ni estar expuestos a fuentes directas de fuego.

- Temática

Las novedades en el mercado giran en torno a películas recién lanzadas, caricaturas, y también temas retro a tradicionales.

Gracias a las anteriores características los llaveros de Los Artesanos. tiene gran impacto en el mercado atrayendo fácilmente a clientes por ser llamativos, actuales y tradicionales, y de calidad.

#### 3.9.3. Demanda.

Para establecer el perfil de nuestros clientes debe entender:

- Necesidades

Planteamos nuestro proyecto productivo basándonos en la necesidad de acompañar las llaves (puertas, candados, etc.) de los clientes para su fácil visualización, evitando la pérdida de estas, y su adornación como accesorio cotidiano.

- Mercado

Los compradores de llaveros, es decir, nuestros clientes, basan sus gustos en las tendencias o modas que son cambiantes gracias a temáticas de películas, aplicaciones, música y equipos deportivos.

- Producto

Todo cliente tiene las expectativas de los productos que consumirá sean duraderos, llamativos, de calidad e innovadores.

- Precio

Toda persona busca el menor gasto al momento de comprar o consumir cualquier producto, por eso es necesario analizar precio de competencia y ofrecer nuestros productos con menor precio.

- Distribución

Los puntos foco para las ventas deben establecerse en lugares con alto tránsito de futuros compradores, dependiendo de la ciudad, buscar el sitio enfocado en el comercio.

- Publicidad

Los clientes se guían también por la promoción y visualización cotidiana de los productos por medios de comunicación.

- Ventas

Al comercializar cualquier producto y/o servicio los clientes quieren que se les trate con respeto, amabilidad, comprensión y de vez en cuando negociación.

- Satisfacción

La satisfacción es lo que necesitamos alcanzar con nuestra imagen corporativa, los productos y la atención al cliente, y poder quedar como empresa de confianza para la compra común de los productos.

También es importante establecer las siguientes características:

- Edad

Nuestros clientes tienen como mínimo la edad de 6 años y máximo sin rango.

- Ingresos

Por ser nuestro producto de valor venta no tan alto es accesible a todo nivel económico

- Género, estado civil, profesión

Estas tres características no tienen importancia en nuestros clientes

- Creencias

Respecto a las creencias de cada uno de nuestros clientes, se tiene productos variados que si el cliente lo quiere acceder va en su decisión, pero no tenemos distinción en esto.

- Estilo de vida

Para cualquier persona que lleve llaves le es necesario un llavero, en todos los casos.

- Intereses

La moda y lo tradicional son puntos clave de nuestros clientes.

## **C) PLAN DE MERCADO**

### **3.10. Plan de mercadeo**

#### **3.10.1. Estrategias de producto.**

La empresa Los Artesanos decide tener en cuenta los siguientes factores para la hora de elaboración de los productos:

- La moda

El diseño o estilo que la empresa decide darle a los llaveros siempre está basado en las características infantiles o juveniles ya que nuestros mayores consumidores son esta clase de clientes.

- La competencia

Es importante resaltar el hecho de que la gente siempre quiere comprar objetos innovadores, es por eso que nuestra empresa realizó un estudio de precio, diseño, colores, antes de lanzar un nuevo producto al mercado, pues el valor agregado que tienen los productos de porcelanición es un menor costo respecto a la competencia para así atraer los clientes

- El costo

Se debe tener en cuenta el ingreso de dinero de cada cliente, para así poder determinar el precio que se le debe otorgar a cada producto, es claro decir que la sociedad prefiere productos de mala calidad a precios bajos, y esto es algo que la empresa Los Artesanos quiere cambiar, lograr ofrecer a la comunidad productos de buena calidad a precios no tan elevados y fáciles de adquirir.

- El ciclo de vida del producto

La introducción de los llaveros al mercado ha estado involucrada desde hace varios años atrás desde que se identificó su necesidad, nuestros llaveros de porcelanición y country llegaron a

su declive en el momento en que se prolifere avance tecnológico y se realicen cambios estructurales y funcionales; siendo su forma y materiales hasta la inserción de búsqueda por GPS para evitar su extravió.

### **3.10.2. Estrategias de precio.**

Los Artesanos presenta un valor relativo ante el consumidor, el producto posee un costo menor al de la competencia y además de esto, mejor calidad en la materia prima al momento de la elaboración del bien, garantizando la satisfacción del cliente.

El método que emplea la organización con respecto al manejo de precios se basa en suministrar productos que presenten costos bajos y de esta manera obtener un mayor número de consumidores, que a diferencia de otras organizaciones brindan precios muy altos impidiendo que sean accesibles.

### **3.10.3. Estrategias de promoción y publicidad.**

- **Publicidad gratuita**

La empresa Los Artesanos realizara anuncios en las diferentes redes sociales, (Facebook, Instagram, etc.) en las cuales la imagen del producto, precios, descripciones y diseños tienen como fin dar a conocer sus productos.

- **Relaciones públicas**

Se desarrollara un plan para tener una excelente atención al cliente y presentación de los productos con avisos en los puntos de venta y catálogos ya que se está llevando a cabo una actividad promocional cuyo objetivo final es comunicar lo favorable del producto y de la empresa.

- **Promoción de ventas**

La empresa participará en las ferias que se lleven a cabo en la universidad CUN con el propósito de darse a conocer y persuadir al consumidor.

- **Venta personal**

Se plateará una táctica en el momento de la comercialización entre vendedor y cliente para proporcionar información como precios, diseños, números telefónicos, ubicación de la empresa y puntos de venta.

#### **3.10.4. Estrategias de distribución.**

- Hasta el momento se realiza ventas directamente con el vendedor, pero se realizará, dar una cantidad mínima de productos a tiendas cercanas del sector y que las ofrezcan, correspondiendo un porcentaje como comisión.
- Por el avance tecnológico se puede encargo por celular, pago y producto a domicilio al cliente, y muy a futuro el pago por internet.

#### **3.10.5. Estrategias de servicio al cliente.**

- Atención con la aplicación de valor y principios de la empresa, además con: amabilidad, comprensión, dialogo, veracidad en precios.
- Capacitar al personal del área de ventas de la empresa para que desempeñen su labor de manera idónea y competente.
- Ofrecer servicio a domicilio dentro de la zona urbana de manera oportuna y eficiente.
- Llevar a cabo encuestas del servicio brindado de forma periódica y constante, los cuales servirá de base para formular planes de mejoramiento y calidad del servicio.



### 3.11. Portafolio de Productos



- **Llaveros de Country**

Realizadas en madera contry, decoradas con pirograbados para realizar surcos decorativos.

- **Letras**



ABC todo las letras del abecedario para que las compre para usted o las regale. Tiene un valor de \$2.000

- **Escudos**



Para demostrar la afición de su equipo deportivo preferido. Valor de \$2.000

- **Llaveros Porcelana**

Realizados con porcelana fría que al endurecer tiene excelente duración.

- **Mariposas**



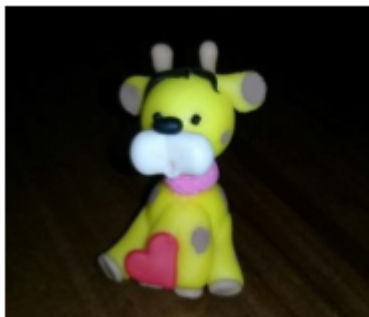
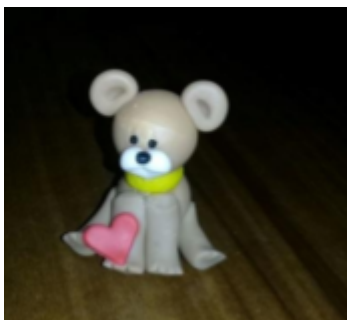
Livianas, coloridas y hermosas mariposas para acompañar sus llaves. Valor \$ 2.000

**Emojis**



Expresiones casuales y divertidas, llamativas y sonrientes. Valor de \$1.500

**Animales**



Llaveros animados de animalitos tiernos. Valor de \$2.000

**Muñequitas**



Hermosas y elegantes muñequitas de porcelana. Valor \$2.000

□ **Personajes, superhéroes**

- **Cuerpo completo**



Tiernas personitas y superhéroes coloridos. Valor \$2.000

- **Cabeza**



Superhéroes coloridos. Valor \$1.500

## **4. FASE IV: ESTUDIO TÉCNICO, ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO**

### **A) TÉCNICO**

#### **4.1. Fichas técnicas**

##### **4.1.1. Ficha técnica – Llaverero Porcelanigrón.**

<b>NOMBRE</b>	<b>LLAVEROS PORCELANICRÓN</b>
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Son productos elaborados con masa de porcelana, teñidos con oleos y tiene un gancho y argolla para ser un llavero.
<b>COMPOSICIÓN</b>	Masa de porcelana, Oleos, Ganchos, Argollas.
<b>CARACTERÍSTICAS SENSORIALES</b>	Depende de la forma, estos tienen color llamativos.
<b>CONSUMIDORES POTENCIALES</b>	Personas mayores de tres (3) años de edad.
<b>PRESENTACIÓN</b>	Diferentes formas
<b>VIDA UTIL</b>	Cinco (5) años, dependiendo de su buen cuidado.
<b>CONDICIONES DE MANEJO</b>	No dejar caer, No mojar, No morder.
<b>CONSERVACIÓN</b>	En lugares no húmedos

*Tabla 13. Ficha técnica llavero porcelanicrón*

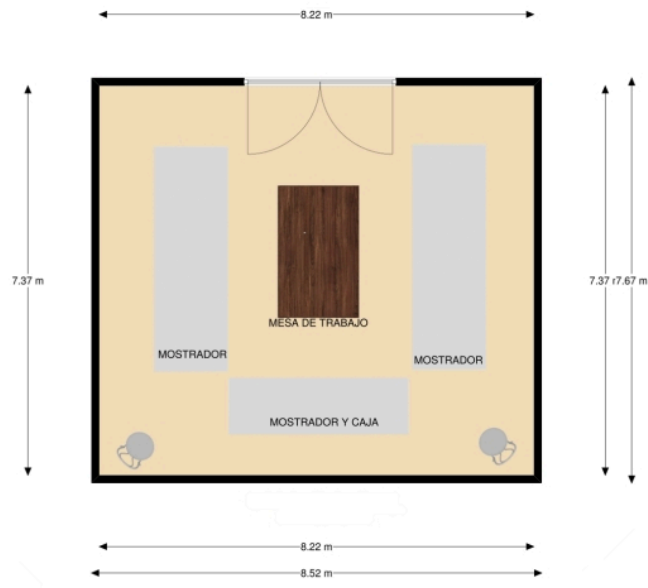
#### **4.1.2. Ficha técnica – Llavero country.**

<b>NOMBRE</b>	<b>LLAVEROS COUNTRY</b>
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Son productos elaborados en country, con marcas hechas con pirograbador, otros con una impresión y laca para el brillo, y a estos productos se le coloca una argolla.
<b>COMPOSICIÓN</b>	Madera country, laca, impresión papel, argolla.
<b>CARACTERISTICAS SENSORIALES</b>	Depende de la forma, estos tienen color llamativos.
<b>CONSUMIDORES POTENCIALES</b>	Personas mayores de los tres (3) años de edad.
<b>PRESENTACIÓN</b>	Diferentes formas, letras de abecedario y escudos representativos de equipos de fútbol.
<b>VIDA UTIL</b>	Un (1) año, aproximadamente.
<b>CONDICIONES DE MANEJO</b>	No dejar caer, No mojar, No morder.
<b>CONSERVACIÓN</b>	En lugares no húmedos

*Tabla 14. Ficha técnica llavero contry*

#### **4.2. Plano**

En el local se realiza la producción, ventas y funcionamiento de la empresa Los Atesamos ubicado en Bogotá en la Calle 4c No. 53c-57 casa 8 barrio galán



*Ilustración 24. Plano local*

El plano se realizó en la página <https://floorplanner.com> gratuitamente.

## **B) ADMINISTRATIVO**

### **4.3. Manual de funciones**

*(Siguiete página)*



MANUAL DE FUNCIONES	
<b>CARGO:</b>	Director Calidad
<b>ÁREA:</b>	Producción
<b>NOMBRE DE QUIEN DEPENDE:</b>	Gerente General
<b>EXPERIENCIA:</b>	1 Año haberse desempeñado en el cargo con buenas referencias laborales
<b>ESTUDIOS:</b>	Profesional en salud ocupacional, Ingeniería Industrial
<b>HABILIDADES:</b>	Orden, pulcritud, aseo, disciplina, carácter, capacidad de dirigir, análisis detallado, serenidad, tranquilidad, visión a futuro, autocrítica.
<b>VALORES:</b>	Respeto, Honestidad, autonomía, responsabilidad, solidaridad, compañerismo
<b>RESPONSABILIDADES:</b>	Asegurar que todos los productos fabricados para la venta sean de alta calidad
	Inspeccionar y analizar los riesgos en el lugar de trabajo
<b>FUNCIONES:</b>	Vigilar el adecuado proceso de producción de los productos
	Vigilar las adecuadas prácticas y normas de seguridad de los trabajadores en el proceso de producción
	Informar cualquier irregularidad en el proceso o producto
	Dar mejoras e indicaciones en el proceso de producción y seguridad laboral.

*Tabla 15. Manual de funciones de Dir. de Calidad*

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>CARGO:</b>	Gerente General
<b>ÁREA:</b>	Administración
<b>NOMBRE DE QUIEN DEPENDE:</b>	Juanta de Accionistas
<b>EXPERIENCIA:</b>	1 Año haberse desempeñado en el cargo con buenas referencias laborales
<b>ESTUDIOS:</b>	Carrera profesional como administrador de empresas o contaduría
<b>HABILIDADES:</b>	Memorización, capacidad de redacción, pulcritud, organización, espíritu emprendedor, habilidad para resolver conflictos, creatividad, buena empatía, liderazgo, capacidad para motivar, capacidad crítica
<b>VALORES:</b>	Respeto, autonomía, honestidad, honradez, responsabilidad, puntualidad
<b>RESPONSABILIDADES:</b>	Dirigir la proyección y el rumbo de la empresa en el transcurso del tiempo
	Plantear el adecuado gestionamiento de los recursos de la empresa y su utilización
<b>FUNCIONES:</b>	Supervisar, dirigir y corregir las actividades llevadas a cargo dentro de la empresa
	Verificar el adecuado uso de los recursos de la empresa
	Planear proyectos para ser aprobados por la junta de accionistas
	Identificar las fortalezas y debilidades que restringen o fortalecen el desarrollo de la empresa

*Tabla 16. Manual de funciones de Gerente*

MANUAL DE FUNCIONES	
<b>CARGO:</b>	Director Mercadeo
<b>ÁREA:</b>	Administración
<b>NOMBRE DE QUIEN DEPENDE:</b>	Gerente General
<b>EXPERIENCIA:</b>	2 Años de experiencia relacionados a el cargo de mercadeo.
<b>ESTUDIOS:</b>	Mercadeo y Publicidad
<b>HABILIDADES:</b>	Planeación, Análisis, Trabajo en equipo, Competitividad, Creatividad, Disciplina.
<b>VALORES:</b>	Responsabilidad, Honestidad, Comprensible, Respeto, Compromiso, Amabilidad.
<b>RESPONSABILIDADES:</b>	Preparación de plan estratégico de mercado.
	Metas y objetivos para fuerza de ventas.
<b>FUNCIONES:</b>	Realizar planes estratégicos de mercado, que permitan modificaciones y adaptaciones para operar en diferentes ambientes.
	Coordinar y controlar el lanzamiento de campañas publicitarias y de promoción.
	Dirigir y supervisar los estudios sobre cuotas y distribuciones.
	Hacer investigaciones comerciales de productos existentes o nuevos, realizando el estudio de las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de los mismos en el mercado.
	Elaborar y aplicar descuentos flexibles y personalizados.

*Tabla 17. Manual de Funciones de Dir. de Mercadeo*

MANUAL DE FUNCIONES	
<b>CARGO:</b>	Director Financiero
<b>ÁREA:</b>	Administración
<b>NOMBRE DE QUIEN DEPENDE:</b>	Gerente General
<b>EXPERIENCIA:</b>	3 Años de experiencia vinculados con el cargo a desempeñar
<b>ESTUDIOS:</b>	Economista; Administrador Financiero
<b>HABILIDADES:</b>	Planeación, Análisis, Liderazgo, Trabajo en equipo
<b>VALORES:</b>	Responsabilidad, Honestidad, Colaboración
<b>RESPONSABILIDADES:</b>	Elaboración de proyectos
	Elaboración de presupuesto
	Análisis y evaluación de los proyectos y presupuesto
<b>FUNCIONES:</b>	Elaboración, control y evaluación de los proyectos
	Elaboración, control y evaluación de presupuesto de ingresos y gastos
	Análisis e indicadores de los proyectos y presupuesto
	Análisis financiero para la toma de decisiones

*Tabla 18. Manual de funciones de Dir. Financiero*

MANUAL DE FUNCIONES	
<b>CARGO:</b>	Tesorero
<b>ÁREA:</b>	Administración
<b>NOMBRE DE QUIEN DEPENDE:</b>	Gerente General
<b>EXPERIENCIA:</b>	2 Años de experiencia con respecto al cargo
<b>ESTUDIOS:</b>	Contaduría, economía, administración de empresas
<b>HABILIDADES:</b>	Planificación, organización, trabajo en equipo
<b>VALORES:</b>	Respeto, responsabilidad, honestidad, solidaridad.
<b>RESPONSABILIDADES:</b>	Administración del monto de dinero que la organización dispone
	Infomar sobre los recursos disponibles y totales
	Garantizar un buen manejo de dinero.
<b>FUNCIONES:</b>	Registrar ingresos de la empresa
	Llevar el registro de ahorros o aportes
	Preparar el estado de flujo de efectivo
	Diligenciamiento de libros auxiliares
	Realizar conciliaciones bancarias
	Registro de cuentas por pagar

*Tabla 19. Manual de funciones de Tesorero*

MANUAL DE FUNCIONES	
<b>CARGO:</b>	Director de Recursos Humanos
<b>ÁREA:</b>	Administración
<b>NOMBRE DE QUIEN DEPENDE:</b>	Gerente General
<b>EXPERIENCIA:</b>	3 Años de experiencia relacionado con el cargo
<b>ESTUDIOS:</b>	Licenciatura en administración de Recursos Humanos, Master universitario en dirección de recursos humanos.
<b>HABILIDADES:</b>	Liderazgo, comunicación, empatía, trabajo en equipo
<b>VALORES:</b>	Responsabilidad, honestidad, solidaridad
<b>RESPONSABILIDADES:</b>	Inscripción de cobertura de seguro y salud de los empleados.
	Organización y planificación del personal.
	Reclutamiento y selección del personal.
<b>FUNCIONES:</b>	Buscar y atraer solicitantes capaces para cubrir las vacantes que se presenten en la organización.
	Analizar las habilidades, aptitudes, capacidades y cualidades de los solicitantes a fin de decidir cual tiene mayor potencial para el desempeño de un puesto.
	Formalizar la contratación del trabajador para garantizar sus deberes y derechos.
	Tener y desarrollar iniciativas para la solución de problemas y toma de decisiones.
	Promover la motivación e integración así como las condiciones de trabajo que garanticen la salud y seguridad.

*Tabla 20. Manual de funciones de Dir. de RH*

#### **4.4. Manual de procedimiento de producción**

- **Introducción**

La empresa Los Artesanos realiza actividades fabricación y comercialización. En el siguiente manual de procedimientos se describe la elaboración de los llaveros porcelana fría y country este manual dará a conocer el paso a paso del proceso de la producción.

Se plantea el objetivo, área de aplicación, cuadro responsable-actividad, flujograma del proceso y glosario de términos relacionados.

- **Objetivos**

- **Objetivo General**

Instruir a cerca del procedimiento a seguir para la elaboración de productos de la empresa Los Artesanos llaveros.

- **Objetivos Específicos**

- Capacitar al personal sobre los procedimientos que se llevan a cabo para la elaboración de los productos.
    - Estandarizar el proceso de elaboración generando orden y coordinación en la manufactura de los productos.

- **Área de aplicación**

Área de producción

- **Política**

Seguir los pasos en el orden indicado, sin ser saltado o adelantado ningún paso.

- **Cuadro Responsable-Actividad**

	<b>RESPONSABLE</b>	<b>DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDAD</b>
1	Director de Producción	Inicio del proceso. Selección del diseño para la fabricación, este diseño es sometido al análisis de tendencias mercado y normas ambientales.
2	Ingeniero de productos	Elección de materias primas para la fabricación teniendo en cuenta el presupuesto y el tipo de producto, llavero porcelana o country y/o figura porcelana.
3	Operarios de producción	Transformación de las materias primas: 1) Llavero de porcelana a. Masa, cantidad, teñir, dar forma.

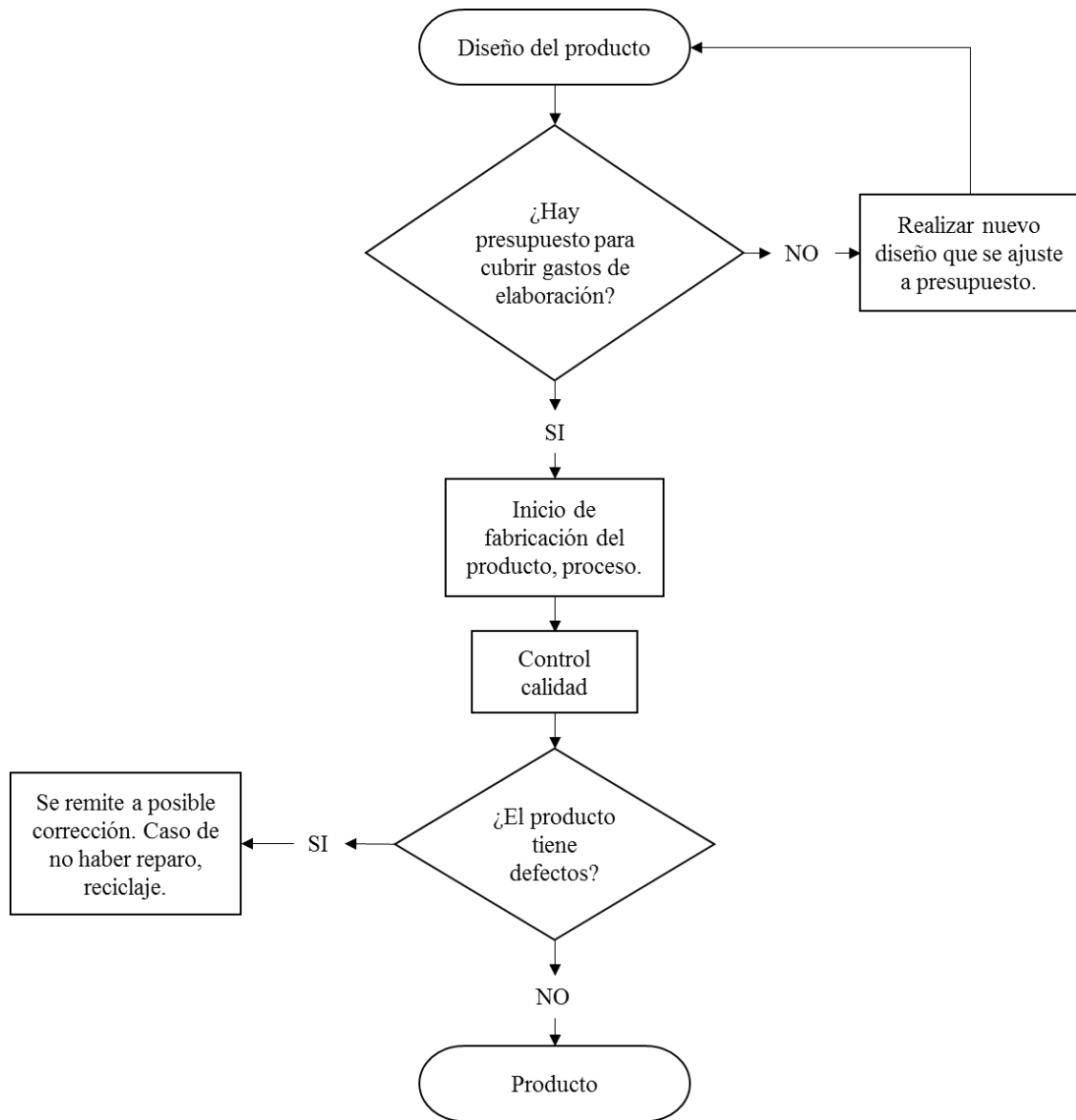
		<p>b. Dar detallas notables dependiendo del diseño seleccionado.</p> <p>c. Antes del secado colocar argolla, se le inserta un alambre, no tan extenso, a el llavero, el alambre debe tener un poco de pegante blanco.</p> <p>d. Tiempo de secado, hay figuras que son planas en su base, se debe dejar secar lo superficial y luego ladear o voltear para el secado total.</p> <p>2) Llavero de country</p> <p>a. Al llavero semi-elaborado se le trazan las formas del diseño con el pirograbador, o se pega muy bien, sin arrugas una impresión papel y luego se le coloca laca por la superficie de la impresión.</p> <p>b. Tiempo de secado</p>
4	Director de producción	Verificar el cumplimiento del proceso completo y ordenado de la fabricación del producto, calidad del producto cada paso a paso, tomar mejoras para el proceso.
5	Jefe Control de Calidad	Realizar acciones correctivas y de mejora en el procedimiento de elaboración, nuevas técnicas, mejores materiales.

*Tabla 21. Responsable-Actividad Producción*

- Flujograma

Esta representación gráfica describe simplemente y rápidamente el proceso que se debe llevar a cabo para la producción de productos con alta calidad.





- Glosario

- Porcelanacrón, llamada también porcelana fría o porcelana francesa, es una masa hecha con pega vinílica y maicena (fécula de maíz), fácil de moldear y trabajar, su propósito es secar y endurecer.
- Country, Es un tipo de madera. También, es un arte en la que se maneja y se transforma la madera y se trabaja en piezas decorativas y ornamentales.

- Estandarización, Fabricar un producto o serie, con arreglo o proceso con parámetros determinados, un patrón.

#### 4.5. Reglamento interno de trabajo

(Anexo 7.2.)

#### 4.6. Reglamento de higiene y seguridad industrial

(Anexo 7.2.)

### C) FINANCIERO

#### 4.7. Flujo de caja.

<b>FLUJO DE CAJA</b>		
<b>AÑO</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Saldo inicial en caja	\$ 300.000	\$ 481.500
<b>MAS</b>		
Recaudo de clientes		\$ -
Ventas	\$ 400.000	\$ 233.500
menos ventas a crédito	\$ -	\$ -
<b>MENOS</b>		
Gastos de administración	\$ 68.500	\$ 252.604
Gastos de ventas	\$ -	\$ -
<b>MAS</b>		
Depreciación	\$ -	\$ -
Amortización	\$ -	\$ -
<b>MENOS</b>		
Desembolsos para impuesto de renta	\$ -	\$ -
<b>MENOS</b>		
<b>Actividades de inversión</b>		
Compra de activos fijos	\$ 15.000	\$ -
Compra de Diferidos	\$ -	
<b>MENOS</b>		
<b>Actividades de operación</b>		
Pagos a proveedores	\$ 135.000	\$ 135.000
<b>Saldo final en caja</b>	<b>\$ 481.500</b>	<b>\$ 327.396</b>

*Tabla 22. Flujo de Caja*

#### 4.7.1. Proyección de Ventas.

(Anexo 7.3.4.)

#### 4.7.2. Presupuesto.

(Anexo 7.3.4.)

### 4.8. Balances

#### 4.8.1. Balance Inicial.

**Comprobante de Diario**  
**Marzo-2018**

DOCUMENTO	CONCEPTO	Valor Débito	Página Unica Valor Crédito
SI-0000001	APORTES SOCIALES	50,000.00	
SI-0000001	APORTES SOCIALES		50,000.00
Total Documento SI-0000001		50,000.00	50,000.00
SI-0000002	APORTES SOCIALES	50,000.00	
SI-0000002	APORTES SOCIALES		50,000.00
Total Documento SI-0000002		50,000.00	50,000.00
SI-0000003	APORTES SOCIALES	50,000.00	
SI-0000003	APORTES SOCIALES		50,000.00
Total Documento SI-0000003		50,000.00	50,000.00
SI-0000004	APORTES SOCIALES	50,000.00	
SI-0000004	APORTES SOCIALES		50,000.00
Total Documento SI-0000004		50,000.00	50,000.00
SI-0000005	APORTES SOCIALES	50,000.00	
SI-0000005	APORTES SOCIALES		50,000.00
Total Documento SI-0000005		50,000.00	50,000.00
SI-0000006	APORTES SOCIALES	50,000.00	
SI-0000006	APORTES SOCIALES		50,000.00
Total Documento SI-0000006		50,000.00	50,000.00

*Ilustración 26. Balance Inicial*

#### 4.8.2. Balance general.

(Anexo 7.3.1.)

## 4.9. Libros

### 4.9.1. Libros Auxiliares.

(Anexo 7.3.2.)

### 4.9.2. Libros de Diario.

(Anexo 7.3.2.)

### 4.9.3. Libro Mayor y Balance.

(Anexo 7.3.2.)

### 4.9.4. Comprobante de Diario.

(Anexo 7.3.2.)

## 4.10. Costos

### 4.10.1. Costos de Ventas.

COSTOS POR PRODUCTO							
MATERIAL	Country	P. Cuerpo	P. Cabeza	P. Emoji	P. Mariposa	P. Animales	P. Muñecas
Madera	\$ 900	\$ 1.000	\$ 700	\$ 650	\$ 600	\$ 1.000	\$ 850
Corte	\$ 600	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Argolla	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250
Laca	\$ -	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ -	\$ 50	\$ 50
Acrilico	\$ -	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150
Marcador	\$ -	\$ 150	\$ 150	\$ 200	\$ 150	\$ -	\$ 100
Listón	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 150
<b>TOTAL COSTO</b>	<b>\$ 1.750</b>	<b>\$ 1.600</b>	<b>\$ 1.300</b>	<b>\$ 1.300</b>	<b>\$ 1.150</b>	<b>\$ 1.450</b>	<b>\$ 1.550</b>

*Tabla 23. Costos por producto*

#### 4.10.2. Precio de Ventas.

COSTOS POR PRODUCTO							
	Country	P. Cuerpo	P. Cabeza	P. Emojis	P. Mariposa	P. Animales	P. Muñecas
PRECIO VENTA	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 1.500	\$ 1.500	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 2.000
COSTOS	\$ 1.750	\$ 1.600	\$ 1.300	\$ 1.165	\$ 1.150	\$ 1.450	\$ 1.550
MARGEN DE UTILIDAD BRUTA	\$ 250	\$ 400	\$ 200	\$ 335	\$ 850	\$ 550	\$ 450
PORCENTAJE	14%	25%	15%	29%	74%	38%	29%

Tabla 24. Precia de venta productos

#### 4.10.3. Estado de Resultados.

(Anexo 7.3.3.)

#### 4.10.4. Punto de Equilibrio.

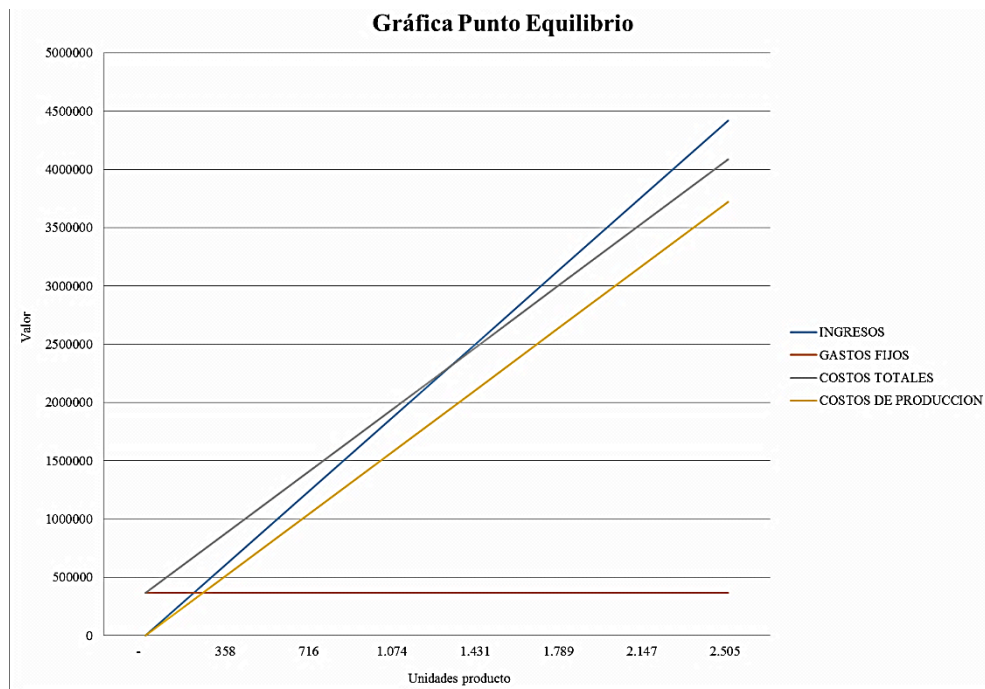


Ilustración 27. Punto de Equilibrio

ESTILOS DE LLAVEROS	PRECIO	COSTO	MARGEN	DISTRIBUCIO	MCP
LLAVERO COUNTRY	\$ 2.000	\$ 1.750	0,1	20%	0,025
LLAVERO PORCELANICRON CUERPO	\$ 2.000	\$ 1.600	0,2	40%	0,08
LLAVERO PORCELANICRON CABEZA	\$ 1.500	\$ 1.300	0,1	20%	0,026666667
LLAVERO EMOJIS	\$ 1.500	\$ 1.300	0,1	20%	0,026666667
				100%	0,158333333
CAPITAL	\$ 300.000	UE	30%		
CF	\$ 365.600	\$ 90.000			\$ 2.309.053
Q		1	\$ 499.928	\$ 3.157.442	
		0,158	0,16		
					CF
	DISTRIBUCION	PRECIO	Q	GAS. ADM.	297100
LLAVERO COUNTRY	631.488	\$ 2.000	316	GAS. VENT.	68500
LLAVERO PORCELANICRON CUERPO	1.262.977	\$ 2.000	631		
LLAVERO PORCELANICRON CABEZA	631.488	\$ 1.500	421		
LLAVERO EMOJIS	631.488	\$ 1.500	421		
	3.157.442		1.789		

*Tabla 25. Base Punto de Equilibrio*

Al observar la gráfica y tabulación, Los Artesanos necesita invertir \$2.309.053 para producir 1.789 unidades y recibir \$134.328 en utilidad, menos el 33% de imporenta, queda finalmente y se recupera el 30% del capital inicial, \$90.000.

(Anexo 7.3.4.)







## **B) RESPONSABILIDAD AMBIENTAL**

### **5.2. Políticas de manejo ambiental**

La empresa Los Artesanos cumple con las siguientes políticas ambientales:

- Implementar el uso de madera sobrante de los diferentes lugares que la manipulen.
- Establecer el no uso de empaques para reducir la contaminación del medio ambiente.
- Reutilizar el agua que se usa para la limpieza de las manos para el lavado de los pinceles.

### **5.3. Producción verde – cultura del reciclaje**

La empresa Los Artesanos implementara las siguientes actividades:

- Brindar capacitaciones a todos los miembros activos de la organización en las cuales se dé a conocer el respectivo proceso que se debe llevar para la clasificación de basuras y sistema RRR (Reutilizo, Reciclo, Reduzco).
- Exigir entre los miembros de la organización la debida clasificación de las basuras producidas en la empresa y en cada casa de los integrantes.
- Establecer espacios visuales y adecuados para la recolección de las basuras.

### **5.4. Recomendaciones**

- Vigilar el cumplimiento de las políticas ambientales.
- Vigilar el cumplimiento de los programas de manejo de reciclaje y clasificación de los residuos.
- Evaluación de capacitaciones mediante revisión del cumplimiento de los sistemas de separación de residuos.

## **C) RESPONSABILIDAD SOCIAL**

### **5.5. Cultura de paz**

- Capacitación de buenas relaciones interpersonales, manejo y solución de conflictos en el trabajo y casa.
- Realizar memorandos a todos los miembros de la organización que provoquen conflictos e interrumpen el desarrollo de actividades y la armonía del entorno.

### **5.6. Autosostenibilidad**

La característica principal de actividades sustentables es la generación económica basándose del uso óptimo y responsable de los recursos de los cuales se van a valer para este objetivo, asegurándole a futuras generaciones estos bienes y la protección ambiental. Los Artesanos busca que su funcionamiento no tenga repercusiones contraproducentes para el ambiente, por eso realiza los llaveros country de madera que es reciclada de sitios en que la trabajan y tengan sobrantes.

### **5.7. Inclusión**

Con respecto a: Tratado de Paz estable y duradera 2016, y la legislación colombiana que reconoce derechos de personas en situación de discapacidad (Ley 1618 de 2013, ley 1346 de 2009, ley 361 de 1997). La empresa Los Artesanos se plantea la vinculación laboral de personas:

- Desmovilizadas del conflicto armado que tengan capacidades manuales y/o habilidades para la administración empresarial.
- Con algún tipo de discapacidad física, sensorial o intelectual. Además que se logre el trabajo flexible desde la casa de ellos.

Así mismo la empresa demandara y sancionara acciones, indirectas o cualquier caso de discriminación entre miembros de la organización.

## 6. BIBLOGRAFÍA

(s.f.). Obtenido de

<http://es.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%201780%20DEL%2002%20DE%20MAYO%20DE%202016.pdf>

(s.f.). Obtenido de

[http://www.unesco.org/culture/natlaws/media/pdf/colombia/colombia\\_ley\\_36\\_19\\_11\\_1984\\_spa\\_orof.pdf](http://www.unesco.org/culture/natlaws/media/pdf/colombia/colombia_ley_36_19_11_1984_spa_orof.pdf)

Escuela de arte y ceramica de Medellín. (2017). *Porcelanicrón*. Obtenido de

<http://www.escueladearteyceramica.edu.co/cursos-de-extension/item/15-porcelanicron.html>

Almacenes El Botón. (27 de Marzo de 2018). Obtenido de

<https://almaceneselboton.com/tips-basicos-porcelanicron/>

Aprendiendo en Casa. (2016). *Curso de arte y pintura en madera*. Obtenido de

<http://www.aprendiendoencasa.com/curso-de-arte-y-pintura-country-en-madera/>

Benavente, M. (22 de Agosto de 2011). Obtenido de

[https://es.over-blog.com/Tecnicas\\_de\\_modelado\\_en\\_porcelana\\_fria\\_consejos\\_practicos-1228321783-art380543.html](https://es.over-blog.com/Tecnicas_de_modelado_en_porcelana_fria_consejos_practicos-1228321783-art380543.html)

Camara de Comercio de Bogotá. (s.f.). *Camara de Comercio de Bogotá*. Obtenido de Ley de Emprendimiento Juvenil:

<https://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Normativa-Registros-Publicos/Le-y-de-Emprendimiento-Juvenil>

Carito, M. (s.f.). *Materiales para Porcelanicron*. Obtenido de

<https://manualidadescarito.es.tl/Materiales-para-Porcelanicron.htm>

*Documento Fondo Emprender*. (s.f.). Obtenido de

<http://www.uao.edu.co/emprendimiento/wp-content/uploads/2011/03/FONDO-EMPRENDER.pdf>

GIRON, A. M. (s.f.). *APRENDIENDO CONTABILIDAD*. Obtenido de

<https://areatecnicacontable.wordpress.com/primer-periodo-de-emprendimiento/>

PAP, M. (2013). *Qué es la porcelana fría*. Obtenido de

<http://manualidadespap.com/que-es-la-porcelana-fria/>

Piluca, L. C. (s.f.). *Las Cositas De Piluca*. Obtenido de

<https://pilarsoriano.wordpress.com/broches-munecas-de-madera/>

*Pinterest*. (s.f.). Obtenido de Llaverito del Monstruo de las Galletas en fimo:

<https://ar.pinterest.com/pin/337981147029530576/>

SENA. (30 de Abril de 2018). *Portal Web SENA*. Obtenido de

<http://www.sena.edu.co/es-co/trabajo/Paginas/seaEmprendedor.aspx>

Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA). (s.f.). *Periódico SENA*. Obtenido de

<http://periodico.sena.edu.co/inclusion-social/noticia.php?t=apoyo-para-los-emprendedores&i=190>

Tipos de Arte. (31 de Diciembre de 2014). *Arte Country*. Obtenido de

<https://tiposdearte.com/arte-country/#forward>

TODOTEMA. (s.f). *Porcelanicrón*. Obtenido de

<https://sites.google.com/site/historiascuentosyfabulas/manualidades/1-recetas-de-porce-lana-fria>

Wikipedia.org. (2017). *Llavero*. Obtenido de <https://es.m.wikipedia.org/wiki/Llavero>

## 7. ANEXOS

### 7.1. Documentos legales

- [RUT \(Registro Único Tributario\)](#)
- [Certificado de Bomberos](#)
- [RIT Contribuyente](#)
- [RIT Establecimiento](#)
- [CIU - Clasificación de Actividades Económicas N°1](#)
- [CIU - Clasificación de Actividades Económicas N°2](#)
- [Homonimia](#)
- [Acta de constitución sociedad anónima](#)
- [Escritura pública sociedad anónima](#)
- [Certificado de existencia y representación legal](#)

### 7.2. Reglamentos

- [Reglamento interno de trabajo](#)
- [Reglamento de higiene y seguridad industrial](#)

### 7.3. Estados Financieros

#### 7.3.1. Balances.

- [HELISA NIIF-Balance general 2017](#)
- [HELISA NIIF-Balance general 2018](#)

### **7.3.2. Libros.**

- [HELISA NIIF-Libro mayor y balances](#)
- [Libro auxiliar totalizado 2017-2018](#)
- [Libros de Diario: Marzo 2017 – Octubre 2017 \(8 documentos\)](#)
- [Libros de Diario: Marzo 2018 – Agosto 2018 \(6 documentos\)](#)
- [HELISA NIIF-Comprobantes de diario-detalle 2017-2018](#)

### **7.3.3. Estados de Resultados.**

- [HELISA NIIF-Estado de resultados detallado 2017](#)
- [HELISA NIIF-Estado de resultados detallado 2018](#)

### **7.3.4. Flujo de Caja, Proyección de Ventas, Presupuesto, Punto de Equilibrio.**

- [7.3.4. Anexos](#)
- [Encuestas](#)

