

PLAN DE NEGOCIOS
LENA ARTE Y DISEÑO EN CUERO

LEIDY NATALY GUERRERO ARCINIEGAS
NATALY MONTENEGRO PATIÑO

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE ARTES
DISEÑO INDUSTRIAL
SAN JUAN DE PASTO

2017

PLAN DE NEGOCIOS
LENA ARTE Y DISEÑO EN CUERO

Trabajo de grado para optar por el título de Diseñador Industrial

LEIDY NATALY GUERRERO ARCINIEGAS
NATALY MONTENEGRO PATIÑO

Asesor

WILLIAM OBANDO
DOCENTE Y DISEÑADOR INDUSTRIAL

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE ARTES
DISEÑO INDUSTRIAL
SAN JUAN DE PASTO

2017

Las ideas y conclusiones aportadas en el siguiente trabajo son responsabilidad exclusiva del autor.

Artículo 1 del acuerdo No. 324 de Octubre 11 1966 emanado por Honorable Concejo Directivo de la Universidad de Nariño.

Aprobado por el comité de Trabajo de Grado en
cumplimiento de los requisitos exigidos por la
Universidad de Nariño para otorgar el título de
Diseñador Industrial.

ELIZABETH POLO

Directora de Carrera Diseño Industrial

HAROL BONILLA

Jurado 1

JORGE MEJIA

Jurado 2

Pasto, Nariño, Catorce de Noviembre de 2017

Gracias a la institución SENA,

Fondo Emprender por instruirnos en el contenido y estructura de un plan de negocios.

*«Dedicamos este trabajo a nuestros padres, quienes nos dieron la orientación adecuada
para seguir nuestros caminos y alcanzar nuestros sueños»*

RESUMEN

La empresa LENA ARTE Y DISEÑO EN CUERO se encuentra trabajando desde el año 2015 en la ciudad de Pasto, donde su objetivo es posicionar la marca en el sector marroquinerero con altos estándares de calidad, funcionalidad y diseño. Generando empleo e ingresos a los emprendedores. Se maneja diferentes estrategias comerciales que permite llegar a nuestro mercado objetivo. Como son estrategias de comunicación, distribución y promoción.

El concepto de negocio que tiene LENA, está basado en ofrecer productos elaborados teniendo en cuenta las culturas precolombinas, como referentes pictográficos que se aplican al cuero tala, con las diferentes técnicas artesanales manejadas en la región, tales como: pintura, pirograbado y repujado, influenciados con tendencias actuales en combinación de materiales llevando una estética coherente y formal.

Estos productos son demandados por mercados nacionales y extranjeros, especialmente mujeres urbanas que manejan un estilo de vida fuerte con muchas relaciones sociales que van de la mano con la moda, la vanguardia y el diseño sin dejar de lado la funcionalidad.

Las ventas se realizan, tanto en forma directa al consumidor final, como a clientes intermediarios que canalizan los productos por medio de sus empresas de comercialización. Se tiene diferentes clientes consolidados durante el tiempo de trabajo tanto a nivel regional, nacional e internacional; San Juan de Pasto, Ipiales y en la ciudad de Barcelona - España.

Se han determinado diferentes posibles riesgos que enfrentan la empresa y su plan de mitigación para que no ocurran contratiempos en la producción, distribución y comercialización del producto.

Palabras clave: diseño, cuero, marroquinerero, pictográficos.

ABSTRACT

The company LENA ARTE Y DISEÑO EN CUERO has been working since 2015 in the city of Pasto, where its objective is to position the brand in the Moroccan sector with high standards of quality, functionality and design. Generating employment and income for entrepreneurs. Different commercial strategies are used to reach our target market. As are communication strategies, distribution and promotion.

The business concept that LENA has, is based on offering products made taking into account the pre-Columbian cultures, as pictographic references that are applied to leather felling, with the different artisanal techniques handled in the region, such as: painting, pyrography and embossment, influenced by current trends in combination of materials, bringing a coherent and formal aesthetic.

These products are demanded by national and foreign markets, especially urban women who manage a strong lifestyle with many social relationships that go hand in hand with fashion, avant-garde and design without leaving aside the functionality.

Sales are made, both directly to the final consumer, and to intermediary customers who channel the products through their marketing companies. There are different consolidated clients during the working time at regional, national and international level; San Juan de Pasto, Ipiales and in the city of Barcelona - Spain.

Different possible risks faced by the company and its mitigation plan have been determined so that there are no setbacks in the production, distribution and commercialization of the product.

keywords: design, leather, moroccan, pictographic

Tabla de contenidos

Introducción e información general.....	17
Objetivo general.....	18
Objetivo específico.....	18
Capítulo 1. Justificación.....	20
Titulo 1. Datos Generales.....	20
Titulo 1.2. Perfil del cliente.....	21
Titulo 1.3. Localización del cliente.....	21
Titulo 1.4. Consumidor de ferias del punto de venta y de las redes sociales – página web.....	22
Titulo 1.4.1 Perfil Del Consumidor.....	22
Titulo 1.4.2 Localización.....	22
Titulo 1.4.3 Justificación del cliente.....	22
Titulo 1.5. Necesidades a satisfacer de los potenciales clientes / consumidores.....	24
Titulo 1.5.1 Clientes.....	24
Titulo 1.5.2 Consumidor.....	25
Capítulo 2. Oportunidad en el mercado.....	26
Titulo 2.1. Segmentos de mercado.....	26
Titulo 2.2. Tendencia de crecimiento de mercado en el que se encuentra.....	27
Titulo 2.3. Análisis de la competencia.....	27

Titulo 2.4. Canales de comercialización de la competencia.....	31
Capítulo 3. ¿Cuál es nuestra solución?.....	32
Titulo 3.1. Concepto del negocio.....	32
Titulo 3.2. Componente innovador.....	32
Titulo 3.3. Validación de la aceptación del producto en el mercado.....	35
Titulo 3.4 Participación en eventos.....	37
Titulo 3.5 Avance logrado a la fecha para la puesta en marcha del proyecto, en los aspectos: Técnico - Productivo, Comercial y Legal.....	38
Capítulo 4. Desarrollo de la solución.....	40
Titulo 4.1. Condiciones comerciales que aplican para el portafolio de los productos.....	41
Titulo 4.2. Proyecciones de cantidad y precios de venta mensual.....	43
Capítulo 5. Aspectos legales.....	44
Titulo 5.1. Constitución de la empresa y aspectos legales.....	44
Capítulo 6. Condiciones técnicas más importantes para la operación del negocio.....	46
Titulo 6.1. Requerimientos en infraestructura, adecuaciones, maquinaria, equipos, muebles y enseres.....	47
Titulo 6.2. Condiciones técnicas de infraestructura, áreas requeridas y distribución de espacios.....	49
Titulo 6.3. Proceso que se debe seguir para la producción del bien o prestación del servicio.....	49
Titulo 6.4. Capacidad productiva de la empresa.....	49
Capítulo 7. Equipo de trabajo.....	50
Titulo 7.1. Perfil del Emprendedor.....	50
Titulo 7.1.1 Perfil.....	50

Titulo 7.1.1.1 Rol 1.....	50
Titulo 7.1.2 Perfil.....	50
Titulo 7.1.2.1 Rol 2.....	51
Titulo 7.2. Cargos que requiere la empresa para su operación.....	52
Capítulo 8. ¿Cuál es el futuro del negocio?.....	53
Titulo 8.1. Estrategias de promoción.....	53
Titulo 8.1.1 Venta por catálogo.....	53
Titulo 8.1.2 Venta por internet y aplicación móvil.....	54
Titulo 8.2. Estrategia de comunicación.....	55
Titulo 8.3. Estrategia de distribución.....	56
Titulo 8.4. Estrategia de servicio.....	56
Capítulo 9. Periodo improductivo que exige el primer ciclo de producción.....	57
Titulo 9.1. Proyección de ingresos.....	57
Capítulo 10. Riesgos que se enfrenta la empresa.....	64
Conclusiones.....	65
Recomendaciones.....	66
Bibliografía.....	67
Anexos.....	68

Lista de cuadros

Cuadro 1. Cuadro de ventas por productos en el 2017.....	24
Cuadro 2. Competencia por locación.....	28
Cuadro 3. Competencia según productos y servicios.....	29
Cuadro 4. Competencia por precio de línea de productos.....	30
Cuadro 5. Estrategias comerciales de venta y publicidad.....	31
Cuadro 6. Componente Innovador.....	34
Cuadro 7. Avances en la marcha del proyecto.....	38
Cuadro 8. Condiciones comerciales para cliente y consumidor.....	42
Cuadro 9. Requerimientos de inversión.....	48
Cuadro 10. Cargos que requiere la empresa para su operación.....	52
Cuadro 11. Riesgos externos de operación.....	64

Lista de tablas

Tabla 1. Proyección de ingresos por producto.....	58
Tabla 2. Proyección de costos.....	59
Tabla 3. Proyección de gastos.....	60
Tabla 4. Inversiones.....	61
Tabla 5. Capital de trabajo.....	62
Tabla 6. Fuentes de financiación.....	63

Lista de anexos

Anexo No. 01 Complemento del estudio de Mercado.....	69
Anexo No. 02 Avance técnico, productivo legal y comercial hasta la fecha.....	74
Anexo No. 03 Tarjeta persona del cliente y consumidor.....	77
Anexo No. 04 Cuadro de capacidad instalada por operario.....	79
Anexo No. 05 Intenciones de compra y certificaciones de colectivos.....	80
Anexo No. 06 Participación en ferias LENA.....	89
Anexo No. 07 Procesos por productos.....	90
Anexo No. 08 Diagrama de procesos.....	95
Anexo No. 09 Fichas técnicas de los productos.....	96
Anexo No. 10 Aspectos legales.....	98
Anexo No. 11 Tendencias y análisis del sector.....	125
Anexo No. 12 Cuadro de estacionalidad.....	132
Anexo No. 13 Publicidad LENA final.....	137
Anexo No. 14 Catálogo de productos.....	139
Anexo No. 15 Estrategias de ventas.....	140
Anexo No. 16 Planos punto de fábrica y local comercial.....	143
Anexo No. 17 Cuadro de ventas por productos en el 2017.....	145
Anexo No. 18 Cuadro condiciones comerciales por producto, cliente y consumidor.....	146

Glosario

Tala: cuero que maneja sales y aceites vegetales para su curtición.

Estacionalidad: Meses donde la producción tiene altos y bajos dependiendo de las fechas comerciales.

Curtiembres: Lugar donde se curte la piel de los animales en sus diferentes procesamientos.

Introducción

El emprendimiento LENA arte y diseño en cuero contiene un plan de negocios de la empresa, que evidencia que el proyecto puede dar marcha y tener una rentabilidad para mantenerse en el mercado, ofreciendo productos de calidad, funcionalidad y diseño de la mano de la moda y la vanguardia, dirigida al cliente y consumidor femenino localizado en la ciudad de Pasto.

Objetivo general

Posicionar la empresa LENA marroquinera, productora y comercializadora de artículos y accesorios en cuero para la población de San Juan de Pasto, con altos estándares de calidad y diseño, generando empleo e ingresos a los emprendedores con alta experiencia en el sector marroquinerero.

Objetivos específicos

- Elaborar y comercializar nuevos artículos y accesorios en cuero tales como bolos, billeteras, monederos, porta celulares y accesorios buscando satisfacer las necesidades y exigencias actuales de los clientes.
- Mantener clientes potenciales con un consumo mensual, para toda la línea de producción que estará en capacidad de producir la empresa
- Emplear procesos reutilización de la materia prima sobrante en la elaboración de accesorios, como gancho comercial, para nuestros clientes, además contribuir con la reducción del impacto ambiental que estos residuos generan.
- Incrementar estrategias que permitan obtener más fidelización, como la experiencia del usuario en donde la empresa Lena involucra a los clientes y consumidores a construir los productos que ellos demandan, generando así más artículos e innovación en el mercado.
- Generar confianza en el cliente con la oportunidad de atender sus necesidades y expectativas en el momento indicado.
- Ofrecer al cliente una íntima comunicación en donde se preste mucha atención de los que ellos quieren y esperan del producto diseñado.

- Generar 6 empleos directos en el primer año de funcionamiento de la empresa entre los que se encuentran: Gerente, Asesor de ventas de apoyo, Jefe de producción, un operario y un contador, este último contratado por honorarios, además de ellos dirigidos a población vulnerable o madres cabezas de familia
- Implementar tecnologías más limpias que conduzcan a la reducción de los tiempos de producción hasta de un 28% y a la disminución del consumo de materias primas e insumos; agua, energía y a la minimización de residuos tóxicos y contaminantes para el medio ambiente

CAPÍTULO 1: Justificación

Los clientes demandan productos que satisfagan las necesidades de sus consumidores, que les permitan vivir momentos memorables, es por eso que los productos que ofrece y diseña la empresa LENA ARTE Y DISEÑO EN CUERO, deben estar cargados de diferenciación y valores agregados que hagan de su producto algo único.

Lo principal a tener en cuenta es que busca satisfacer las necesidades del consumidor al ofrecerle todo tipo de accesorios con asesoría especializada, logrando la repetición de compra y fidelización de los mismos.

Las mujeres en edades de 18 a 45 años de estratos 3, 4 y 5, independientes con ingresos propios que se interesan por sentirse y lucir bien, son los principales consumidores de los almacenes de accesorios de vestuario, diseño y marroquinería, por lo tanto, nuestros productos se diseñan y elaboran cumpliendo con las exigencias que demandan los consumidores.

Además se preocupan por consumir productos que se elaboren bajo procesos que generen poca contaminación, ya que nuestros productos están elaborados con cuero tala, que no maneja el cromo en la curtición, sino aceites vegetales como también se utilizan los residuos de materia prima para elaborar los accesorios de lujo.

1.1 Datos generales

La sede principal de la empresa se localizará en la ciudad de Pasto por los siguientes factores:

- Se realizó el estudio de mercado confirmando que nuestros clientes y consumidores potenciales se encuentran en la ciudad de Pasto.

- La cercanía al Municipio de Belén donde se encuentran los proveedores de la materia prima que es el cuero.
- La gran mayoría de los competidores manejan técnicas tradicionales con pocos componentes innovadores y personalización, lo cual es una ventaja porque esa son las características principales de los productos Lena destacando el diseño y la personalización para ofrecer exclusividad al cliente y consumidor.

1.2 Perfil del cliente

Mujeres urbanas que se caracterizan por tener una ritmo de vida fuerte, comercializan accesorios en tiendas y locales por lo cual buscan productos que demandan sus consumidores, que les aportan funcionalidad, calidad y diseño, complementan su vestuario y van de la mano con las tendencias de la vanguardia y la moda, los productos que usan y comercializan éstos clientes están cargados de valores agregados lo que les permiten tener exclusividad en lo que buscan y ofrecen, especialmente mujeres entre los 18 y 45 años de los estratos 3, 4 y 5.

1.3 Localización del cliente

Nuestros clientes se localizan principalmente en la ciudad de Pasto e Ipiales, mercado donde se ha venido vendiendo en los locales y tiendas que comercializan los diferentes productos que ofrece nuestra empresa.

Además, también se tiene clientes potenciales en la ciudad de Barcelona (España), donde se encuentra un familiar que vende los productos con agregado artesanal, productos que han tenido excelente demanda, con tendencias de crecimiento, especialmente por los diseños

exclusivos de la marca LENA. (*Anexamos registros bancarios e intención de compra, legalizada en notariado desde Barcelona España*)

1.4 Consumidor de ferias, del punto de venta y de las redes sociales- página web

1.4.1 Perfil Del Consumidor

Como lo describimos anteriormente, el consumidor en su mayoría son mujeres urbanas de 18 a 45 años de edad de los estratos 3,4 y 5, que se caracterizan por tener un ritmo de vida fuerte, con muchas relaciones sociales, llevan como complemento de sus vestuarios accesorios funcionales de excelente calidad y con diseño personalizado o exclusivo con agregado diferenciador, manejan redes sociales y productos que aporten en un ambiente sostenible y eco amigable.

1.4.2 Localización

Se localizan principalmente en la ciudad de Pasto y Medellín que son: Asistentes a eventos y ferias a las que hemos asistido, como Expo artesano (Pasto), Feria Internacional de Artesanos Entre flores (Medellín), Ferias organizadas por el Colectivo Pasto Compra Joven (Pasto), Ferias organizadas por la Alcaldía y Secretaria de Desarrollo Económico (Pasto), Ferias organizadas por la Oficina de Turismo (Pasto) y en futuro los consumidores que demanden en nuestro punto de venta.

1.4.3 Justificación del cliente

Los consumidores necesitan productos que les permitan vivir momentos memorables, es por eso que los productos que ofrece y diseña la empresa LENA ARTE Y DISEÑO EN CUERO, deben estar cargados de diferenciación y valores agregados que hagan de su producto algo único.

Lo principal a tener en cuenta es que busca satisfacer las necesidades del consumidor al ofrecerle todo tipo de accesorios con asesoría especializada, logrando la repetición de compra y fidelización de los mismos.

Con base en el producto y los servicios que se ofrecen nuestro mercado son las mujeres en edades de 18 a 45 años, de estratos 3, 4 y 5, estudiantes y ejecutivos con ingresos medios que se interesan por sentirse y lucir bien. Además por preocuparse por medio ambiente sostenible, ya que nuestros productos están elaborados con cuero tala, que no maneja el cromo en la curtación, sino aceites vegetales, y también se utilizan los residuos de materia prima para elaborar los accesorios de lujo.

En el siguiente cuadro relacionamos en forma más detallada las ventas por productos realizadas en los últimos 6 meses, siendo estos resultados **la representación del 80% de los productos vendidos**, lo que permite afirmar que el mayor porcentaje de productos están demandados por las mujeres con edades entre los 18 a 45 años.

Cuadro 1. Cuadro de ventas por productos en el 2017

CUADRO DE VENTAS POR PRODUCTOS EN EL 2017				
PRODUCTO	EVENTO	NUMERO DE PRODUCTOS	CANTIDAD EN \$	CLASE DE CLIENTES
PORTA APARATOS TECNOLOGICOS	FERIAS LOCALES Y NACIONALES	160	6.720.000	Mujeres entre 18 y 45 años
	TIENDAS Y EMPRESAS UBICADAS EN PAST	80	3.360.000	
	ESPAÑA(BARCELONA)	80	3.360.000	
	Subtotal		13.440.000	
BOLSO DAMA	FERIAS LOCALES Y NACIONALES	15	1.350.000	Mujeres entre 18 y 45 años
	TIENDAS Y EMPRESAS UBICADAS EN PAST	10	900.000	
	ESPAÑA(BARCELONA)	15	1.350.000	
	Subtotal		3.600.000	
BILLETERAS Y COSMETIQUERAS	FERIAS LOCALES Y NACIONALES	30	1.650.000	Mujeres entre 18 y 45 años
	TIENDAS Y EMPRESAS UBICADAS EN PAST	10	550.000	
	ESPAÑA(BARCELONA)	30	1.650.000	
	Subtotal		3.850.000	
ACCESORIOS DE LUJO	FERIAS LOCALES Y NACIONALES	40	1.400.000	Mujeres entre 18 y 45 años
	TIENDAS Y EMPRESAS UBICADAS EN PAST	20	700.000	
	ESPAÑA(BARCELONA)	20	1.400.000	
	Subtotal		3.500.000	
TOTALS ==>>		510	24.390.000	

1.5 Necesidades a satisfacer de los potenciales clientes / consumidores

1.5.1 Clientes

Nuestros clientes están cada día más exigentes a la hora de adquirir nuestros productos; por parte del *cliente*, este pide que los productos que compra cumplan con las características que exigen sus consumidores, productos bien terminados, diseños modernos y exclusivos, que les brinde más seguridad, sean fáciles de utilizar, livianos y valores agregados que los identifique con su estilo de vida, elaborados con materiales de alta calidad, además que tengan conciencia del impacto ambiental y por ende generen alguna campaña en contra de la contaminación del planeta.

Nuestros clientes están altamente influenciados por su grupo social y por las tendencias del mercado y la moda, disfrutan del agregado artesanal y valores ancestrales y tradicionales de la cultura, los deportes, ya que los practican o los observan. (*Ver tarjeta persona del cliente y consumidor en anexo No. 03*)

1.5.2 Consumidor

El consumidor exige un artículo que complemente su vestuario, por eso llevan consigo unas características propias que les permite llevar un estilo que hace diferencia; Nuestros consumidores potenciales están reclamando en el mercado productos con diseños que tengan características de funcionalidad, que les brinde más seguridad, sean fáciles de utilizar, livianos, que tengan gran calidad y valores agregados, que los identifique con su estilo de vida.

Encontramos personas consumidoras que están altamente influenciadas por su grupo social y por las tendencias del mercado o la moda, estas buscan en los productos que compran un estilo propio al ritmo del cambio y la vanguardia, ya que disfrutan de momentos de esparcimiento con amigos y familia, gustan de espacios para conversar y compartir experiencias, disfrutan del agregado artesanal y valores ancestrales y tradicionales de la cultura, los deportes, ya que los practican o los observan.

Mujeres adulto jóvenes, que requieran tener un transporte seguro de sus elementos personales, con productos elaborados a base de materiales que ayuden a conservar el medio ambiente, con diseños exclusivos y/o personalizados de tipo casual, ya que poseen características atractivas que podrían traducirse en capacidad y deseo de compra (*Ver tarjeta persona del cliente y consumidor en anexo No. 3*)

CAPITULO 2: Oportunidad en el mercado

2.1. Segmentos de mercados

Claramente identificados entre los 18 y 45 años de edad de los estratos 3,4 y 5 de la Ciudad de Pasto.

Se realizó estudio de mercado para este segmento y se cuenta con clientes reales y potenciales, los cuales son Almacenes Babú Diseño y Divino Roperero localizados en la Ciudad de Pasto y en Ipiales la Sra. María Sosa, comerciante que tiene un punto de venta en el Centro Comercial Polo, en la Ciudad de Ipiales, los cuales realizan compras de nuestros productos en forma constante (*Ver evidencias en el anexo No. 05*)

Por otra parte, tenemos las ventas realizadas en las diferentes ferias comerciales de Pasto y Medellín, eventos de comercialización y redes sociales por las que hemos comercializado nuestros productos (*Ver evidencias en el anexo No. 06*)

Con la implementación del proyecto el cual incluye recursos para la apertura de un punto de venta directo el cual estará localizado en un punto estratégico de la ciudad, se pretende realizar ventas directas de nuestros productos a los clientes potenciales.

En lo relacionado con mercados internacionales, se cuenta con un cliente que comercializa los productos en la ciudad de Barcelona, España, el cual mantiene compras en forma constante, las cuales las evidenciamos con copias de consignaciones bancarias y carta de intención de compra autenticada en dicho país (*Ver evidencias en el anexo No. 07*)

Las ventas realizadas durante el año 2017, las evidenciamos con una certificación de ingresos expedida por Contador Público Titulado por un monto de \$ 4.000.000.00 mensuales (*Ver evidencia en anexo No. 08*)

Por lo anterior, podemos afirmar que tenemos un amplio mercado del orden Nacional e Internacional para posicionar nuestros productos; más aún si los nuevos productos estarán elaborados con tecnología de punta, tecnología que le va a incorporar al producto mayor calidad en los cortes y pirograbado por vía laser.

2.2 Tendencia de crecimiento del mercado en el que se encuentra

A manera de complemento en lo relacionado con la oportunidad de mercado, presentamos en un anexo un análisis de mercado, el cual nos muestra los siguientes resultados: *Ver anexo No. 11.*

2.3 Análisis de la Competencia

El listado de los establecimientos que se relacionan a continuación corresponde a aquellos posibles competidores cuya actividad económica coincide con la de esta propuesta en los servicios y/o productos que ofrecen y podrían coincidir en su ubicación.

Por lo tanto, presentamos los siguientes cuadros de acuerdo a su localización, productos y servicios, precios y logística de distribución.

Cuadro 2. *Competencia por locación*

COMPETENCIA POR LOCALIZACION				
Descripcion	VINITRO	Velez, Pasto	Limón piel	El mural
Dirección	Calle 18 con Cra. 29 Centro	CC. Unicentro CC. Único CC. Sebastián de Belalcazar.	Carrera 29 No. 17-82 B/Las Cuadras.	Cra 27 No. 13 - 92.
Segmento al que se dirige	15 a 40 años	30 a 55 años	30 a 55 años	20 a 45 años
Género	Femenino	Masculino//Femenino	Femenino	Masculino//Femenino

Cuadro 3. Competencia según productos y servicios

COMPETENCIA SEGÚN PRODUCTOS Y SERVICIOS				
Descripcion	VINITRO	VELEZ	LIMON PIEL	EL MURAL
PRODUCTOS	Productos infantiles, morrales y maletines para útiles	Maletines para hombre y para mujer	Bolsos para mujer.	Productos infantiles, morrales y útiles
	Mochilas para mujer y maletines	Bolsos para mujer	Billeteras y cosmetiqueras	Maletines para hombre y mujer
	Billeteras y cosmetiqueras	Billeteras y cosmetiqueras	Accesorios de lujo para mujer	Bolsos para mujer
	Porta aparatos tecnológicos	Cinturones		Billeteras.
		Calzado para mujer, hombre y niño		Cinturones
		Productos para viaje		Productos de viaje
SERVICIOS	Productos elaborados principalmente en materiales sintéticos	Productos elaborados principalmente en cuero con complementos en materiales sintéticos	Productos elaborados principalmente en cuero con apliques en tejidos y complementos artesanales	Productos elaborados principalmente en cuero, sin embargo, cuenta con algunas líneas de productos elaborados en materiales sintéticos
	Amplia variedad de funciones, colores y estampados	Amplia variedad de funciones, colores y estilos	Amplia variedad de colores y estilos	El establecimiento vende productos de otras marcas
	Varias líneas de producción	Productos de alta gama	Productos de alta gama tipo exportación	Variedad en colores
	Para mujeres	Varias líneas de producción	Exclusivamente para mujeres	Variedad de líneas
	Estilo principalmente vitare	Exclusivamente para hombres y mujeres	Estilo principalmente formal	Venta personalizada y por catalogo
		Estilo principalmente formal	Venta personalizada y por catalogo	
		Personalización a través de página web		

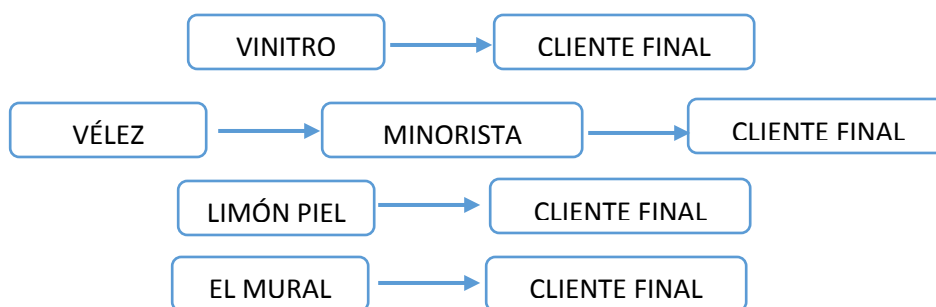
Cuadro 4. Competencia por precio de línea de productos

COMPETENCIA POR PRECIO POR LINEA DE PRODUCTOS				
Líneas de productos	Precios promedio en pesos			
	VINITRO	Vélez	Limón Piel	El Mural
Productos infantiles	70.000	N.A.	N.A.	60.000
Maletines y morrales para hombre y mujer	160.000	150.000	N.A.	90.000
Bolsos para mujer	110.000	160.000	250.000	90.000
Calzado para hombre y mujer	N.A.	200.000	N.A.	N.A.
Billeteras	40.000	90.000	50.000	40.000
Cinturones o correas	N.A.	85.000	N.A.	35.000
Accesorios para mujer	N.A.	N.A.	50.000	N.A.
Productos para trecking	220.000	N.A.	N.A.	N.A.
Productos para viaje (maletas)	220.000	300.000	N.A.	180.000

Cuadro 5. Estrategias comerciales, de venta y publicidad

ESTRATEGIAS COMERCIALES, DE COMERCIALIZACION Y PUBLICIDAD				
Estrategias	VINITRO	Vélez	Limón Piel	El mural
Venta directa	SI	SI	SI	SI
Venta por catalogo	SI	NO	NO	NO
Referidos	NO	NO	NO	NO
Redes sociales	SI	NO	SI	NO
Página web	SI	SI	SI	NO
Puerta a puerta	NO	NO	NO	NO
Activaciones de marca	SI	SI	NO	NO
Publicidad	VINITRO	Vélez	Limón Piel	El mural
Radio	SI	SI	NO	NO
Televisión local	NO	NO	NO	NO
Prensa	NO	NO	NO	NO
Pantallas LED	SI	NO	NO	NO
Promoción	VINITRO	Vélez	Limón Piel	El mural
Cupones	SI	NO	NO	NO
Promociones pague 1 x 2 o similares	NO	NO	NO	NO
Descuentos por temporada	SI	SI	SI	SI

2.4 Canales de comercialización de la competencia:



CAPITULO 3: ¿Cuál es nuestra solución?

3.1 Concepto del Negocio

El concepto de negocio que tiene LENA, está basado en ofrecer productos elaborados teniendo en cuenta las culturas precolombinas, teniendo como referentes pictografías que se aplican al cuero tala, con las diferentes técnicas artesanales manejadas en la región tales como: pintura, pirograbado y repujado, influenciados con tendencias actuales con combinación de materiales llevando una estética coherente y formal.

Estos productos son demandados por mercados nacionales y extranjeros, especialmente mujeres con características antes detalladas.

Las ventas se realizan, tanto en forma directa al consumidor final, como a clientes intermediarios que canalizan los productos por medio de sus empresas de comercialización.

3.2 Componente Innovador:

La innovación de esta idea de negocio se basa principalmente en la utilización de la materias prima llamada cuero tala (cuero que no maneja el cromo en la curtición, si no aceites vegetales), en combinación con otros tipos de materiales de buena calidad, como lonas o telar andino; además de incluir en el producto diferentes técnicas como pintura repujado y pirograbado, que le dan grado de diferenciación al producto; todas estas técnicas han sido manuales como pintura y repujado pero cada grafica que se muestra se ha tomado como referente de pirografía indígena, basados en la naturaleza, las constelaciones y geografía fractal, además otras temáticas para que el cliente pueda obtener más variedad.

Muchos de los diseños se basan en la utilización de la cultura precolombina donde las creaciones propias hacen que cada producto tenga un agregado muy particular que diferencia la marca y le da un estilo propio; además de la mezcla de colores y texturas en cuero con diseños muy ligeros y livianos, la utilización de figuras geométricas, líneas y grabados, contraste de colores y formas que le dan a cada producto un diseño moderno que va a la vanguardia de la moda y el estilo.

Todas las técnicas usadas para la personalización de cada producto son manuales, pero para un futuro cercano se pretende obtener la máquina de corte y grabado laser para cuero, con la cual se llegará a minimizar los tiempos de producción tanto del producto como en el agregado de diferenciación, ya que con ésta tecnología permite pirograbar en el cuero tala en forma mucho más perfecta. Esto a su vez se ve reflejado en menores tiempos de entrega, mayor capacidad de producción, mejor aprovechamiento de mano de obra, cotizaciones más ajustadas al precio del mercado y reducción de costos importantes para la empresa.

LENA también pretende ofrecer innovación en el diseño de los productos y mayor interacción con sus clientes en un futuro, basados en la utilización de una aplicación móvil que podrá ser descargada de forma gratuita y a través de la cual el usuario podrá personalizar sus bolsos o accesorios de acuerdo a sus gustos y preferencias. Todo este proceso apoyados en los conocimientos de Diseño Industrial de sus emprendedoras, adquiridos en sus estudios universitarios, ya que sus conocimientos van a permitir realizar diseños exclusivos, funcionales y de calidad.

Cuadro 6. *Componente Innovador*

VARIABLE	DESCRIPCION DE LA INNOVACION
Concepto del Negocio	La innovación en el concepto de negocio es el manejo de la neo artesanía, productos cargados de valores agregados tradicionales, conceptos indígenas que pretenden darle a cada diseño un valor único y exclusivo que lo diferencie de los demás productos que encontramos en el mercado, logrados a través de la utilización de maquinaria y tecnología de punta.
Producto	La innovación en el producto se basa principalmente en la personalización con agregado en pintura a mano, repujado o pirograbado, gracias al manejo del cuero tala (cuero que no maneja el cromo en la curtación si no aceites vegetales) y permite trabajar todas estas técnicas, podemos hacer este tipo de agregado con gran calidad dándole un grado artesanal, diferenciación y exclusividad a cada diseño.
Servicio	La innovación que se quiere incluir en el servicio es por medio de la creación de una aplicación móvil que se descargue gratuitamente en los celulares y se pueda utilizar para la personalización de cada uno de los diseños que ofrece la empresa LENA arte y diseño en cuero.
	La innovación del proceso productivo se encuentra

Proceso	<p>principalmente en la utilización de la máquina de corte y grabado laser que se solicita al Fondo Emprender con la cual se va a mejorar la calidad del valor agregado, además de disminuir los tiempos de producción para los procesos de corte y grabado de la materia prima y también el ahorro en materia prima, ya que permite visualizar los moldes de una manera digital y así generar menor cantidad de desperdicios en este proceso.</p> <p>Con la materia prima sobrante se diseña los accesorios de lujo, una nueva línea de productos que ofrece la empresa LENA ARTE Y DISEÑO EN CUERO que han tenido mucha acogida y aceptación en el mercado por los valores agregados que se incluye.</p> <p>En el proceso de empaque del producto se hace bolsas en material cambre que son 100% reutilizables para contribuir con el impacto ambiental además de ser una estrategia publicitaria muy importante porque cada empaque lleva estampada la marca LENA arte y diseño en cuero.</p>
---------	--

Ver catálogo de productos en anexo No. 14

3.3 Validación de la aceptación del producto en el mercado

Nuestra empresa cuenta con un registro en la Cámara de Comercio en la Ciudad de Pasto como persona natural, con el nombre LENA ARTE Y DISEÑO EN CUERO, inicio

operaciones desde el año 2015, desde esa fecha hemos validado nuestros productos en varios mercados de la ciudad de Pasto y en la Ciudad de Medellín a través de ferias, en el ámbito internacional en la Ciudad de Barcelona. Hemos visto crecer nuestras ventas y líneas de nuestros productos ofrecidos.

Por lo tanto, les presentamos en forma breve los procesos vividos en los diferentes mercados:

- El 3 de Marzo de 2015 iniciamos con la participación de LENA al colectivo Pasto Compra Joven, programa de la Alcaldía de Pasto que promueve el emprendimiento en las diferentes ferias locales que se presentan en las fechas importantes como día de la mujer, de la madre, amor y amistad entre otros.
- El 9 de Mayo de 2016 con la participación de Expo Artesano en las instalaciones del Centro Comercial Unicentro, donde se pudo dar a conocer los productos. Estos productos se estaban realizando mediante pago de mano de obra a talleres que elaboran artículos de cuero, corriendo el riesgo de que los productos sean copiados.
- En agosto de año 2016 se participa en la feria internacional de artesanos entre flores en la ciudad de Medellín donde se llevó diversos diseños con mucha acogida por parte de los consumidores de esa región del país.
- Con recursos obtenidos en las anteriores ferias se adquiere maquinaria básica para la realizar los productos e iniciar con su emprendimiento de manera más independiente.
- Se cuenta con clientes reales y fidelizados durante este periodo de funcionamiento.

- Ha inicio del 2017 conseguimos el mercado de España, gracias al apoyo de un familiar que está canalizando nuestros productos en dicho mercado.
- Las evidencias que presentamos en lo relacionado con la compra de materia prima, facturas de venta, certificación de ingresos expedido por Contador Público, evidencias fotográficas de ferias y eventos de comercialización, etc., son pruebas de que los productos de LENA están llegando al consumidor y han tenido aceptación en diferentes mercados nacionales e internacionales.

3.4 Participación en eventos

“LENA” ha participado en distintas ferias y/o eventos empresariales, entre los más importantes tenemos:

- **Expo artesano 2016, Pasto. FENALCO.**
- **Pasto Compra Joven 2015, Pasto.** Alcaldía de Pasto, Dirección de Juventud.
- **FERIA INTERNACIONAL DE ARTESANOS ENTRE FLORES 2016,**

Medellín

- **Ferias de la Gobernación de Nariño**
- **Feria de Carnavales Casa de Taminango**
- **Ferias organizadas en la oficina de Genero de la Alcaldía de San Juan de**

Pasto

Ver participación en ferias en anexo No. 06

3.5 Avance logrado a la fecha para la puesta en marcha del proyecto, en los aspectos: Técnico - Productivo, Comercial y Legal.

Cuadro 7. Avances en la marcha del proyecto

AVANCES EN LA MARCHA DEL PROYECTO	
ASPECTO	AVANCE
TECNICO - PRODUCTIVO	<p>Actualmente la empresa LENA ARTE Y DISEÑO EN CUERO, tiene en el punto de fabricación ubicado en el barrio la carolina una maquina plana, computador, mesas de acrilico y diferentes tipos de herramientas manuales y materiales que hemos utilizado para elaborar los productos vendidos hasta la fecha, estos fueron adquiridos con los recursos que ha generado la empresa; además cuenta con un taller de aproximadamente 8 m2, <i>(fotos insertados en anexo No. 02)</i>, donde se realiza la producción de la empresa que esta ubicada en el Barrio la Carolina.</p> <p>Además una coleccion completa de productos terminados disponibles para la venta en los diferentes mercados, estos productos se han fabricado con herramientas propias, materia primas adquiridas con nuestros propios recursos, dos familiares que laboran como ayudantes y en estos dias inicia una practicante del Programa de Diseño Industrial de la Universidad de Nariño, como apoyo en el area de produccion.</p>
COMERCIAL	<p>En la parte comercial la empresa cuenta con los siguientes avances:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>BABU DISEÑO</i>, uno de los principales clientes en Pasto y HEYDER PABON cliente residente en la ciudad de Barcelona, España, ambos clientes fidelizados, con intenciones de compra que insertamos en anexos. - <i>DIVINO ROPERO</i>, almacen de ropa de accesorios, ubicada en la ciudad de Pasto, los cuales demandan los productos relacionados con: Cosmetiqueras, billeteras, portacecular, bolso dama y accesorios de lujo. - <i>MARIA SOSA</i>, comerciante localizada en el Centro Comercial Polo en la ciudad de Ipiales, la cual demanda: Portaceculares, billeteras y bolsos para dama. - Evidencias de invitaciones a multiples ferias en la ciudad de Pasto, invitaciones que hemos recibido del colectivo PASTO COMPRA JOVEN como son: FERIA SEMANA DE LA JUVENTUD, AMOR Y AMISTAD, GALERAS ROCK , BACKGROUND, FERIA DE DICIEMBRE, a través de la oficina de cultura se recibio invitacion a la Feria Internacional de Artesanos en Pasto, en la ciudad de Medellin invitacion para participar en la Feria Internacional de Artesanos entre flores, a nivel nacional tambien recibimos invitacion para participar en el Hall de innovadores en la ciudad de Bogota Corferias, en la ciudad de Pasto para entrar en expoartesano organizada por FENALCO. - Se cuenta además con marca reconocida en el mercado local gracias a la participacion de ferias, marca en proceso de registro en Industria y Comercio por medio de Artesanias de Colombia, imagen corporativa, publicidad a traves de tarjetas, flayers y página en diferentes redes sociales. - Un completo portafolio de productos elaborado con fotografias de todos los productos fabricados por la empresa LENA, el cual es presentado a nuevos y antiguos clientes.
LEGAL	<p>En los aspectos legales, actualmente la empresa LENA ARTE Y DISEÑO EN CUERO se encuentra registrada en Camara de Comercio de Pasto como Persona Natural, pero se tiene contemplado en un futuro legalizarla como empresa SAS por multiples razones, las cuales las detallamos en los aspectos legales.</p> <p>Registro de marca, en proceso de legalizacion con la SIC, con el apoyo de ARTESANIAS DE COLOMBIA.</p> <p>En lo referente a las normas exigidas para los productos artesanales vendidos a España, se ha realizado consulta en la Camara de Comercio, la cual nos informo que se debia cambiar el RUT especial para exportar esta clase de productos, certificaciones sobre la calidad del cuero y otros aspectos necesarios para poder realizar en un futuro exportaciones en altos volúmenes con el cumplimiento de las normas internacionales.</p>

Ver avances técnico productivo, comercial y legal en anexo No. 02, intenciones de compra y certificados de ferias en anexo No. 05, participación en ferias en anexo No. 06

Las fichas técnicas de los productos que fabricamos están detalladas en forma muy completa en un anexo especial, donde se incluyen fotografías, descripción del producto específico, nombre comercial, unidad de medida, descripción general y condiciones especiales.

Ver fichas técnicas en anexo No. 09

CAPITULO 4: Desarrollo de la solución

Inicialmente y de acuerdo a la estrategia de mercadeo del Plan de Negocios que vamos a presentar al Fondo Emprender, es tener un local con un punto de venta al consumidor final, que nos permita realizar ventas directas, exhibición de las diferentes líneas de productos, realizar ofertas y jornadas de mercadeo, con el fin de promocionar los productos nuevos y existentes dentro de nuestro portafolio. Este proceso de mercadeo en la generación de ingresos es adicional a los que la empresa viene recibiendo por las ventas tanto a clientes, como a consumidores en el mercado local.

Tener puntos de exhibición en pequeñas burbujas de comercialización en Centros Comerciales, especialmente en nuestra región en el Centro Comercial UNICO y UNICENTRO, bajo un esquema de mercancías en consignación, el cual nos evita gastos en legista, arrendamientos, gastos de personal y demás rubros necesarios que hay que invertir. Estos ingresos adicionales van a apoyar el incremento de los ingresos obtenidos sobre ventas.

Obtener ingresos adicionales con el posicionamiento de la marca a través de diferentes ferias comerciales a nivel nacional, ferias en las cuales ya se ha participado, logrando aprovechar la experiencia y oportunidad de conseguir nuevos clientes del orden nacional e internacional; además de las ferias locales que se programan mensualmente en las diferentes fechas del año en las que se ha venido participando.

Exhibir los productos LENA ARTE Y DISEÑO EN CUERO en tiendas estratégicas de la ciudad de Pasto con alto índice de calidad y diseño.

Aprovechar el mercadeo digital por medio de la página web y redes sociales, que nos permita promocionar y publicitar nuestros productos. Estos ingresos seguramente en un futuro cercano van a ser importantes dentro del proceso de generación de ingresos para la empresa.

A través de la creación de la aplicación móvil obtener más ventas personalizadas y también llegar a fidelizar clientes potenciales nuevos.

Enviar productos mensualmente a Barcelona para fortalecer el mercado internacional, con el objeto de tener un mercado potencialmente grande, que logre incrementar una significativa participación del mercado, inicialmente en España y ampliarlo a otros países Europeos, con productos propios en diseño y marca LENA.

Por último, continuar con la generación de ingresos con las ventas que se vienen realizando y fortalecerlos con estrategias de mercadeo y comercialización, y así aprovechar el mejoramiento de calidad de los productos, por estar elaborados con tecnología de punta.

4.1 Condiciones comerciales que aplican para el portafolio de los productos

En la siguiente tabla detallamos las condiciones comerciales de los principales clientes que tiene la empresa, teniendo en cuenta el cliente y/consumidor, volúmenes de ventas, exigencias que debemos cumplir, sitio de compra, forma de pago, precios, requisitos de post-venta, garantías y márgenes de comercialización.

Cuadro 8. Condiciones Comerciales Para Cliente Y Consumidor

BABU DISEÑO		HEIDER PABON (Cliente Internacional)	MARIA SOSA (Ipiales)	CONSUMIDOR FINAL (Ventas directas, ferias, redes sociales, etc.)
¿Cuales son los volúmenes y su frecuencia de compra?	50 PORTACELULAR 30 BILLETAS Compras mensuales	50 PORTACELULAR 30 BILLETAS 10 BOLSO DAMA 20 ACCESORIOS Ventas mensuales	20 PORTACELULAR 5 BILLETAS 3 BOLSO DAMA 10 ACCESORIOS DE LUJO Ventas mensuales	30 PORTACELULAR 10 BILLETAS 7 BOLSOS DAMA 30 ACCESORIOS Ventas mensuales
¿Que características se exigen para la compra? (Calidad, presentación, empaque)	Cuero en combinación con otros materiales. Marquillas y etiquetas con información del producto y de la empresa. Empaque en material cumbre reutilizable con logo estampado	Cuero en combinación con otros materiales. Marquillas y etiquetas con información del producto y de la empresa. Empaque en material cumbre reutilizable con logo estampado	Cuero en combinación con otros materiales. Marquillas y etiquetas con información del producto y de la empresa. Empaque en material cumbre reutilizable con logo estampado	Cuero en combinación con otros materiales. Marquillas y etiquetas con información del producto y de la empresa. Empaque en material cumbre reutilizable con logo estampado
Sitio de compra	Tienda BABU DISEÑO Barrio las cuadras Pasto Nariño	PASTO	Local comercial situado en la ciudad de Ipiales	Ferias de comercialización en Pasto y Medellín
Forma de pago	Contado	CONTADO	Contado	Contado
Precio	PORTACELULAR \$ 45.000 BILLETAS \$ 50,000	PORTACELULAR \$ 45.000 BILLETAS \$ 50,000 BOLSO DAMA \$ 90,000 ACCESORIOS \$ 30.000	PORTACELULAR \$ 45.000 BILLETAS \$ 55,000 BOLSO DAMA \$ 90,000 Accesorios \$ 30.000	PORTACELULAR \$ 45.000 BILLETAS \$ 50,000 BOLSOS DAMA \$ 90,000 ACCESORIOS \$ 30,000
Requisitos de Post-venta	N.A	N.A	N.A	N.A
Garantías	Defectos de fabricación	Defectos de fabricacion	Defectos de fabricacion	Defectos de fabricacion
Margen de Comercialización	N.A	N.A	N.A	N.A

4.2. Proyecciones de cantidades y precios de venta mensual.

A continuación se detallaran las fechas en las que los productos LENA, tienen una mayor demanda por parte del mercado, por lo tanto hemos elaborado un cuadro detallado de las variaciones mes a mes.

Ver cuadro estacionalidad en anexo No. 12

CAPITULO 5: Aspectos legales

5.1 Constitución De La Empresa Y Aspectos Legales

La empresa se constituirá bajo el nombre de LENA ARTE Y DISEÑO EN CUERO S.A.S., teniendo como actividad principal el Código CIU 1512, respondiendo a actividad comercial:

- Fabricación de artículos de viaje, bolsos de mano y artículos similares elaborados en cuero y fabricación de artículos de talabartería y guarnicionería y tendrá como domicilio principal la ciudad de San Juan de Pasto, Departamento de Nariño – Colombia.

Y como Actividad Secundaria el Código CIU 1410, respondiendo a actividad comercial:

- Confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel.

De esta manera se constituirá como una Sociedad por Acciones Simplificada, SAS., dando cumplimiento a los lineamientos establecidos en la Ley 1258 de 2008, norma que regula a las SAS., y el Decreto 2020 de 2009.

Se decidió constituir una SAS por las grandes ventajas y flexibilidad que posee en comparación con otros tipos de sociedades.

A continuación se detalla algunas de las ventajas:

- La creación de la empresa es más fácil. Una SAS se puede crear mediante documento privado, lo cual le ahorra a la empresa tiempo y dinero. La responsabilidad de sus

socios se limita a sus aportes. La empresa puede beneficiarse de la limitación de la responsabilidad de sus socios, sin tener la pesada estructura de una sociedad anónima.

- No se requiere establecer una duración determinada. La empresa reduce costos, ya que no tiene que hacer reformas estatutarias cada vez que el término de duración societaria esté próximo a caducar.
- El objeto social puede ser indeterminado. Las personas que vayan a contratar con la SAS, no tienen que consultar e interpretar detalladamente la lista de actividades que la conforman para ver si la entidad tiene la capacidad para desarrollar determinada transacción.
- Por regla general no exige revisor fiscal. La SAS sólo estará obligada a tener revisor fiscal cuando los activos brutos a 31 de diciembre del año inmediatamente anterior, sean o excedan el equivalente a tres mil salarios mínimos.
- Mayor facilidad en la operación y administración. Los accionistas pueden renunciar a su derecho a ser convocados a una reunión de socios o reunirse por fuera del domicilio social. La SAS no estará obligada a tener Junta Directiva, salvo previsión estatutaria en contrario. Si no se estipula la creación de una Junta Directiva, la totalidad de las funciones de administración y representación legal le corresponderán al Representante Legal designado por la Asamblea General.

Teniendo en cuenta que la empresa que se va a constituir es una SAS, se deberá realizar los trámites ante las diferentes entidades, los cuales son descritos a continuación: ***Ver aspectos legales en anexo No. 10***

CAPITULO 6: Condiciones técnicas más importantes para la operación del negocio

- **Instalación adecuada del punto de fábrica:** Que el punto de fábrica esté dotado de buenas instalaciones eléctricas, iluminación adecuada, puestos de trabajo con debidas normas de seguridad industrial, que cada puesto de trabajo esté dotado de elementos de protección personal como guantes, tapabocas, gafas y overol de acuerdo a su desempeño laboral y como las normas lo exigen. Además que tenga su uso de suelos estimado para la actividad de marroquinería para la empresa.
- **Instalación de maquinaria en el punto de fábrica:** Que toda la maquinaria solicitada al Fondo Emprender cuente con garantías de mantenimiento y funcionamiento, además que tenga su espacio seleccionado de acuerdo a la distribución de planta que hemos elaborado, que las instalaciones eléctricas y de iluminación estén debidamente terminadas.
- **Adecuación del local comercial:** Que el local comercial este dotado de buenas instalaciones eléctricas, adecuados puntos de iluminación para exhibir elegantemente los productos, el diseño de local este de acuerdo a la distribución previamente elaborada y que anexamos en el anexo del plano de la fábrica. Stands de exhibición que logren darle una buena visibilidad, organización y estética a los productos LENA.
- **Diseños para la nueva colección:** Que se cuente con una completa base de datos sobre el material digital sobre los nuevos diseños a utilizar en las próximas colecciones, esto de acuerdo a información sobre materiales, colores y tendencias que serán punto clave para la producción, de tal forma que la marca LENA, vaya de la mano con la moda y la vanguardia.
- **CONTACTO DE PROVEEDORES DE MATERIA PRIMA E INSUMOS:** Es muy importante la lista de proveedores con los cuales ha venido trabajando la empresa, con los

cuales se ha mantenido un historial de compras y por ende también se hace acreedor de beneficios como descuentos y promociones a las cuales nos hemos acogido.

- **CAPACITACION EN EL MANEJO DE LA MAQUINA LASER.** Al respecto y dentro del convenio de compra (Cotización), está incluida la capacitación por parte del proveedor en el manejo de la máquina laser, por lo tanto el Jefe de Producción quien va a ser su operario, será la persona que reciba dicha capacitación sin ningún costo, no solo en lo referente al manejo, sino también en la forma como debe hacer su mantenimiento y buena conservación de la máquina y su entorno. Dentro de este aspecto, es bueno aclarar que el proveedor se compromete a dar una garantía de 2 años y el seguimiento continuo al buen manejo de la misma.

6.1. Requerimientos en infraestructura, adecuaciones, maquinaria, equipos, muebles y enseres

Es necesario un punto de venta que permita a LENA atender al consumidor final, organizar despachos, promocionar los productos, exhibir los productos en stand y vitrinas, aumentar el volumen de clientes potenciales, tener comercialización directa en las fechas especiales, aumentar el nivel de reconocimiento y posicionamiento de la marca, mejorar el servicio al cliente y/o consumidor, mejorar el acceso del producto al cliente y/o consumidor, mantener un stock de productos para la venta y conservarlos en forma adecuada.

En el siguiente cuadro detallamos las características sobre los requerimientos de inversión

Cuadro 9. *Requerimientos De Inversión*

REQUERIMIENTOS DE INVERSION				
TIPO DE ACTIVO	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	CANTIDAD	REQUISITOS TECNICOS
INFRAESTRUCTURA Y ADECUACIONES	Adecuaciones de en local e instalaciones electricas.	4.000.000	1	De acuerdo al plano del proyecto
MAQUINARIA Y EQUIPOS	Maquina de corte y grabado lasser TROTEC	32.000.000	1	De acuerdo a la cotizacion, con sus accesorios correspondientes
	Maquina de pintura de bordes	1.500.000	1	Igual a sus características en cotizacion.
	Maquina de sublimacion	1.500.000	1	Igual a sus características en cotizacion.
	Maquina Desbastadora	9.000.000	2	Igual a sus características en cotizacion.
	Maquina Triple Transporte	2.800.000	1	Igual a sus características en cotizacion.
	Maquina de codo	3.700.000	1	Igual a sus características en cotizacion.
	Remachadora	750.000	1	Igual a sus características en cotizacion.
	Equipos Manuales y Herramientas	1.200.000	60	N.A
	Maquina plana	1.700.000	1	Igual a sus características en cotizacion.
	Maquina plana Kingston	1.550.000	1	Aporte del emprendedor
EQUIPO DE COMUNICACIÓN Y COMPUTACION	Computador marca Accer	2.700.000	1	Aporte del emprendedor
	Impresora Multifuncional	450.000	1	Igual a sus características en cotizacion.
	UPS Seguridad Electrica	450.000	1	Igual a sus características en cotizacion.
MUEBLES Y ENSERES	Mesas ergonomicas para el corte de moldes y materia prima	800.000	4	Igual a sus características en cotizacion.
	Tablas de acrilico para corte	180.000	3	N.A
	Bancos Graduables de altura	750.000	5	N.A
	Rieles para embonar	120.000	2	N.A
	Herramientas Manuales	1.000.000	20	Igual a sus características en cotizacion.
	sillas	240.000	6	Igual a sus características en cotizacion.
	Escritorio	800.000	2	N.A
	Organizadores	450.000	3	N.A
	stand de exhibicion	600.000	4	N.A
vitrinas	400.000	2	N.A	
GASTOS PREOPERATIVOS	Gastos Notariales	50.000	1	N.A
	Matricula Mercantil	120.000	1	N.A
	Arrendamientos	1.000.000	1	N.A
	Nomina Gerente (emprendedor)	1.000.000	1	N.A
	Honorarios Contador	350.000	1	N.A
	Servicios Publicos	100.000	1	N.A
	Sistema de Seguridad Industrial	3.000.000	1	N.A
	Seguro todo riesgo	400.000	1	N.A
	Publicidad y Mercadeo	2.850.000	1	N.A
Evento de lanzamiento	3.000.000	1	N.A	
TOTAL ==>>		80.510.000		

6.2 Condiciones Técnicas De Infraestructura: Áreas Requeridas Y Distribución De Espacios.

Actualmente se cuenta con un taller pequeño donde se realiza los procesos de producción pero se aclara que para la ejecución del plan de negocios se va a arrendar un punto de fábrica con un área mínima de 8 mts²., y un local comercial de mínimo 7 metros cuadrados para exponer los productos de la marca LENA ARTE Y DISEÑO EN CUERO, y en ese lugar se presentara el estudio de suelos que exige la norma vigente.

Ver distribución de planta y local comercial en anexo No. 16

6.3 Proceso Que Se Debe Seguir Para La Producción Del Bien O Prestación Del Servicio

Los procesos por productos y la capacidad instalada por productos, los hemos incluido en los siguientes anexos:

Ver diagrama de procesos por productos anexo No. 07 y diagrama de proceso en anexo No. 08

Ver cuadro de capacidad instalada por operario en anexo No. 04

6.4 Capacidad productiva de la empresa (cantidad de bien o servicio por unidad de tiempo)

La capacidad productiva de la empresa, la detallamos por operario, maquina laser y por tiempo, en el siguiente cuadro.

Ver capacidad instalada de la empresa en el anexo No. 04

CAPITULO 7: Equipo de trabajo

7.1 Perfil de emprendedor.

7.1.1 Perfil

Diseñadora Industrial, egresada de la Universidad de Nariño, con dos años de experiencia en el proceso de emprendimiento en la empresa LENA arte y diseño en cuero, participación en ferias y diferentes eventos a nivel regional y nacional, certificación de alta calidad en manipulación del cuero del SENA, practicante egresada de la Universidad de Nariño en Joyería contemporánea.

7.1.1.1 Rol 1: El papel que cumple su emprendedora Nataly Guerrero Arciniegas es de Diseñador Industrial, con las labores propias que requiere el diseño de los productos LENA, con un tiempo aproximado de 2 horas diarias, supervisión general de los procesos de producción, calidad, ventas, etc., con un tiempo estimado de 1 hora diaria, labores como Gerente General de la empresa, con una dedicación de 3 horas diarias, tiempo en el cual estará dedicada a las actividades propias de la administración de la empresa, en temas relacionados con revisión de informes financieros, contacto con clientes, visitas a proveedores, control de reportes de inventarios, manejo de recursos humanos, estrategias de comercialización, control de recursos monetarios (caja, bancos), coordinación en la participación de eventos de la empresa en ferias y eventos de comercialización, etc. Y 2 horas en atención local comercial.

7.1.2 Perfil

Diseñadora Industrial, egresada de la Universidad de Nariño, con dos años de experiencia en el proceso de emprendimiento en la empresa LENA arte y diseño en cuero,

participación en ferias y diferentes eventos a nivel regional y nacional, certificación de alta calidad en manipulación del cuero del SENA, practicante egresada de la Universidad de Nariño en colegio ITSIM de Pasto. Experiencia formativa en corte y confección en el SENA.

7.1.2.1 Rol 2: El papel que cumple su emprendedora Nataly Montenegro es de Diseñador Industrial, con las labores propias que requiere el diseño de los productos LENA, con un tiempo aproximado de 4 horas diarias, supervisión general de los procesos de producción, calidad, ventas, etc., con un tiempo estimado de 1 hora diaria, labores como Jefe de Producción de la empresa, con una dedicación de 3 horas diarias, tiempo en el cual estará dedicada a las actividades propias de producción de la empresa, en temas como manejo de empleados y procesos productivos, control de reportes de inventarios, manejo de recursos humanos, estrategias de comercialización, colaboración en la participación de eventos de la empresa en ferias y eventos de comercialización, etc.

7.2 Cargos que requiere la empresa para su operación el primer año

Cuadro 10. *Cargos que requiere la empresa para su operación*

CUADRO RELACION DE CARGOS QUE REQUIERE LA EMPRESA								
NOMBRE DEL CARGO	FUNCIONES PRINCIPALES	FORMACION	EXPERIENCIA GENERAL	EXPERIENCIA ESPECIFICA	TIPO DE CONTRATACION	DEDICACION DE TIEMPO	UNIDAD	VALOR REMUNERACION \$
Gerente General	Diseño del producto organización de funciones de la empresa en todos los procesos productivos y comerciales, atención en el punto de venta.	Diseñador industrial, artesano marroquinerero con experiencia de calidad	3	2	Nomina	Tiempo Completo	8 horas diarias	1.000.000
Jefe de Produccion	Diseño del producto, manejo de programas graficos, manejo de la maquinaria laser, control de calidad de los productos, empaque de los productos. (Actividades relacionadas en el cuadro capacidad instalada)	Diseñador industrial con alta experiencia en el manejo de programas graficos y diseño del producto, egresados SENA	3	2	Nomina	Tiempo Completo	8 horas diarias	900.000
Operario 1 (Armador)	Armado de producto con todos sus procesos (Actividades relacionadas el cuadro capacidad instalada)	Bachiller academico, artesano armador, egresados SENA	2	2	nomina	Tiempo Completo	8 horas diarias	740.000
Operario 2 (Costura)	Costura del producto con todos sus procesos (Actividades relacionadas en el cuadro capacidad instalada)	Bachiller academico, artesano costura, egresados SENA	2	2	nomina	Tiempo Completo	8 horas diarias	740.000
Vendedor	Llevar los productos con el catalogo a tiendas y empresas especificas, buscar clientes potenciales, difundir el manejo de la pagina y redes sociales, vender en las ferias, distribuir los productos a los clientes, atención en el punto de venta.	Bachiller, con experiencia en ventas de marroquineria, Comerciante, egresados SENA.	2	2	nomina	Tiempo Completo	8 horas diarias	740.000
Contador	Contabilidad de la empresa	Profesional	2	2	prestacion de servicios	Tiempo parcial	4 horas semanales	350.000

CAPITULO 8: ¿Cuál es el futuro del negocio?

8.1 Estrategias de Promoción:

Vamos a realizar la promoción a través de diferentes actividades, las cuales dentro de las más importantes, están las siguientes:

- Se estimulará el consumo a través de un servicio de venta directa amable y con conocimiento sobre los productos que se ofrecen. Para esto, aprovechando las oportunidades que ofrece el SENA, lograr capacitar al vendedor en procesos de estrategias de mercadeo, merchadising, tele-mercadeo, manejo de redes sociales, envío masivo de correos electrónicos y descarga de la aplicación móvil, entre otros.
- La persona encargada de la venta directa, promoverá el uso de la aplicación móvil y capacitará a los visitantes en la forma de descargarla y de interactuar con ella.
- Se realizará levantamiento de base de datos por cada visita recibida en el establecimiento donde se obtendrán datos como nombre, redes sociales, teléfono celular y correo electrónico.
- Según el cálculo de la capacidad instalada con base en el estudio de mercado, se espera recibir un mínimo de 82 visitas semanales al Punto de venta, entregar a cada una de ellas 1 tarjeta de presentación con información sobre Punto de Venta, aplicación móvil, página web y redes sociales, con lo que se podrá recibir su información y adjuntarla a la base de datos.

8.1.1 Venta por catálogo:

- Se contará con catálogos impresos de productos y un catálogo virtual en la página web. Con estos catálogos se ofrecerán los productos de temporada y tendrá información sobre el

Punto de Venta, página web, aplicación móvil y procesos de producción en el material sostenible el cuero tala, para estimular la compra a través de los distintos medios. El periodo para entrega de productos por pedido será de 8 días para pedidos minoritarios.

- Se realizará mediante venta externa visitas a posibles clientes, para exhibir el catálogo y ofrecer la posibilidad de que hagan su pedido sin necesidad de visitar el Punto de Venta. Se entregará por cada visita una tarjeta de presentación con información sobre Punto de Venta, aplicación móvil, página web y redes sociales.

- El catálogo también se ubicará en el Punto de Venta para ofrecer a visitantes el servicio alternativo de compra.

Como complemento ver el anexo Estrategias de venta No. 15

8.1.2 Venta por internet y aplicación móvil:

- Se espera vender productos a través de la página web de la empresa y la aplicación móvil.
- En la interfaz de la aplicación móvil de “LENA” y de la página web, se permitirá al usuario desarrollar un diseño exclusivo y personalizado según sus gustos y preferencias; la aplicación podrá ser descargada de forma gratuita en dispositivos móviles.

- La página de internet tendrá un instructivo para la descarga de la aplicación móvil.

- El registro en la página web y en la aplicación móvil permitirá su acceso y la posibilidad de entrar al carro de compras, cada registro se sumará a la base de datos general de la empresa. *Como complemento ver el anexo Estrategias de venta No. 15*

8.2 Estrategia De Comunicación:

Marketing Digital Y Marketing Relacional

Propósito:

Este tipo de mercadeo se ha constituido como una herramienta estratégica de comunicación por el auge del internet y de todos los servicios que ofrece y que implica además la relación directa e interactiva entre la empresa y el cliente.

- El mantenimiento de la página web de la empresa y su rediseño que incluya los servicios de catálogo y compra mediante la opción de carrito de compras.

- La creación de una aplicación móvil.

- Página web

- La impresión de catálogos para promoción de productos.

- Levantamiento de base de datos en eventos en Universidades y Centros Comerciales.

- La promoción de la empresa en redes sociales.

- Publicidad en un programa de televisión.

- Estrategia de referidos.

Se levantará una base de datos en eventos en Universidades y Centros Comerciales y se complementará con datos autorizados que el personal de ventas tomará por visitas en el punto de Venta, al igual que en otros escenarios.

Se espera a través de los medios disponibles brindar información sobre el Punto de Venta, nuevos productos, promociones y eventos especiales.

Se diseñará un protocolo de contestación telefónica y se realizará tele-mercadeo con el fin de brindar información a clientes.

Como complemento ver el anexo Estrategias de venta No. 15

8.3 Estrategia De Distribución:

Trade marketing – merchadising visual

Propósito:

Efectuar la distribución de productos de manera novedosa atrayendo más clientes potenciales y logrando fidelizar la compra en el Punto de Venta y otros medios de promoción y publicidad.

Se obtendrán dos tipos de canales en los cuales se venderá a los clientes y consumidores.

Como complemento ver el anexo Estrategias de venta No. 15

8.4 Estrategia De Servicio:

Se tendrá en cuenta todas aquellas estrategias de servicio, realizadas en pro de la satisfacción de clientes, buscando así una repetición de compra y fidelización del cliente.

Como complemento ver el anexo Estrategias de venta No. 15

CAPITULO 9: Periodo improductivo que exige el primer ciclo de producción

El periodo improductivo lo hemos estimado en 1 mes, por las siguientes razones:

- Como lo hemos manifestado a través del proyecto, la empresa viene produciendo desde hace 2 años, tiempo en el cual hemos logrado fidelizar clientes, tanto del orden nacional como internacional, hemos adquirido algunos equipos y herramientas de trabajo, algunos muebles y enseres, tarjetas, pendón, portafolio, catalogo comercial y todo lo relacionado con la imagen corporativa de la empresa. Estos avances nos permite tener la oportunidad de atender con mayor prontitud la demanda de nuestros clientes y/o consumidores.
- Además este tiempo es suficiente para adecuar el local con las instalaciones eléctricas, la estructura y el diseño acorde a la temática que trabaja la empresa LENA, estilo vintage con aportes vanguardistas del diseño y la moda.
- Este tiempo estimamos suficiente para la llegada de la maquinaria y su instalación al punto de fábrica tanto la máquina de corte y grabado laser como las otras que acompañan toda la producción de la empresa.
- En este tiempo se establece toda la organización funcional de los empleados y también de su forma de producción, recepción e inventario de materia prima para la nueva producción.

9.1 Proyección de ingresos

En los siguientes cuadros detallamos los ingresos de acuerdo al presupuesto financiero y el cuadro de ventas por estacionalidad.

Ver anexo No. 12

Tabla 1. *Proyección de ingresos por producto*

Precios, Volúmenes y Ventas Totales							
Precio por Producto							
Precio Porta Aparatos Tecnologicos	\$/ unid.		45.000	46.980	48.436	49.889	51.386
Precio Bolsos Dama	\$/ unid.		90.000	93.960	96.873	99.779	102.772
Precio Billeteras Cosmetiqueras	\$/ unid.		50.000	52.200	53.818	55.433	57.096
Precio Accesorios de Lujo	\$/ unid.		30.000	31.320	32.291	33.260	34.257
Precio	\$/ unid.						
Precio	\$/ unid.						
Precio	\$/ unid.						
Precio	\$/ unid.						
Precio	\$/ unid.						
Unidades Vendidas por Producto							
Unidades Porta Aparatos Tecnologicos	unid.		2.300	2.369	2.440	2.513	2.589
Unidades Bolsos Dama	unid.		120	124	127	131	135
Unidades Billeteras Cosmetiqueras	unid.		250	258	265	274	282
Unidades Accesorios de Lujo	unid.		850	876	903	931	959
Unidades	unid.						
Unidades	unid.						
Unidades	unid.						
Unidades	unid.						
Unidades	unid.						
Unidades	unid.						
Capacidad Instalada y Utilizada							
Capacidad Instalada Maquinaria y Equipos	unid.						
Capacidad Utilizada Maquinaria y Equipos	unid.						
% Utilización Capacidad Instalada	%		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Capacidad Instalada Horas / Hombre	unid.		5.280	5.280	5.280	5.280	5.280
Capacidad Utilizada Horas / Hombre	unid.		4.239	4.373	4.505	4.637	4.770
% Utilización Capacidad Instalada en H/H	%		80,3%	82,8%	85,3%	87,8%	90,3%
* Si utiliza otra medida puede señalarlo en el espacio dejado para comentarios en la parte de abajo de la hoja.							
Total Ventas							
Precio Promedio	\$		43.267,0	45.170,8	46.569,9	47.965,8	49.404,8
Ventas	unid.		3.520	3.626	3.736	3.849	3.964
Ventas	\$		152.300.000	163.771.236	173.967.691	184.619.776	195.863.121
Rebajas en Ventas							
Rebaja	% ventas						
Pronto pago	\$		0	0	0	0	0
Otros Ingresos							
Otros Ingresos No operacionales	\$						
COMENTARIOS		<p>Las tendencias de crecimiento en lo relacionado con los precios, lo hemos estimado en el 4.4%, para el segundo año, del 3.10% para el tercero y del 3.00% para los siguientes, de acuerdo a las proyecciones estimadas por el Gobierno Nacional.</p> <p>En lo relacionado con el incremento en la producción para los siguientes años lo estimamos en un 3% anual, porcentaje muy conservador, ya que tenemos en cuenta que el crecimiento del sector marroquino en el 2017 ha sido muy bajo en lo que corresponde a cuero crudo, pero según proyecciones en lo que respecta a productos manufacturados en cuero, el incremento puede superar el 3.00%.</p>					

Tabla 2. *Proyección De Costos*

	Valor	Vr Total Año 1	Vr Total Año 2	Vr Total Año 3	Vr Total Año 4	Vr Total Año 5
Otros Costos de Fabricación						
Rubros						
Arrendamiento	1.300.000	15.600.000	16.286.400	16.791.278	17.311.808	17.831.162
Servicios Públicos	200.000	2.400.000	2.505.600	2.583.274	2.663.355	2.743.256
		0	0	0	0	0
Insumo productos de aseo, desinfeccion	30.000	330.000	344.520	355.200	366.211	377.198
Mantenimientos	70.000	770.000	803.880	828.800	854.493	880.128
Dotaciones personal operativo	120.000	1.320.000	1.378.080	1.420.800	1.464.845	1.508.791
Bolsa de cambre para empaque	250.000	2.750.000	2.871.000	2.960.001	3.051.761	3.143.314
		0	0	0	0	0
Total Costos de Fabricación		23.170.000	24.189.480	24.939.354	25.712.474	26.483.848
Costo Unitario de Fabricación por Producto						
Costo Unitario G Porta Aparatos Tecnologicos	26,00	7.598,64	7.377,32	7.377,32	7.377,32	7.377,32
Costo Unitario G Bolsos Dama	34,00	9.936,68	9.647,26	9.647,26	9.647,26	9.647,26
Costo Unitario G Billeteras Cosmetiqueras	31,00	9.059,91	8.796,03	8.796,03	8.796,03	8.796,03
Costo Unitario G Accesorios de Lujo	9,00	2.630,30	2.553,69	2.553,69	2.553,69	2.553,69
Costo Unitario G	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Costo Unitario G	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Costo Unitario G	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Costo Unitario G	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Costo Unitario G	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Costo Unitario G	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Costo Unitario Promedio de Otros Costos de Fabricación		6.582,39	6.671,86	6.676,09	6.680,32	6.680,32

Tabla 3. *Proyección De Gastos*

Salarios Colaboradores Administración y Ventas								
Factor Prestacional			38,8%					
Cargos Primer Año de Operación	en el cargo primer año operación	Número de Ocupantes del Cargo	Salario Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Administración								
Gerente Administrador (Emprendedor)	12,0	1,0	1.000.000	16.656.000	17.388.864	17.927.919	18.483.684	19.038.195
Subtotal		1,0	1.000.000	16.656.000	17.388.864	17.927.919	18.483.684	19.038.195
Ventas								
Vendedor	10,0	1,0	740.000	10.271.200	12.867.759	13.266.660	13.677.926	14.088.264
Cargos Adicionales a partir del 2o Año Ventas								
Subtotal		1,0		10.271.200	12.867.759	13.266.660	13.677.926	14.088.264
Total		2,0		26.927.200	30.256.623	31.194.579	32.161.611	33.126.459
Gastos de Administración								
Rubros			Valor	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos a empleados de administración				16.656.000	17.388.864	17.927.919	18.483.684	19.038.195
Certificado de Bomberos			80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000
Suministro de Oficina			25.000	275.000	287.100	296.000	305.176	314.331
Internet/telefonía/plan celular			90.000	990.000	1.033.560	1.065.600	1.098.634	1.131.593
Seguro contra todo riesgo			50.000	550.000	574.200	592.000	610.352	628.663
Dotacion vendedor			40.000	440.000	459.360	473.600	488.282	502.930
Derechos de Autor SAYCO ACINPRO			90.000	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000
Honorarios Contador			350.000	4.200.000	4.384.800	4.520.729	4.660.871	4.660.871
Total				23.281.000	24.297.884	25.045.848	25.817.000	26.446.584
Gastos de Ventas								
Rubros		% sobre Ventas	Valor	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos a empleados de ventas				10.271.200	12.867.759	13.266.660	13.677.926	14.088.264
Gastos Fijos de Ventas								
Auxilio combustible transporte vendedor			200.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000
Mantenimiento y actualización página web			60.000	600.000				
Material publicitario para promociones			100.000	900.000	1.237.200	927.900	1.274.316	955.737
Portafolios, catalogos, pendones, etc.			150.000	1.350.000	500.000	500.000	500.000	500.000
Aviso extemo			350.000	350.000				
Gastos Variables sobre Ventas								
Total				15.471.200	16.604.959	16.694.560	17.452.242	17.544.001

Tabla 4. *Inversiones*

Inversiones Fijas				
Infraestructura: Terrenos y Construcciones				
Terrenos				
Construcciones y Edificios				
Adecuaciones y Mejoras				
Unidad	1	4.000.000	4.000.000	
Subtotal Infraestructura				
Maquinaria y Equipos				
Maquina corte y grabado laser TROTEC				
Unidad	1	32.000.000	32.000.000	
Maquina pintura de bordes				
Unidad	1	1.500.000	1.500.000	
Maquina de sublimacion				
Unidad	1	1.500.000	1.500.000	
Maquina Desbastadora				
Unidad	2	4.500.000	9.000.000	
Maquina Tiple Transporte				
Unidad	1	2.800.000	2.800.000	
Maquina de codo				
Unidad	1	3.700.000	3.700.000	
Remachadora				
Unidad	1	750.000	750.000	
Equipos Manuales/Herramientas				
Unidad	60	20.000	1.200.000	
Maquina plana				
Unidad	1	1.700.000	1.700.000	
Maquina plana KinStong				
Unidad	1	1.550.000	1.550.000	
Subtotal Maquinaria y Equipos				
Muebles y Enseres				
Mesa para corte de marroquineria				
Unidad	4	200.000	800.000	
Tablas de acrilico para corte				
Unidad	3	60.000	180.000	
Bancos graduables de altura				
Unidad	5	150.000	750.000	
Pieles para embonar				
Unidad	2	60.000	120.000	
Herramientas manuales				
Unidad	20	50.000	1.000.000	
Sillas				
Unidad	6	40.000	240.000	
Escritorio				
Unidad	2	400.000	800.000	
Organizadores				
Unidad	3	150.000	450.000	
Stand de Exhibicion				
Unidad	4	150.000	600.000	
Vitrinas				
Unidad	2	200.000	400.000	
Subtotal Muebles y Enseres				
Equipo de Transporte y Carga				
Subtotal Equipo de Transporte y Carga				
Equipos Comunicaciones, Computación y Herramientas				
Computador Marca Acer				
Unidad	1	2.700.000	2.700.000	
Impresora Multifuncional				
Unidad	1	450.000	450.000	
UPS seguridad electrica				
Unidad	1	450.000	450.000	
Subtotal Equipos de Comunicaciones, Computación y Herramientas				
Total Inversiones Fijas				
				68.640.000
Inversión Diferida (Gastos Período Preoperativo)				
Gastos Notariales				
Unidad	1	50.000	50.000	
Matricula Mercantil				
Unidad	1	120.000	120.000	
Gastos de Constitución				
Unidad	0	0	0	
Arrendamientos				
Unidad	1	1.000.000	1.000.000	
Nómina Empleados (no incluye Gerente)				
Unidad	0	0	0	
Nómina Operarios				
Unidad	0	0	0	
Nómina Gerente Emprendedor				
Unidad	1	1.000.000	1.000.000	
Honorarios Contador				
Unidad	1	350.000	350.000	
Servicios Públicos				
Unidad	1	100.000	100.000	
Dotaciones				
Unidad	0	0	0	
Sistema de Seguridad Industrial / Plan de Emergencia				
Unidad	1	3.000.000	3.000.000	
Seguro Todo Riesgo				
Unidad	1	400.000	400.000	
Publicidad y Mercadeo				
Unidad	1	2.850.000	2.850.000	
Evento de Lanzamiento				
Unidad	1	3.000.000	3.000.000	
Otros Diferidos Financiables No Especificados				
Subtotal Otros Diferidos Financiables No Especificados				
Otros Diferidos No Financiables No Especificados				
Subtotal Otros Diferidos No Financiables				
Total Inversión Diferida				
				11.870.000
Otros Activos				
Otros Activos				

Tabla 5. Capital De Trabajo

Capital de Trabajo								
Cuentas por cobrar		Descripción						
Rotación Cartera Clientes	días							
Cartera Clientes	\$	0	0	0	0	0	0	0
Cartera Clientes (Var.)	\$		0	0	0	0	0	0
Provisión Cuentas por Cobrar	%							
Provisión Cuentas por Cobrar	\$		0	0	0	0	0	0
Provisión Período	\$		0	0	0	0	0	0
Inventarios								
Invent. Prod. Final Rotación	días costo de ventas		15	15	15	15	15	15
Invent. Prod. Final	\$	4.119.544	4.119.544	4.470.644	4.642.719	4.772.859	4.956.432	
Invent. Prod. Final Variación	\$		0	-351.100	-172.075	-130.140	-183.572	
Invent. Prod. en Proceso Rotación	días costo producción		5	5	5	5	5	5
Invent. Prod. Proceso	\$	1.430.397	1.430.397	1.495.091	1.549.963	1.592.761	1.654.693	
Invent. Prod. Proceso Variación	\$		0	-64.694	-54.872	-42.798	-61.933	
Invent. Materia Prima Rotación	días costo MP consumida		60	60	60	60	60	60
Invent. Materia Prima	\$	6.145.527	6.145.527	5.683.046	6.001.067	6.363.320	6.761.185	
Invent. Materia Prima Variación	\$		0	462.480	-318.020	-362.253	-397.865	
Total Inventario	\$	11.695.468	11.695.468	11.648.782	12.193.749	12.728.940	13.372.310	
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar								
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	\$							
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar (Variación)	\$		0	0	0	0	0	0
Cuentas por Pagar								
Cuentas por Pagar Proveedores	días							
Cuentas por Pagar Proveedores	\$	0	0	0	0	0	0	0
Cuentas por Pagar Proveedores (Variación)	\$		0	0	0	0	0	0
Acreedores Varios	\$							
Acreedores Varios (Variación)	\$		0	0	0	0	0	0
Otros Pasivos	\$							
Otros Pasivos (Variación)	\$		0	0	0	0	0	0

Tabla 6. Fuentes De Financiación

PLAN DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN PROYECTO						
	Proveedores	Deuda	Fondo Emprender ***	Capital Emprendedor	TOTAL	Verificación
Inversiones Fijas *	0	0	65.890.000	4.250.000	68.640.000	
Verificación Inversiones Fijas **						70.140.000
Terrenos						-
Construcciones y Edificios						-
Adecuaciones y Mejoras			4.000.000		4.000.000	4.000.000
Maquinaria y Equipo			55.700.000	1.550.000	55.700.000	57.250.000
Muebles y Enseres			5.340.000		5.340.000	5.340.000
Equipo de Transporte y Carga						-
Equipos de Comunicaciones, Computación y Herramientas			850.000	2.700.000	3.600.000	3.550.000
Inversión Corriente (Capital de Trabajo) *	0	0	6.145.527	5.549.941	13.195.468	
Verificación Inversión Corriente **						11.695.468
Efectivo				0	1.500.000	-
Cuentas por cobrar						-
Inventarios de Materia Primas			6.145.527		6.145.527	6.145.527
Inventarios de Productos en Proceso				1.430.397	1.430.397	1.430.397
Inventarios de Productos Terminados				4.119.544	4.119.544	4.119.544
Inversión Diferida (Total Gastos durante Período Preoperativo)	0	0	8.700.000	3.170.000	11.870.000	
Verificación Inversión Diferida **						11.870.000
Gastos Notariales				50.000	50.000	50.000
Matrícula Mercantil				120.000	120.000	120.000
Gastos de Constitución						-
Arrendamientos			1.000.000		1.000.000	1.000.000
Nómina Empleados (no incluye Gerente)						-
Nómina Operarios						-
Nómina Gerente Emprendedor			1.000.000		1.000.000	1.000.000
Honorarios Contador			350.000		350.000	350.000
Servicios Públicos			100.000		100.000	100.000
Dotaciones						-
Sistema de Seguridad Industrial / Plan de Emergencia Seguro Todo Riesgo			400.000		400.000	400.000
Publicidad y Mercadeo			2.850.000		2.850.000	2.850.000
Evento de Lanzamiento			3.000.000		3.000.000	3.000.000
Otros Diferidos Financiados No Especificados						-
Otros Diferidos No Financiados						0
TOTAL INVERSIONES	0	-	80.735.527	12.969.941	93.705.468	93.705.468
Verificación Total Inversiones **			80.735.527	12.969.941		93.705.468
* Hay que distribuir el valor total de las inversiones fijas, corriente y diferida (Columna H) en las fuentes de financiación según los rubros financieros de acuerdo al Reglamento del Fondo						
** El valor de verificación debe coincidir con el valor de cada una de las inversiones (fijas, capital de trabajo y diferida) horizontalmente y con las fuentes de financiación verticalmente.						
*** Tenga en cuenta para determinar los recursos máximos del Fondo Emprender el número de empleos generados por el proyecto.						
Salario Mínimo Mensual Legal Vigente (1)			737.170			
Monto Solicitado (2)			80.735.527			
Índice Número de Salarios Solicitados (2/1)			109,52			

CAPÍTULO 10: Riesgos que enfrenta la empresa

Cuadro 11. *Riesgos Externos De Operación*

CUADRO RIESGOS EXTERNOS DE OPERACION		
VARIABLE	RIESGO	PLAN DE MITIGACION
TECNICO	Maquinaria o equipo con problemas técnicos de funcionamiento	Soporte de servicios de garantía y técnicos de la maquinaria y equipos en tiempo adecuado para no interrumpir la producción, ya que el periodo de garantía que otorga el proveedor es de 24 meses, en lo relacionado con asesoría, instalación y soporte de la maquinaria.
	Falla en el suministro de energía e instalaciones eléctricas	<p>Contar con sistema de alimentación interrumpida UPS, un dispositivo que gracias a sus baterías u otros elementos almacenadores de energía puede proporcionar energía eléctrica por un tiempo limitado y durante un apagón eléctrico a todos los dispositivos que tenga conectados.</p> <p>Otras de las funciones que se pueden adicionar a estos equipos es la de mejorar la calidad de la energía eléctrica que llega a las cargas, filtrando subidas y bajadas de tensión y eliminando armónicos de la red en el caso de usar corriente alterna. Así también prever que se dañe la maquinaria y equipos.</p> <p>Adecuar un sitio específico y seguro en el punto de fábrica, que permita su buen manejo y conservación.</p>
COMERCIAL	Manifestaciones o paros de cualquier tipo en nuestra región que dificulte el suministro de materias primas.	Contar con un inventario adecuado de materias primas, el cual lo hemos estimado en la reserva para 60 días, esto nos va a permitir prevenir escases en inventarios.
	En lo relacionado con el suministro de herrajes o forros que vienen del norte del país, en caso de una eventualidad donde no se encuentren los artículos necesarios con los proveedores que se ha venido trabajando	Aprovechar, medios como internet donde se encuentran cantidad de insumos y herrajes cuando hay alguna eventualidad al encontrar los tipos de insumos con los proveedores que se ha venido trabajando, además de tener un inventario suficiente para evitar la escasez.
TALENTO HUMANO	Accidentes de trabajo ocasionado por múltiples factores.	<p>Capacitar al empleado sobre el buen manejo y funcionamiento de la maquinaria, para prevenir accidentes laborales.</p> <p>Contar con señalética en la empresa donde se informe sobre el manejo de la maquinaria y plano informativo del punto de fábrica. Contar.</p> <p>Implementar las normas de Sistema de Salud y Seguridad en el Trabajo.</p> <p>Dotar adecuadamente al personal de trabajo con los implementos de protección personal, de acuerdo a la norma de seguridad industrial.</p>
	Enfermedades derivadas del trabajo	<p>Contar con todos los elementos de protección personal como: mascarillas, guantes, overol, gafas para evitar enfermedades del trabajo.</p> <p>Además que cada puesto de trabajo contando las sillas y las mesas donde se hace los procesos productivos, cuenten con la norma ergonómica vigente para el percentil de las personas de la ciudad de Pasto.</p>
SOCIO CULTURAL	Cambios fuertes de moda y estilo en la sociedad	Estudiar e investigar sobre los cambios de moda y estilo que se presentan, para estar adelante con los diseños en las colecciones de los productos LENA y no estancarse en el diseño de un tipo de productos, ofreciendo más variedad e innovación de cada diseño.
	Campañas de productos ecoamigables	<p>Mediante campañas publicitarias de la empresa, dar a conocer que el cuero Tala que usamos para fabricar nuestros productos, no maneja el cromo en la curtición, si no aceites vegetales y los residuos de cuero que generamos los usamos para crear otro tipo de artículos denominados accesorios de lujo, para contribuir con el impacto ambiental, una preocupación social muy importante en la actualidad.</p> <p>Además por medio del empaque reutilizable de la empresa LENA se genera conciencia sobre la no utilización de bolsas plásticas a demás de ser un factor publicitario clave para la empresa.</p>
POLITICO LEGAL ECONOMICO	La reducción en el ingreso de los consumidores puede afectar la capacidad de consumo; la variación en el nivel de inflación, que suele presionar a la baja sobre el margen de rentabilidad de las empresas y sobre el poder adquisitivo de las personas; el hecho de que la economía esté en un ciclo de expansión o recesión, incide considerablemente en las expectativas de las empresas y en sus proyectos de inversión.	<p>En el aspecto económico a nivel interno de la empresa, vamos a reducir costos de producción, gracias a la nueva tecnología generar menos desperdicios de materia prima y más bien utilizarlas en la elaboración de nuevos productos (Accesorios de lujo), mejorar procesos que reduzcan costos de mano de obra y tiempo de producción; lo que resulta viable la reducción de precios para el consumidor final.</p> <p>Implementar promociones y descuentos en tiempos difíciles económicos del país.</p>

Conclusiones

El estudio del cliente nos arroja datos importantes en el desarrollo de producto llevando a solucionar necesidades de diseño que caracterizan el producto para llegar a este cliente de manera más certera

Las estrategias aplicadas a este proyecto sirven para dar a conocer el producto y por lo tanto a obtener ganancias que ayudan a mantener la empresa en marcha, también aportan en el estudio del cliente para la realización del producto.

El componente innovador es clave en la aceptación del producto, después de la validación la característica que llama la atención del comprador es este componente.

Es importante tener un punto de venta fijo donde el cliente pueda encontrar los productos y resolver cualquier duda que tenga sobre ello.

Recomendaciones

Se debe procurar tener una buena administración desde un principio para que los resultados tanto de los productos como de la inversión se puedan ver claramente y asegurarnos de que la empresa pueda seguir funcionando sin pérdidas.

Bibliografía

<http://www.sena.edu.co>

<http://www.fonade.gov.co>

<https://www.acicam.org>

Revista: STYLE américa

Revista: Arsutoria Trend Guide

EL CUERO, María Teresa Lladó – Eva Pascual

Elementos básicos de administración financiera – Abraham Perdomo Moreno

Anexos

Anexo 1. *Complemento del estudio de mercado*

ANÁLISIS DE MERCADO

ESTRUCTURA ACTUAL DEL MERCADO

En la actualidad en la Ciudad de Pasto se cuenta con almacenes que ofrecen artículos de cuero y tela, como bolsos, billeteras, correas y mochilas; sin embargo son pocos los competidores que tienen el grado innovador de la empresa LENA, por su grado de personalización, acabados únicos y exclusivos a los cuales se les aplica diferentes técnicas al cuero tala combinando con su diseño, manejo de colores y texturas con características de funcionalidad y calidad.

El segmento de mujeres jóvenes de 18-45 años de estratos 3, 4 y 5 se caracteriza por demandar nuestros productos, y en lo que respecta al segmento de empresas tienen el mismo consumidor final, solo que son intermediarios.

LENA ya tiene identificado tres segmentos en los cuales ha validado su producto:

1. SEGMENTO: MUJERES JOVENES DE 18-45 AÑOS ESTRATOS 3,4 y 5 EN PASTO:

Este mercado se atiende desde el 2015 en la unidad productiva LENA ARTE Y DISEÑO EN CUERO, ferias comerciales, tanto en Pasto como en Medellín, donde se exhibieron los productos y se cuenta con ventas realizadas a nivel Regional y Nacional.

2. SEGMENTO EMPRESAS.

Este segmento se identifica gracias al trabajo de la emprendedora de promocionar sus productos y son clientes que adquieren los productos LENA ARTE Y DISEÑO EN CUERO para ser vendidos en tiendas de accesorios y diseño en la Ciudad de Pasto.

En este segmento ya se cuenta con intenciones de compra de los productos LENA ARTE Y DISEÑO EN CUERO.

3. SEGMENTO INTERNACIONAL

Gracias a la residencia en España de un familiar se cuenta con ventas hechas en la ciudad de Barcelona España, ventas que se pretende incrementar, teniendo en cuenta el mejoramiento en calidad de nuestros productos, diseños requeridos por la cultura española y demás aspectos que identifiquen las necesidades de los clientes en dicha nación.

Definición del mercado objetivo:

Adultos jóvenes entre los 18 y 45 años de los estratos 3, 4 y 5 de la Ciudad de Pasto que requieren el transporte de productos de uso diario, personal y de trabajo; seguros, resistentes, impermeables, durables y con diseños diferenciadores de estilo casual. En quienes se haya generado conciencia sobre la preservación del medio ambiente y valores agregados.

□ Estimación del mercado:

Basados en el comportamiento por grupo de edades en la Ciudad de Pasto, según la caracterización del mercado.

Proyección de población 2015-2019 por sexo y grupos de edad.

18 a 45 años.

Año	2015	2016	2017	2018	2019	Promedio
Hombres	97.252	98.833	100.400	101.896	103.227	100.322
Mujeres	101.502	102.459	103.442	104.382	105.210	103.399
Total	198.754	201.292	203.842	206.278	208.437	203.721

Total hombres: 100.322

Total Mujeres: 103.399

Gran Total: 203.721

Mujeres en San Juan de Pasto entre las edades de 18 y 40 años: **103.399**

Estratificación socioeconómica de la ciudad de Pasto

Distribución del total de viviendas según estrato socioeconómico.

Mayo de 2010

Ciudad	Estrato - % de viviendas						
	Uno	Dos	Tres	Cuatro	Cinco	Seis	Total
Pasto	22.5	42.4	24.5	7.8	2.7	0.0	100%

Fuente: Superintendencia de Servicios Públicos – Sistema Único de Información de Servicios Públicos, SUI.

Total de hombres y mujeres según estrato socioeconómico:

- Estrato 3. 24.5 % 25.332
- Estrato 4. 7.6%: 7.858
- Estrato 5. 2.7%: 2.791

Mercado Potencial **35981** mujeres

Definición del consumo per cápita.

De estas personas, el 60%, es decir, 21588 personas pagan de \$ 60.000 a \$ 80.000 y el 20%, es decir 7196 personas pagan entre \$ 81.000 a \$ 90.000 por la compra de bolsos o porta aparatos tecnológicos.

Capacidad de consumo per cápita

GRADO DE FORMACIÓN	INGRESO MENSUAL	
	Escala mínima	Escala máxima
Tecnólogo	\$ 980.000	\$ 1.679.000
Profesional	\$ 1.693.000	\$ 2.717.000
Posgrado	\$ 2.337.600	\$ 3.272.700
Promedio	\$ 1.670.200	\$ 2.556.233

Fuente: Enlace profesional. Escala mínimos de remuneración

Según las entidades financieras, una persona puede destinar hasta un 28% de sus ingresos en actividades extras a sus gastos obligatorios, para mantener una relación ingresos-egresos que no afecte su estabilidad financiera.

Con base en la Escala Mínimos de Remuneración:

- Ingresos mensuales: \$ 1.670.200
- Gastos obligatorios: \$ 1.202.544
- Disponibles para otros gastos y/o adquirir crédito: \$ 467.656

De ellos, 60% se destina a gastos de satisfacción personal y 40% al ahorro.

- Gastos personales: \$ 280.593
- Ahorro: \$ 187.063

De los \$280.593 destinado a gastos personales al mes, el 60% destina \$ 70.000 y el 20% destina \$ 85.000 pesos para la compra de bolsos o artículos en cuero al año.

Nicho de mercado:

- EL Mercado potencial corresponde a 35.981 mujeres en edades de 18-45 años.
- El 87% de los encuestados requieren este tipo de productos lo que corresponde a 31.303 personas, lo que corresponde al mercado objetivo.
- De estas 31.303 personas el 65% están interesadas en adquirir los productos LENA lo que corresponde 20.346
- LENA proyecta producir 3.520 unidades al año para este mercado, de acuerdo a la estructura financiera de este proyecto.
- Teniendo en cuenta lo anterior y con la capacidad instalada de la empresa el nicho de mercado estimado a cubrir es del 11%.

MERCADO POTENCIAL	35981	MUJERES DE 18-45 AÑOS ESTRATOS 3, 4-5 PASTO
Porcentaje interés en este tipo de artículos	87%	
Total personas interesados en este tipo de productos	31.303	
Porcentaje de Interesados en productos que ofrece LENA	65%	
Total personas interesadas en productos LENA.	20.346	
Producción anual PARA ESTE MERCADO	3.520	Esta producción se tendrá exhibida en el punto de venta
Nicho de mercado	17.30%	Participación de mercado

Perfil del consumidor

- **Género:** Mujeres
- **Edad:** Jóvenes - adultos entre los 18 y 45 años.
- **Estrato:** 3, 4 y 5
- **Ciudad:** Pasto.
- **Segmentación Geográfica:** Ciudad de Pasto, Departamento de Nariño, Colombia.

- **Segmentación Demográfica:** Hombres y Mujeres entre los 18 y 45 años de los estratos 3, 4 y 5 que se puedan conducir a una decisión de compra.
- **Ingresos:** Jóvenes con contribuciones de sus padres o acudientes o adultos jóvenes con ingresos mínimos de aproximadamente entre \$ 1.670.200 y \$ 2.556.233, según escala de mínimos de remuneración.
- **Nivel de formación:** Educación Técnica, Educación Profesional y/o Postgrado.
- **Gustos y preferencias:** Ambiente, Moda, Deportes, Estilos y/o Corrientes de diseño.
- **Estado civil:** Principalmente solteros o en relaciones de noviazgo.
- **Población:** Principalmente Urbana.
- **Tasa de Uso:** Usuarios frecuentes.
- **Lealtad:** Usuario con preferencias de marca y con conciencia por la preservación del ambiente la moda y el diseño.

Anexo 2. *Avance técnico, productivo, legal y comercial*



**CODIGO DE VERIFICACION:2617EH5C0M**

NUMERO DE RADICACION: 20170065443-PRI
 FECHA DE IMPRESION: 19 MAYO 2017 10:40
 PAGINAS: 1 - 2

REPUBLICA DE COLOMBIA
 EL SUSCRITO SECRETARIO DE LA CAMARA DE COMERCIO DE PASTO

CERTIFICA

ERRERO ARCINIEGAS LEIDY NATHALY
 C. NRO. 1089845930
 T:1089845930 - 6
 TRICULA MERCANTIL NRO: 173842 - 1
 CHA MATRICULA:18 DE MAYO DE 2017
 RECCION ELECTRONICA :natalyguerrero46@gmail.com
 RECCION COMERCIAL:MANZANA F CASA 13 LOS SAUCES DE LA CAROLINA DE PASTO
 RECCION PARA NOTIFICACION:MANZANA F CASA 13 LOS SAUCES DE LA CAROLINA DE PASTO

IVIDAD COMERCIAL :
 BRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE VIAJE, BOLSOS DE MANO Y ARTÍCULOS SIMILARES ELABORADO
 RO, Y FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE TALABARTERÍA Y GUARNICIONERÍA
 MERCIO AL POR MENOR DE PRENDAS DE VESTIR Y SUS ACCESORIOS (INCLUYE ARTÍCULOS DE I
 ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS
 MERCIO AL POR MENOR DE TODO TIPO DE CALZADO Y ARTÍCULOS DE CUERO Y SUCEDÁNEOS
 RO EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS

CERTIFICA

FIRMA GUERRERO ARCINIEGAS LEIDY NATHALY
 MATRICULO EN EL REGISTRO MERCANTIL BAJO EL NRO: 173842 - 1
 SDE EL 18 DE MAYO DEL AÑO 2017

CERTIFICA

TOTAL ACTIVOS: \$1,500,000

CERTIFICA

JE EL MATRICULADO TIENE LA CONDICION DE PEQUEÑA EMPRESA DE ACUERDO CON LO ESTABLE
 EL NUMERAL 1 DEL ARTICULO 2 DE LA LEY 1429 DE 2010.

CERTIFICA

E GUERRERO ARCINIEGAS LEIDY NATHALY CUMPLE CON LA CONDICIÓN DE PEQUEÑA EMPRESA JC
 ACUERDO CON LO ESTABLECIDO EN EL ARTÍCULO 2° DE LA LEY 1780 DE 2016.

CERTIFICA

E A NOMBRE DE LA FIRMA FIGURA MATRICULADO EN LA CAMARA DE COMERCIO BAJO EL
 3843 - 2 EL ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO : LENA ARTE Y DISEÑO EN CUERO

ICADO EN: MANZANA F CASA 13 LOS SAUCES DE LA CAROLINA DE PASTO
 HA MATRICULA : 18 DE MAYO DEL AÑO 2017

IVIDAD COMERCIAL :
 BRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE VIAJE, BOLSOS DE MANO Y ARTÍCULOS SIMILARES ELABORADO
 RO, Y FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE TALABARTERÍA Y GUARNICIONERÍA
 MERCIO AL POR MENOR DE PRENDAS DE VESTIR Y SUS ACCESORIOS (INCLUYE ARTÍCULOS DE P
 ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS
 MERCIO AL POR MENOR DE TODO TIPO DE CALZADO Y ARTÍCULOS DE CUERO Y SUCEDÁNEOS
 RO EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS

		Formulario del Registro Único Tributario Hoja Principal				001												
2. Concepto <input type="radio"/> 0 <input checked="" type="radio"/> 1 Inscripción <small>Reservado para la DIAN</small>				4. Número de formulario 14364739006														
				 <small>141517707212489984(8020) 000001436473900 6</small>														
5. Número de Identificación Tributaria (NIT): 1 0 8 9 8 4 5 9 3 0		6. DV: 6		12. Dirección seccional: Impuestos y Aduanas de Pasto		14. Buzón electrónico: 1 4												
IDENTIFICACION																		
24. Tipo de contribuyente: Persona natural o sucesión ilíquida <input checked="" type="radio"/> 2		25. Tipo de documento: Cédula de ciudadanía <input checked="" type="radio"/> 1 3		26. Número de identificación: 1 0 8 9 8 4 5 9 3 0		27. Fecha expedición: 2 0 0 9 0 3 1 0												
Lugar de expedición: COLOMBIA		28. País: 1 6 9		29. Departamento: Nariño 5 2		30. Ciudad/Municipio: Guaitarilla 3 2 0												
31. Primer apellido: GUERRERO		32. Segundo apellido: ARCINIEGAS		33. Primer nombre: LEIDY		34. Otros nombres: NATHALY												
35. Razón social:																		
36. Nombre comercial:																		
37. Sigla:																		
UBICACION																		
38. País: COLOMBIA		39. Departamento: 1 6 9 Nariño		40. Ciudad/Municipio: 5 2 Pasto		0 0 1												
41. Dirección principal: MZ F CA 13 BRR LOS SAUCES DE LA CAROLINA																		
42. Correo electrónico: natalyguerrero46@gmail.com		43. Apartado aéreo:		44. Teléfono 1: 3 1 3 2 2 9 2 5 9 1		45. Teléfono 2:												
CLASIFICACION																		
Actividad económica				Ocupación														
Actividad principal		Actividad secundaria		Otras actividades		52. Número establecimientos												
46. Código:	47. Fecha inicio actividad:	48. Código:	49. Fecha inicio actividad:	50. Código:	1	2	51. Código:											
3 2 9 0	2 0 1 5 0 2 0 3	1 5 1 2	2 0 1 5 0 2 0 3															
Responsabilidades, Calidades y Atributos																		
53. Código:																		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	
1	2																	
Usuarios aduaneros				Exportadores														
54. Código:				55. Forma:	56. Tipo:	Servicio												
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			1	2	3				
										<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
								57. Modo:										
								58. CPC:										
Para uso exclusivo de la DIAN																		
59. Anexos: SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		60. No. de Folios: 1		61. Fecha: 2 0 1 6 0 2 2 9														
La información contenida en el formulario, será responsabilidad de quien lo suscribe y en consecuencia corresponde exactamente a la realidad, por lo anterior, cualquier falsedad o inexactitud en que incurra podrá ser sancionada. Artículo 18 Decreto 2460 de Noviembre de 2013. Firma del solicitante:				Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice. Firma autorizada:														
				984. Nombre: GOMEZ DEL CASTILLO SANDRA DEL CARMEN 985. Cargo: Gerente														

12- Ventas régimen simplificado

Anexo 3. Tarjetas persona

**TARJETA PERSONA
CONSUMIDOR**

Katherine López Pabón

Mujer urbana que mantiene un estilo de vida fuerte, extrovertida, que demuestra gustos por la moda y sus tendencias, le gustan los accesorios en cuero y la exclusividad, le gusta verse y lucir bien sin dejar de lado la comodidad y elegancia

Un accesorio en cuero es el complemento perfecto para mi vestuario

Joven de 27 años de edad que vive en conjunto residencial Balcones de la Carolina, de profesión Diseñadora Industrial, trabaja como docente en la universidad Autónoma de Nariño

¿Qué metas tiene?
Su meta personal es progresar en su profesión, seguirse especializando, viajar y recorrer el mundo

¿Qué actitud tiene?
Tiene una actitud imponente, dominante con un ritmo de vida fuerte

¿Qué comportamiento tiene?
se interesa por el trabajo, quiere llegar al éxito por medio de la constancia y la dedicación, le gusta estar presentable en su aspecto personal y vestuario en cada ocasión de la vida, reuniones familiares, citas, reuniones con amigos y rutinas de trabajo, por lo que es una persona muy social, los bolsos y accesorios del lujo elaborados preferiblemente en cuero son muy favorables para complementar su vestuario y sentirse cómoda

JOBS TO BE DONE

Tener un trabajo estable en el exterior, darle un buen futuro económico y académico a su hijo, llevar accesorios diseñados que tengan grado alto de exclusividad

TARJETA PERSONA CLIENTE

Angela Martines Medina

Mujer urbana, independiente, propietaria de empresa Babu Diseño, mantiene un estilo de vida fuerte, seguidora de tendencias de moda, le gusta llevar accesorios de cuero que complementen su vestuario, mantiene una vida social activa con muchas reuniones familiares, con amigos y clientes

Un accesorio de cuero diseñado aporta elegancia y seguridad

Mujer joven de 28 años de edad, vive en el barrio las Cuadras donde se ubica también su local comercial, trabaja como gerente en su empresa Babu Diseño. Su profesión es Diseñadora Industrial. Le encanta llevar bolsos personalizados que le aporten exclusividad al diseño, además de agregarle elegancia a su vestuario.

¿Qué tiene?

Su empresa

es amplia y se considera una
contraoferta para la
comercialización de sus productos y servicios

¿Qué actitud tiene?

Tiene una actitud de trabajo y de perseverancia con los objetivos que se propone y se proyecta se ve elegante luciendo accesorios en cuero

¿Qué comportamiento tiene?

Se interesa

por el trabajo, constante y dedicado, genera sus ingresos propios, le gustan los productos y accesorios de cuero personalizados, le gusta vestirse y lucir bien en toda ocasión, lleva un ritmo de vida fuerte pero a la vez saludable, incluye en su rutina diaria la buena alimentación y el ejercicio, le gusta lucir todos los días con accesorios que complementen su vestuario, ve la mano con las tendencias de la moda

JOBS TO BE DONE

Ampliar su empresa, generando más empleo obtener negocios nacionales e internacionales, lucir siempre con accesorios en cuero diseñados, que le aporten exclusividad

Anexo 4. Capacidad instalada maquinaria y equipo, capacidad instalada horas hombre

CAPACIDAD INSTALADA MAQUINARIA				AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5			
MAQUINARIA CORTE Y GRABADO LASER	Corte laser	Pirograbado y repujado	Tiempo muerto	CAPACIDAD INSTALADA MAQUINARIA (minutos al mes)	CAPACIDAD INSTALADA MAQUINARIA (8 horas diarias- 5 días a la semana- cuatro semanas al mes- durante el año)	CAPACIDAD INSTALADA MAQUINARIA (8 horas diarias- 5 días a la semana- cuatro semanas al mes- durante el año)	CAPACIDAD INSTALADA MAQUINARIA (8 horas diarias- 5 días a la semana- cuatro semanas al mes- durante el año)	CAPACIDAD INSTALADA MAQUINARIA (8 horas diarias- 5 días a la semana- cuatro semanas al mes- durante el año)			
				Porta aparatos tecnológicos	12	12	4	9.600	9.600	9.600	9.600
Bolso Dama	30	28	4	9.600	9.600	9.600	9.600	9.600			
Billetera Cosmetiquera	18	17	4	9.600	9.600	9.600	9.600	9.600			
Accesorios de lujo	20	17	4	9.600	9.600	9.600	9.600	9.600			
TOTALES	68	74	16	96.000	115.200	115.200	115.200	115.200	115.200	CAPACIDAD INSTALADA MAQUINA LASER	

Maquina corte y grabado laser

PRODUCTO	PRODUCCION AÑO 1 mensual	Total tiempo de produccion 1 año	PRODUCCION AÑO 2	Total tiempo produccion año 2	PRODUCCION AÑO 3	Total tiempo produccion año 3	PRODUCCION AÑO 4	Total tiempo produccion año 4	PRODUCCION AÑO 5	Total tiempo produccion año 5
Porta aparatos tecnológicos	1.730	48.440	2.097	58.716	2.118	59.304	2.139	59.892	2.160	60.480
Bolsos para dama	140	8.680	170	10.540	171	10.602	173	10.726	175	10.850
Billetera- cosmetiquera	240	9.360	291	11.349	294	11.466	297	11.583	300	11.700
Accesorios de Lujo	800	32.800	970	39.770	979	40.139	989	40.549	999	40.959
CAPACIDAD UTILIZADA MAQUINA LASER	2.910	66.480	3.528	80.605	3.562	81.372	3.598	82.201	3.634	83.030
			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5			
ENTAJE CAPACIDAD MAQUINA CORTE Y GRABADO LASE			69,25%	70%	71%	71%	72%			

CAPACIDAD INSTALADA HORAS HOMBRE											
DENOMINACION	Tipo de Contrato	Horas contratadas/mes	Tiempo Muerto 0.5 horas	Tiempo real disponible/Mes	Horas/Hombre Año 1	Horas/Hombre/ Año 2	Horas/Hombre/ Año 3	Horas/Hombre/ Año 4	Horas/Hombre/ Año 5		
Jefe de Producción	T.C.	192	9,60	182	1.824	2188,8	2188,8	2188,8	2188,8		
Operario 1	T.C.	192	9,6	182	1.824	2188,8	2188,8	2188,8	2188,8		
Operario 2	T.P.	80	4	76	760	912	912	912	912		
CAPACIDAD INSTALADA HOR		464	23	441	4.408	5.290	5.290	5.290	5.290		
				Jornales	100	120	120	120	120		
PRODUCTO	TIEMPO PROMEDIO POR PRENDA- HORAS	PRODUCCION AÑO 1	Total tiempo produccion año 1 (Capacidad utilizada horas hombre)	PRODUCCION AÑO 2	Total tiempo produccion año 2	PRODUCCION AÑO 3	Total tiempo produccion año 3	PRODUCCION AÑO 4	Total tiempo produccion año 4	PRODUCCION AÑO 5	Total tiempo produccion año 5
Porta aparatos te	1,00	1.730	1.730	2.097	2.097	2.118	2.118	2.139	2.139	2.160	2.160
Bolso Dama	3,20	140	448	170	544	171	547	173	554	175	560
Billetera- cosmeti	2,50	240	600	291	728	294	735	297	743	300	750
Accesorios de Lu	1,50	800	1.200	970	1.455	979	1.469	989	1.484	999	1.499
CAPACIDAD UT	8,20	2.910	3.978	3.528	4.824	3.562	4.869	3.598	4.919	3.634	4.969
					AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5		
PORCENTAJE CAPACIDAD UTILIZADA HORAS HC					90,2%	91,2%	92,0%	93,0%	93,9%		

Anexo 5. Intenciones de compra y certificados



BABU DISEÑO
• Joyas •

San Juan de Pasto 29 de Julio de 2017

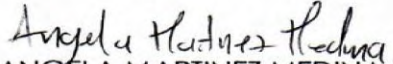
Srta. Nataly Guerrero
Representante Legal
Lena Arte y Diseño en cuero

REF: CONSTANCIA

Yo, Angela Maria Martinez Medina, identificada con numero de cedula No. 1085268770 de la ciudad de Pasto y en calidad de representante legal de la empresa Babu Diseño SAS identificada con Nit. 900871275-1 certifico que adquiero los productos de la marca "Lena arte y diseño en cuero" desde el mes de enero del presente año con una distribución mensual de productos así:

- Portacelular Ref. pcc-22 **Cantidad: 50 Unidades**
- Billetera Ref. b-12 **Cantidad: 20 Unidades**

Atentamente:


ANGELA MARTINEZ MEDINA

Representante legal

BABU DISEÑO SAS

BABU DISEÑO SAS Nit. 900871275-1



300 631 9924



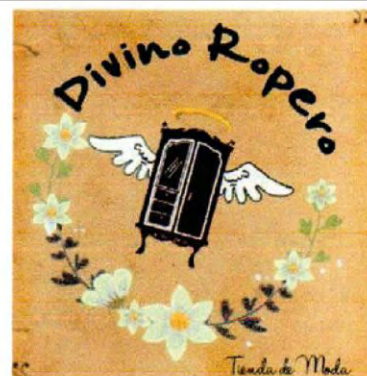
babudiseno@gmail.com



cll 19 # 31B-44 las cuadras

163113960 - 3127237454

facebook- Divino Ropero



San Juan de Pasto 17 de Agosto de 2017

Srta. Nataly Guerrero

Representante Legal

Lena Arte y Diseño en cuero

REF: CONSTANCIA

Yo, Nataly Sotelo, identificada con numero de cedula No. 1085247630 de la ciudad de Pasto y en calidad de representante legal de la empresa Divino Ropero identificada con Nit. 1085247630 certifico que adquiero los productos de la marca "Lena arte y diseño en cuero" desde el mes de enero del presente año con una distribución mensual de acuerdo a requerimientos comerciales.

Atentamente:

Nataly Sotelo
NATALY SOTELO

Representante legal

DIVINO ROPERO

Castelldefels, 29 de Julio 2017

**HEYDER PABON PORTILLO
POMPEU I FABRA 21
CASTELLDEFELS, BARCELONA**

PROPOSITO: CARTA DE INTENCION DE COMPRA PARA MARROQUINERIA

Cordial saludo.

Estimada **LEIDY NATALY GUERRERO ARCINIEGAS** representante de la marca **LENA** diseño en cuero.

Que conste por el presente documento la intención de llevar a cabo la intención de compra de sus productos con cantidad determinada según necesidad.

De acuerdo a lo ya expuesto se tendrá en cuenta las siguientes manifestaciones.

PRIMERO: Heyder Pabon Portillo identificado con NIE X 8431161- M residente en Barcelona, llega a un acuerdo de intención de compra de marroquinería como comprador autónomo, con la Señora Leidy Nataly Guerrero Arciniegas identificada con cédula de ciudadanía 1.079.845.930 expedida en Guaitarilla, Colombia.

SEGUNDO: El precio de la compra será establecido de acuerdo a la cantidad enviada y de acuerdo a la necesidad del comprador, compra no inferior a 350 euros por pedido.

TERCERO: Se hará todos los esfuerzos necesarios por ambas partes para llevar a cabo la firma de un contrato a la fecha de 15 de agosto del año en curso o antes de ser posible.

CUARTO: A fin de garantizar la entrega hago el pago de 300 euros a la Señora Leidy Nataly Guerrero Arciniegas en forma de deposito a la fecha de 29 de Julio de 2017.
Se firma a la fecha de 31 de Julio en Castelldefels, Barcelona.

Atentamente,


**HEYDER PABON PORTILLO
COMPRADOR AUTONOMO
NIE: X 8431161-M
08860**

TESTIMONIO DE LEGITIMACIÓN DE FIRMAS: -----

Número -274- de Libro Indicador.-----

Yo, CONCEPCION BARBER VIDAL, Notario del Ilustre Colegio de Cataluña, con residencia en Castelldefels, DOY FE: Que considero LEGITIMA/S la/s firma/s que antecede/n de: DON HEYDER DAMIAN PABON PORTILLO con NIE número X8431161M, por coincidir con la/s que figura/n en su/s reseñado/s Documento/s de Identidad, que he tenido a la vista y he devuelto.-----

En Castelldefels , a treinta y uno de julio de dos mil diecisiete .-----





Small World Financial Services Spain S.A.U.
 Parque Empresarial La Finca
 Paseo del club deportivo 1 Edificio 13, Planta Baja
 28223 - Pozuelo de Alarcón - Madrid, España
 Tel: 91 758 17 70 - Fax: 91 553 98 86
 CIF A-82414046 Licencia de Banco de España 6824

RECIBO
 Copia del Remitente

858295235

CAPMORGAN SCP
 IGLESIA 5 LOCAL 08860 CASTELLDEFELS Barcelona Spain
936366219

Beneficiario LEIDY NATHALY GUERRERO ARCINIEGAS (31220655) <i>Dirección</i> Ciudad - Provincia - País PASTO - Colombia <i>Pagador</i> BANCOLOMBIA LAS AMERICAS CARRERA 19 N° 16 - 92 LAS AMERICAS. UBICADA EN LA AVENIDA LAS AMERICAS PASTO. PASTO Nariño Colombia	<i>Teléfono</i> 3146198483 <i>Teléfono</i> 92 7219040	<i>Fecha</i> <i>Folio/Clave</i> <i>Servicio</i> <i>Valor</i> <i>Cargos</i> <i>Total</i> <i>Cambio</i> <i>Total a Pagar</i>
Remitente HEYDER DAMIAN PABON PORTILLO (4821319) <i>Dirección</i> RIU TER 12 <i>Ciudad - Provincia - País</i> 08860 - CASTELLDEFELS - Barcelona - España <i>Banco</i>	<i>Teléfono</i> 650081799 <i>Oficina</i>	31/07/2017 11:43:37 5713A00019111 Por Ventanilla 294.00 EUR 6.00 EUR 300.00 EUR 3,435.53711 1,010,047.94 COP

LOCUTORIO GLOBAL
 62788633
 Of. Iglesia, 5 - Tel: 93 636 02 13
 CASTELLDEFELS

Firma del Remitente

Firma del Operador (vera_5713)



San Juan de Pasto, 12 de ago. De 17

Sra. Nathay Guerreo Arciniegas

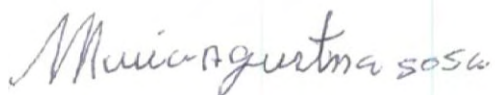
Representante Legal

Lena Arte y Diseño en Cuero

REF. CONSTANCIA

Yo María Agustina Sosa Ortega identificada con CC No 35323903 de Bogotá soy comerciante de Accesorios en el Centro Comercial Polo, en la ciudad de Ipiales, certifico que adquiero los productos de la marca LENA ARTE Y DISEÑO EN CUERO, desde el mes de noviembre del año 2016, con una distribución mensual de productos de acuerdo a los requerimientos de comercialización. Porta celular, billeteras, bolso para dama y accesorios de lujo.

Atentamente



María Agustina Sosa Ortega

Comerciante

Centro Comercial Polo- Local B. Ciudad de Ipiales

EXPOSITOR

El Bazar
FERIA DE ARTE, DISEÑO
E INNOVACIÓN

Nombre: Nataly Guerrero Arcamegas

Marca: Lena (arte y diseño en cuero)

EXPO
ARTESANO
NARIÑO 2017
Un mundo artesanal para todos

Empresa:
LENA (ARTE Y DISEÑO EN CUERO)

13 al 16 de Julio
Unicentro

Un Evento
FENALCO
LA FUERZA QUE UNE
NARIÑO

SEA PARTE DE LA MAYOR PLATAFORMA DE NEGOCIOS - PARTICIPE EN HALL DE INNOVADORES AGOSTO 2017 Recibidos x

Melissa Muñoz <melissa.munoz@ifis.com.co>
para mí

14 jul

Señoras:
Lena arte y diseño en cuero

HALL DE INNOVADORES
Espacio para nuevas empresas y/o diseñadores.
PARTICIPE

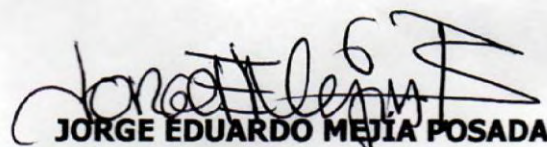
DIR-JMP-037

**EL ENLACE REGIONAL DEL LABORATORIO DE DISEÑO E
INNOVACIÓN NARIÑO
ARTESANÍAS DE COLOMBIA**

CERTIFICA:

Que la artesana **NATALY GUERRERO ARCINIEGAS**, identificada con Cédula de Ciudadanía No. 1.089.845.930, se dedica a la técnica de Marroquinería en el taller ubicado en la Manzana F Casa 13 Barrio Los Sauces de la Carolina, Municipio de Pasto (Nariño).

Esta certificación se expide para trámite de crédito bancario, en la Ciudad de Pasto a los treinta (30) días del mes de Marzo de 2017.



JORGE EDUARDO MEJÍA POSADA
Enlace Regional Laboratorio de Diseño e Innovación Nariño
ARTESANÍAS DE COLOMBIA



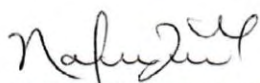
Laboratorio de Diseño e Innovación Nariño
Calle 18 A No. 25-16 Centro Integrado de Servicios MiCITio / Tel: 7226834, 7294896 Ext. 101
Email: labnarino@artesaniasdecolombia.com.co
Pasto / Nariño / Colombia



LA SUSCRITA DIRECTORA ADMINISTRATIVA DE JUVENTUD DE LA ALCALDIA DE PASTO**HACE CONSTAR QUE**

La señorita, **NATALY GUERRERO ARCINIEGAS**, identificada con cedula de ciudadanía No 1.089.845.930 expedida en Pasto (N), representante legal de la marca LENA, es integrante de la estrategia juvenil **PASTO COMPRA JOVEN**, consistente en desarrollar actividades que generen oportunidades y espacios de emprendimiento con la población joven, y ha participado como expositor en los diferentes eventos que se han realizado.

Se expide la presente a petición del interesado, en Pasto, a los 19 días del mes de julio de 2017.

**NATHALY RIASCOS MAYA**

Directora Administrativa de Juventud



SC-CER367695

NIT: 891280000-3
Carrera 21 B No 19-37 - Edificio Jacomez
Teléfonos: + (57) 7205382
Código Postal 520003 Correo electrónico: juventud@pasto.gov.co
- Es su responsabilidad ecológica imprimir este documento

Anexo 6. Participación en ferias

Participación en ferias

Ferias mensuales que se organizan por el colectivo, Pasto compra Joven, desarrollo económico y otras en diferentes fechas comerciales como día de la madre, amor y amistad entre otras en la ciudad de pasto



Anexo 7. *Procesos por producto*

PORTA APARATOS TECNOLOGICOS

UNIDADES A PRODUCIR:53 PRODUCTOS SEMANALES

ACTIVIDAD DEL PROCESO	TIEMPO ESTIMADO DE REALIZACION (minutos)	CARGOS QUE PARTICIPAN EN LA ACTIVIDAD	NUMERO DE PERSONAS QUE INTERVIENEN POR CARGO	EQUIPOS Y MAQUINAS QUE SE UTILIZAN
Corte de tela espuma y odena	106	operario 1(armador)	1	Manualmente
Desbaste de cuero	79,5	operario 1(armador)	1	Maquina desbastadora
Agregar pegante a piezas	106	operario 1(armador)	1	Manualmente
Unión o armado de piezas- embonar	79,5	operario 1(armador)	1	Riel y martillo
Costura de cremallera	53	operario 2(costura)	1	Maquina plana
Costura en partes de partes en cuero y otros materiales	79,5	operario 2(costura)	1	Maquina triple transporte
Instalación de herrajes	53	operario 2(costura)	1	Manualmente
Confección final	79,5	operario2	1	Máquina de codo
Corte laser	53	jefe de producción	1	Computador- maquina laser
Pirograbado y repujado	79,5	jefe de producción	1	Computador- maquina laser
Control de calidad	79,5	jefe de producción	1	Manualmente

Etiquetado	53	jefe de producción	1	Manualmente
Tallado	N.A	jefe de producción	1	Martillo y riel
Empaque	79,5	jefe de producción	1	Manualmente

BOLSOS DAMA

UNIDADES A PRODUCIR: 3 SEMANALES

ACTIVIDAD DEL PROCESO	TIEMPO ESTIMADO DE REALIZACION (minutos)	CARGOS QUE PARTICIPAN EN LA ACTIVIDAD	NUMERO DE PERSONAS QUE INTERVIENEN POR CARGO	EQUIPOS Y MAQUINAS QUE SE UTILIZAN
Corte de tela espuma y odena	4,5	operario 1(armador)	1	Manualmente
Desbaste de cuero	4,5	operario 1(armador)	1	Maquina desbastadora
Agregar pegante a piezas	4,5	operario 1(armador)	1	Manualmente
Unión o armado de piezas- embonar	6	operario 1(armador)	1	Riel y martillo
Costura de cremallera	3	operario 2(costura)	1	Maquina plana
Costura en partes de partes en cuero y otros materiales	4,5	operario 2(costura)	1	Maquina triple transporte
Instalación de herrajes	4,5	operario 2(costura)	1	Manualmente
Confección final	3	operario2	1	Máquina de codo
Corte laser	7,5	jefe de producción	1	Computador- maquina laser

Pirograbado y repujado	6	jefe de producción	1	Computador- maquina laser
Control de calidad	4,5	jefe de producción	1	Manualmente
Etiquetado	4,5	jefe de producción	1	Manualmente
Tallado	3	jefe de producción	1	Martillo y riel
Empaque	4,5	jefe de producción	1	Manualmente

BILLETERA-COSMETIQUERA

UNIDADES A PRODUCIR:6 SEMANALES

ACTIVIDAD DEL PROCESO	TIEMPO ESTIMADO DE REALIZACION (minutos)	CARGOS QUE PARTICIPAN EN LA ACTIVIDAD	NUMERO DE PERSONAS QUE INTERVIENEN POR CARGO	EQUIPOS Y MAQUINAS QUE SE UTILIZAN
Corte de tela espuma y odena	15	operario 1(armador)	1	Manualmente
Desbaste de cuero	9	operario 1(armador)	1	Maquina desbastadora
Agregar pegante a piezas	9	operario 1(armador)	1	Manualmente
Unión o armado de piezas- embonar	21	operario 1(armador)	1	Riel y martillo
Costura de cremallera	3	operario 2(costura)	1	Maquina plana
Costura en partes de partes en cuero y otros materiales	9	operario 2(costura)	1	Maquina triple transporte
Instalación de herrajes	15	operario 2(costura)	1	Manualmente

Confección final	6	operario2	1	Máquina de codo
Corte laser	15	jefe de producción	1	Computador- maquina laser
Pirograbado y repujado	6	jefe de producción	1	Computador- maquina laser
Control de calidad	9	jefe de producción	1	Manualmente
Etiquetado	6	jefe de producción	1	Manualmente
Tallado	N.A	jefe de producción	1	Martillo y riel
Empaque	6	jefe de producción	1	Manualmente

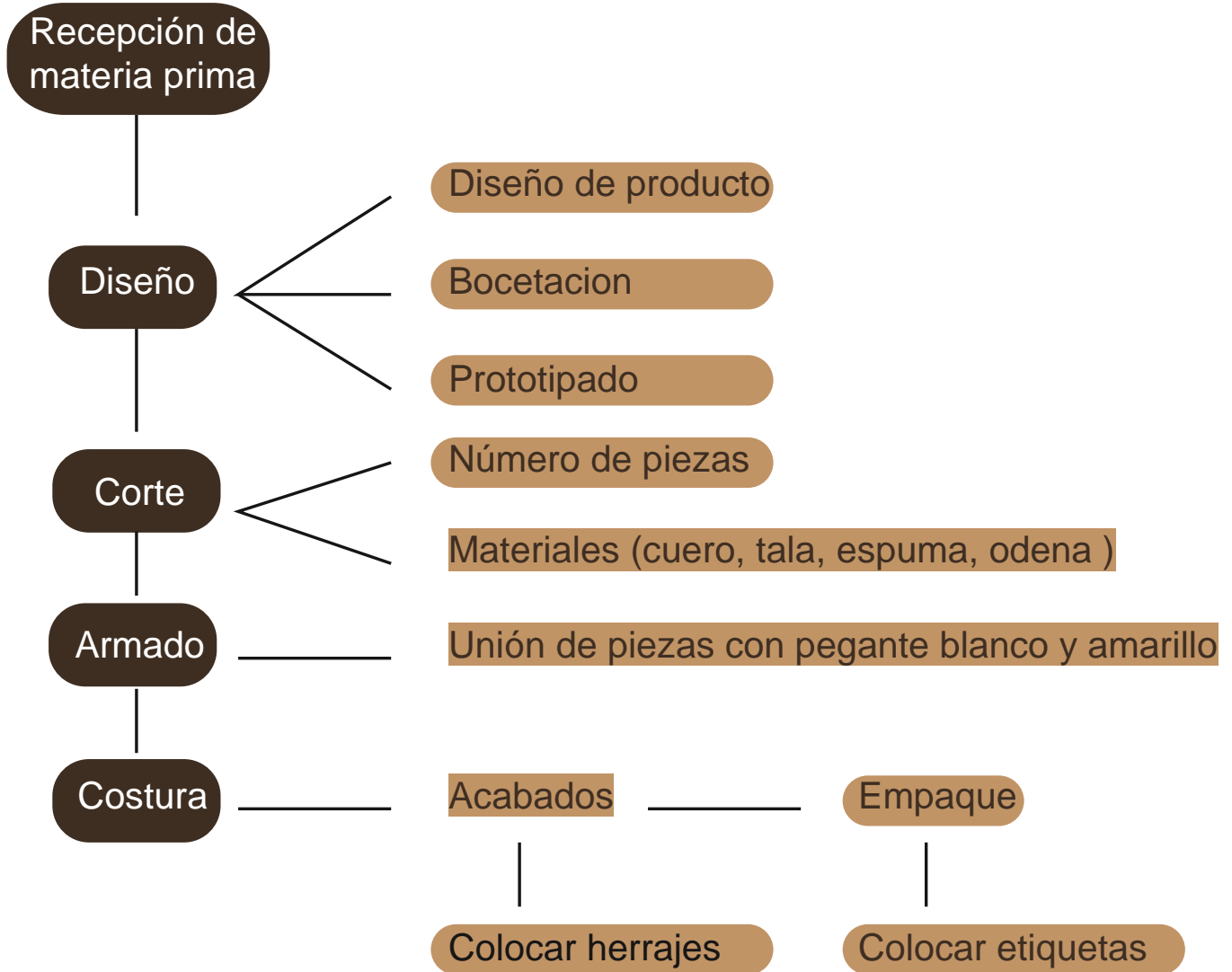
ACCESORIOS DE LUJO

UNIDADES A PRODUCIR: 77 SEMANALES

ACTIVIDAD DEL PROCESO	TIEMPO ESTIMADO DE REALIZACION (minutos)	CARGOS QUE PARTICIPAN EN LA ACTIVIDAD	NUMERO DE PERSONAS QUE INTERVIENEN POR CARGO	EQUIPOS Y MAQUINAS QUE SE UTILIZAN
Corte de tela espuma y odena	N.A	operario 1(armador)	1	Manualmente
Desbaste de cuero	77	operario 1(armador)	1	Maquina desbastadora
Agregar pegante a piezas	77	operario 1(armador)	1	Manualmente
Unión o armado de piezas- embonar	77	operario 1(armador)	1	Riel y martillo
Costura de cremallera	N.A	operario 2(costura)	1	Maquina plana

Costura en partes de partes en cuero y otros materiales	N.A	operario 2(costura)	1	Maquina triple transporte
Instalación de herrajes	53	operario 2(costura)	1	Manualmente
Confección final	N.A	operario2	1	Máquina de codo
Corte laser	77	jefe de producción	1	Computador- maquina laser
Pirograbado y repujado	77	jefe de producción	1	Computador- maquina laser
Control de calidad	77	jefe de producción	1	Manualmente
Etiquetado	115	jefe de producción	1	Manualmente
Tallado	N.A	jefe de producción	1	Martillo y riel
Empaque	115	jefe de producción	1	Manualmente

Anexo 8. Diagrama de procesos



Anexo 9. Fichas técnicas de los productos

FICHA TECNICA PORTA APARATOS TECNOLOGICOS

PRODUCTO ESPECIFICO	NOMBRE COMERCIAL	COLECCION	FECHA
PORTA APARATOS TECNOLOGICOS	PORTACELULAR	ANCESTRAL OTOÑO	2017

EXTERIOR	FORRO INTERIOR
CUERO NOBUK CUERO TALA TELAR ANDINO	NYLON SEDA IMPERMEABLE MATERIAL INTERNO: ESPUMA, Calibre: 1cm ODENA, Calibre: 0,5 cm

CONDICIONES ESPECIALES
LIMPIAR EL CUERO CON PAÑO HUMEDO. EVITAR LA RAYADURA CON TINTAS



HERRAJES Y ACCESORIOS
2 MOSQUETONES 2 MEDIAS LUNAS 52 cm DE CIERRE #3 2 LLAVES DE LUJO #3 1 TABLILLA

DESCRIPCION
PORTACELULAR Y CANGURO ALTO: 12 cm ANCHO: 21 cm BOLSILLOS INTERNOS: central (1), frontal (1), lateral (1) PINTURA A MANO

COSTURA	8 P/P
TIPO	HILO SINTETICO
CALIBRE	46 ZAFIRO
COLOR	TABACO CLARO
P DE AGUJA	3 FILOS

PALETA DE COLORES
VERDE MARRON ROJO NARANJA DORADO AMARILLO LIMON

Frontal y posterior	Correas
21 cm 12 cm x2 cuero	150 cm 4 cm 17 cm 4 cm telar andino cuero
7 cm 12 cm 17 cm x2 cuero tala	Chapetas 6 cm 2,5 cm x2 cuero
Forro 24 cm x2 tela	

FICHA TECNICA BILLETERA-COSMETICERA

PRODUCTO ESPECIFICO	NOMBRE COMERCIAL	COLECCION	FECHA
BILLETERA-COSMETICERA	BILLETERA G	ANCESTRAL OTOÑO	2017



EXTERIOR	FORRO INTERIOR
CUERO TRANSLUCIDO CUERO TALA CUERO NOBUK	NYLON SEDA IMPERMEABLE

CONDICIONES ESPECIALES
LIMPIAR EL CUERO CON PAÑO HUMEDO. EVITAR LA RAYADURA CON TINTAS

HERRAJES Y ACCESORIOS
COBRE PABONADO ESPESOR 3 mm CIERRE DE COBRE LLAVES COBRE PABONADO

DESCRIPCION
BILLETERA GRANDE PARA MUJER CON CIERRE INCLUYE PORTACELULAR VARIOS PORTADOCUMENTOS CON CIERRE Y CORREA DE MANO

COSTURA	8 P/P
TIPO	HILO SINTETICO
CALIBRE	46 FLAMINGO
COLOR	ROJO
P DE AGUJA	3 FILOS

PALETA DE COLORES
VERDE MARRON ROJO NARANJA AMARILLO LIMON

Chapetas	
8,5 cm 15 cm 2 cm	9,5 cm 19,5 cm 17,5 cm 1 cm cuero tala
9,5 cm 16 cm 14 cm 3 cm	

FICHA TECNICA BILLETERA-COSMETIQUERA

PRODUCCION ESPECIFICO	NOMBRE COMERCIAL	COLECCION	FECHA
BILLETERA-COSMETIQUERA	COSMETIQUERA	ANCESTRAL OTOÑO	2017

EXTERIOR

CUERO TRANSLUCIDO
CUERO TALA

FORRO INTERIOR

NYLON SEDA
IMPERMEABLE

CONDICIONES ESPECIALES

LIMPIAR EL CUERO CON PAÑO HUMEDO,
EVITAR LA RAYADURA CON TINTAS

HERRAJES Y ACCESORIOS

COBRE PABONADO
ESPESOR 3 mm
CIERRE DE COBRE
LLAVES COBRE PABONADO

DESCRIPCION

COSMETIQUERA PARA MUJER
CON CIERRE
BOLSILLO POSTERIOR
PINTURA A MANO

COSTURA

8 P/P

TIPO

HILO SINTETICO

CALIBRE

46 ZAFIRO

COLOR

VERDE

P DE AGUJA

3 FILOS

PALETA DE COLORES



VERDE
MARRON
ROJO
NARANJA
AMARILLO LIMON



Parte delantera y posterior
24 cm

3.5 cm x2 tela
3.5 cm x2 cuero tala
7 cm
12 cm x2 cuero

Bolsillos

15 cm
20 cm x2

Base y forro interno
24 cm

4 cm tela tifen
19 cm x2 tela tifen

FICHA TECNICA BOLSO DAMA

PRODUCCION ESPECIFICO	NOMBRE COMERCIAL	COLECCION	FECHA
BOLSO DAMA	BoM 02	ANCESTRAL OTOÑO	2017

EXTERIOR

CUERO TRANSLUCIDO

FORRO INTERIOR

NYLON SEDA
IMPERMEABLE

CONDICIONES ESPECIALES

LIMPIAR EL CUERO CON PAÑO HUMEDO,
EVITAR LA RAYADURA CON TINTAS

HERRAJES Y ACCESORIOS

2 MOSQUETONES
2 MEDIAS LUNAS
52 cm DE CIERRE #3
2 LLAVES DE LUJO #3
1 TABLILLA

DESCRIPCION

BOLSO DAMA CON MULTIPLES BOLSILLOS,
CORREA GRADUABLE
COMBINACION DE TEXTURAS

COSTURA

TIPO

CALIBRE

COLOR

P DE AGUJA

PALETA DE COLORES



VERDE
MARRON
ROJO
NARANJA
DORADO
AMARILLO LIMON



Frontal



Base y forro interno



Parte delantera y posterior
Base y forro interno



FUELLE



Anexo 10. Aspectos legales

TRAMITE A DESARROLLAR	PROCESO/ DESCRIPCIÓN	DURACION DEL TRAMITE	COSTO DE ACUERDO A PRESUPUESTO
Consulta de nombre (control de homonimia)	<p>La ley ordena a las Cámaras de Comercio abstenerse de inscribir un comerciante o un establecimiento de comercio cuando se compruebe que en la base de datos de todas las Cámaras de Comercio del país se encuentre otro ya inscrito con el mismo nombre del solicitante.</p> <p>Dado que la selección del nombre es un paso fundamental en el inicio de la empresa, ya está registrada con el nombre LENA ARTE Y DISEÑO EN CUERO pero como persona natural, por lo tanto hay que hacerlo utilizando el mismo nombre, pero como una empresa SAS.</p>	Inmediato	Valor: No tiene costo.
Consulta de uso de suelo	<p>Permite conocer en tiempo real los usos permitidos o no para el ejercicio de una actividad económica determinada en una dirección específica de la ciudad de acuerdo con el Plan de Ordenamiento Territorial, POT y la reglamentación existente. Sin embargo, a partir de la vigencia del decreto 1879 de 2008, el certificado de usos de suelo no es requisito para la apertura de un establecimiento de comercio.</p> <p>La consulta de uso de suelo se realizó en el Portal Nacional de Creación de Empresas (www.crearempresa.com.co), obteniendo como resultado que la actividad económica no tiene impedimento para desarrollarse en la zona urbana de Pasto; además, la emprendedora tiene conocimiento de las normas de uso de suelo y mientras opere el establecimiento, cumplirá a cabalidad con los requisitos para su ubicación tales como el respeto y manejo del espacio público, parqueaderos, control de impactos</p>	Inmediato	No tiene costo

	ambientales, horarios, condiciones locativas, entre otros.		
Trámites de formalización			
Obtención del Registro Único Tributario – RUT	<p>El Registro Único Tributario RUT, es la base de datos que lleva la DIAN a Nivel Nacional de los contribuyentes, con fines estadísticos y de control.</p> <p>Descripción: Con el RUT a cada comerciante se le asigna un NIT o Número de Identificación Tributaria, el cual es una expresión numérica eminentemente tributaria o fiscal que identifica ante Impuestos Nacionales, así como ante otras entidades públicas y privadas a los contribuyentes y declarantes.</p> <p>Obligaciones que se adquieren: Par empresas de Régimen Común: llevar contabilidad en debida forma, expedir factura, presentar bimestralmente la respectiva declaración de IVA y obligación de informar el cese de actividades.</p> <p>Entidad: Centros de Atención Empresarial ubicados en las sedes de la Cámara de Comercio de Pasto o en las oficinas de la DIAN en Pasto.</p>	8 días	No tiene costo.

<p>Registro de los libros de comercio.</p>	<p>Descripción: El registro de libros garantiza la eficacia probatoria de los mismos, así como el orden y la transparencia, suministrando la información con fidelidad y veracidad en relación con los asientos contenidos en éstos. Los libros más usuales son: Diario, Libro Mayor y Balances, Inventarios, Libro de Actas, Registro de Socios.</p> <p>Entidad: El trámite se puede realizar al momento de la matrícula en la Cámara de Comercio de Pasto.</p>	<p>2 días</p>	<p>No tiene costo.</p>
<p>Inscripción en el Registro Único Mercantil.</p>	<p>Descripción: El Registro Mercantil es una función de carácter pública, desempeñada por las Cámaras de Comercio, consistente en asentar los datos y documentos que los comerciantes suministran en cumplimiento de la Ley, dándoles publicidad de conformidad con lo dispuesto en esta.</p> <p>Obligaciones que se adquiere: Para obtener los beneficios que de ésta se derivan y no incurrir en sanciones legales, la Matrícula debe renovarse todos los años, entre el 1º de enero y el 31 de marzo, sin importar la fecha en que se haya efectuado la matrícula.</p> <p>Cuándo: Los comerciantes y sus Establecimientos de Comercio, están obligados a matricularse en el Registro Mercantil, dentro del mes siguiente a aquel en que comenzó a ejercer actividades mercantiles o de la fecha de documento privado de constitución.</p> <p>Vigencia: Anualmente dentro de los tres primeros meses debe efectuar la renovación del Registro Mercantil.</p> <p>Entidad: Cámara de Comercio de Pasto.</p> <p>La matrícula causa el pago de unos derechos previstos por la ley, de acuerdo con los activos de la empresa. Las tarifas las fija el Gobierno Nacional, para este trámite</p>	<p>3 días</p>	<p>\$120.000</p>

	<p>hemos reservado la suma de CIENTO VEINTE MIL PESOS (\$ 120.000) M/CTE, asignado en el presupuesto financiero.</p>		
<p>Matrícula industria y comercio.</p>	<p>Descripción: El impuesto de Industria y Comercio es de carácter obligatorio, que recae sobre todas las actividades industriales, comerciales, de servicios y financieras, que se ejerzan o realicen dentro del Municipio de Pasto que se cumplan en forma permanente u ocasional, en inmuebles determinados con establecimiento o sin ellos.</p> <p>Obligaciones que se adquiere: Pagar mensualmente el impuesto de Industria y Comercio y cada año durante el período enero - abril presentar ante el Municipio la Declaración Privada correspondiente a los ingresos brutos del año inmediatamente anterior.</p> <p>Cuándo: A partir de la fecha en la cual se da inicio a una actividad comercial, industrial o de servicio.</p>	<p>1 día</p>	<p>No tiene costo.</p>

	Entidad: Secretaría de Hacienda del Municipio de Pasto - Subsecretaría de Rentas Municipales.		
Trámites de funcionamiento y operación legal			
Condición sanitaria.	<p>Descripción: Para todos los establecimientos. El Comerciante debe acreditar el cumplimiento de las exigencias sanitarias de la Ley 9a.de 1979 y sus decretos reglamentarios. Si el comerciante lo requiere, puede solicitar la expedición de un concepto sanitario, resultado de la evaluación técnica de las condiciones sanitarias del establecimiento.</p> <p>Entidad: Secretaría de Salud Municipal de Pasto.</p> <p>En nuestro caso, no requiere certificado o permiso especial, sólo permitir verificación de cumplimiento que la autoridad sanitaria realiza periódicamente.</p>	1 día	No tiene costo
Seguridad del establecimiento	<p>Descripción: Consiste en un certificado que expide el Cuerpo de Bomberos del Municipio en el que consta que el local donde funcionará la empresa o establecimiento de comercio, reúne normas mínimas de seguridad que permita minimizar los riesgos en procura de proteger a los usuarios, visitantes y empleados, su vida e integridad física.</p> <p>Entidad: Cuerpo de Bomberos de Pasto – Monto reservado en presupuesto financiero.</p>	1 día	\$80.000
Pago de derechos de autor	<p>Descripción: Se requiere el comprobante de pago expedido por la autoridad legalmente competente, de acuerdo con lo dispuesto por la Ley 23 de 1982 y demás normas complementarias, sólo cuando en el establecimiento se ejecuten públicamente obras musicales causantes de pago por derechos de autor y conexos.</p> <p>Las tarifas dependen del tipo de establecimiento comercial, de su ubicación</p>	Inmediata	\$90.000

	<p>y del área que éste posea, por lo anterior solo se le liquida el valor directamente en las oficinas de Sayco – Acinpro.</p> <p>Monto reservado en presupuesto financiero.</p>		
--	--	--	--

Normatividad Empresarial:

<p>NORMATIVIDAD EMPRESARIAL</p>	<p>Ley 1258 de 2008 – Código de Comercio</p>	<p>Constitución.- La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes. Salvo lo previsto en el artículo 42 de la ley 1258 de 2008, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personalidad Jurídica.- La sociedad por acciones simplificada, una vez inscrita en el Registro Mercantil, formará una Persona Jurídica distinta de sus accionistas. • Naturaleza.- La sociedad por acciones simplificada es una Sociedad de Capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. Para efectos tributarios, la
--	--	--

		<p>Sociedad por acciones simplificada se registrará por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Imposibilidad de negociar valores en el mercado público.- Las acciones y los demás valores que emita la sociedad por acciones simplificada no podrán inscribirse en el Registro Nacional de Valores y Emisores ni negociarse en bolsa. <p>Constitución y Prueba de la Sociedad.- Contenido del documento de constitución.- La sociedad por acciones simplificada se creará mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado, inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal, en el cual se expresará cuando menos lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas; • Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras "sociedad por acciones simplificada/; o de las letras S.A.S. • El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución; • El término de duración, si éste no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido. • Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita. • El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse; • La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal. <p>El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación podrá hacerse directamente o a través de apoderado.</p>
--	--	---

		<p>Cuando los activos aportados a la sociedad comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución de la sociedad deberá hacerse de igual manera e inscribirse también en los registros correspondientes</p> <p>Control al acto constitutivo y a sus reformas. – Las Cámaras de Comercio verificarán la conformidad de las estipulaciones del acto constitutivo, de los actos de nombramiento y de cada una de sus reformas con lo previsto en la ley. Por lo tanto, se abstendrán de inscribir el documento mediante el cual se constituya, se haga un nombramiento o se reformen los estatutos de la sociedad, cuando se omita alguno de los requisitos previstos en el artículo anterior o en la ley.</p> <p>Efectuado en debida forma el registro de la escritura pública o privada de constitución, no podrá impugnarse el contrato o acto</p>
--	--	--

	<p>unilateral sino por la falta de elementos esenciales o por el incumplimiento de los requisitos de fondo, de acuerdo con los artículos 98 y 104 del Código de Comercio.</p> <p>Sociedad de hecho.- Mientras no se efectúe la inscripción del documento privado o público de constitución en la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal, se entenderá para Todos los efectos legales que la sociedad es de hecho si fueren varios los Asociados. Si se tratase de una sola persona, responderá personalmente por Las obligaciones que contraiga en desarrollo de la empresa.</p> <p>Prueba de existencia de la sociedad.- La existencia de la sociedad por acciones simplificada y las cláusulas estatutarias se probarán con certificación de la Cámara de Comercio, en donde conste no estar disuelta y liquidada la sociedad.</p> <p>Para el artículo 10 del Código de Comercio, son comerciantes las personas que profesionalmente se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles, o aquellas personas que derivan sus ingresos de un ejercicio del comercio de manera personal o por medio de un apoderado o intermediario.</p>
--	--

<p>NORMATIVIDAD TRIBUTARIA</p>	<p>Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada – SAS., se regirá por las reglas aplicables a las sociedades anónimas; es decir, son contribuyentes declarantes del régimen ordinario del impuesto sobre la renta y sus complementarios. En el impuesto sobre las ventas – IVA serán responsables (sujetos pasivos jurídicos) siempre que realicen el hecho generador consagrado en el artículo 420 del Estatuto Tributario. Son contribuyentes del impuesto de industria y comercio cuando realicen actividades industriales, comerciales o de servicios que no estén excluidas o exentas; igualmente tendrán la calidad de agentes retenedores a título de renta, IVA e ICA, según el caso.</p>	<p>Ley 1258 de 2008, consagra que las sociedades anónimas simplificadas SAS, tiene el mismo tratamiento establecido para cualquier clase de sociedad en materia del impuesto de renta, ventas e impuesto de industria y comercio, en la medida que tienen la naturaleza de una sociedad comercial, sin interesar las actividades previstas en su objeto social.</p> <p>En relación con el impuesto de renta, la sociedad es contribuyente y, por tanto, debe seguir las reglas generales previstas para determinar la renta gravable del respectivo ejercicio fiscal y, por su parte, en aplicación de la eliminación de la doble tributación, distribuirá como dividendo no gravado en cabeza de los accionistas la utilidad sobre la cual hubiere pagado el impuesto de renta la sociedad.</p> <p>En materia de responsabilidad del impuesto sobre las ventas, deberá tenerse en cuenta si realiza la venta de bienes o la importación o prestación de servicios, para determinar así el cumplimiento de las obligaciones a que se sujetan los responsables del gravamen.</p> <p>En lo que tiene que ver con el impuesto de industria y comercio, será contribuyente si realiza actividades industriales, comerciales o de servicios, sujetas al impuesto en el municipio donde realice dicha actividad, siendo base de liquidación los ingresos obtenidos en el ejercicio de dicha actividad.</p> <p>Respecto a la responsabilidad del o los accionistas, el inciso 2 del</p>
---------------------------------------	--	--

		<p>artículo 1° de la Ley 1258 de 2008, establece una regla especial en virtud de la cual no son responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad.</p> <p>De esta forma, se consagra la exoneración de la responsabilidad de los accionistas y establece como excepción la responsabilidad por actos defraudatorios en que se hubiere participado, utilizando la sociedad anónima simplificada, según lo previsto en el artículo 42 de la citada Ley.</p>
--	--	--

<p>NORMATIVIDAD TECNICA</p>	<p>Ley 1258 de 2008 Código de Comercio Estatuto Tributario Decreto 1594 de 1984 Decreto 1541 de 1978 Decreto 2811 de 1974 Ley 9a. de 1979 Ley 23 de 1982 Ley 232 de 1995 Ley 14 de 1983 Ley 223 de 1995</p>	<p>El Registro Único Tributario.-, RUT, es la base de datos que lleva la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) a nivel nacional de los contribuyentes, la cual comprende la información básica de los mismos, con fines estadísticos y de control. Con el RUT a cada comerciante se le asigna un NIT. El Número de Identificación Tributaria, NIT, es la expresión numérica eminentemente tributaria o fiscal que identifica ante impuestos nacionales, así como ante otras entidades públicas y privadas, a los contribuyentes y declarantes.</p> <p>De acuerdo con la normatividad tributaria de la DIAN, para que una persona natural o jurídica pueda matricularse en el registro mercantil de la Cámara de Comercio, deberá inscribirse previamente en el Registro Único Tributario, RUT.</p> <p>ARTÍCULO 79 Ley 788 de 2002. Adiciónese el artículo 555-1 del Estatuto Tributario con los siguientes incisos:</p> <p><i>“Las Cámaras de Comercio, una vez asignada la matrícula mercantil, deberán solicitar a más tardar dentro de los dos (2) días calendario siguientes, la expedición del Número de Identificación Tributaria NIT del matriculado a la Administración de Impuestos Nacionales competente, con el fin de incorporar, para todos los efectos legales, dicha identificación a la matrícula mercantil. En las certificaciones de existencia y representación y en los certificados de matrícula siempre se indicará el Número de Identificación Tributaria.</i></p> <p><i>“El incumplimiento de esta obligación por parte de las cámaras de comercio acarreará la sanción prevista en el artículo 651 del Estatuto Tributario...”</i></p> <p>Plazo para solicitar la matrícula</p>
------------------------------------	---	---

		<p>mercantil.- ARTÍCULO 31. Código de Comercio</p> <p><i>“La solicitud de matrícula será presentada dentro del mes siguiente a la fecha en que la persona natural empezó a ejercer el comercio o en que la sucursal o el establecimiento de comercio fue abierto.</i></p> <p><i>“Tratándose de sociedades, la petición de matrícula se formulará por el representante legal dentro del mes siguiente a la fecha de la escritura pública de constitución o a la del permiso de funcionamiento, según el caso, y acompañará tales documentos...”</i></p> <p>Impuesto de registro.- ARTICULO 226 Ley 223 de 1995. “Hecho Generador. Está</p>
--	--	---

	<p>Constituido por la inscripción de actos, contratos o negocios jurídicos documentales en los cuales sean parte o beneficiarios los particulares y que de conformidad con las disposiciones legales, deban registrarse en las oficinas de Registro de Instrumentos Públicos o en las cámaras de comercio”.</p> <p>Matrícula Industria y Comercio Municipal. El impuesto de Industria y Comercio es de carácter obligatorio. Recaerá sobre todas las actividades industriales, comerciales, de servicios y financiera, que se ejerzan o realicen dentro de la jurisdicción del municipio, y que se cumplan en forma permanente u ocasional, tanto en inmuebles determinados, con establecimiento de comercio o sin ellos.</p> <p>Artículo 32º. Ley 14 de 1983: “El Impuesto de Industria y Comercio recaerá, en cuanto a materia imponible, sobre todas las actividades comerciales, industriales y de servicio que ejerzan o realicen en las respectivas jurisdicciones municipales, directa o indirectamente, por personas naturales, jurídicas o por sociedades de hecho, ya sea que se cumplan en forma permanente u ocasional, en inmuebles determinados, con establecimientos de comercio o sin ellos”.</p> <p>Informar a la oficina de Planeación correspondiente el inicio de las actividades.- Para dar cumplimiento a la Ley 232 de 1995, los comerciantes deberán reportar a la oficina de planeación correspondiente la apertura de la actividad económica, indicando la ubicación y actividad que se va a desarrollar. Esta notificación se puede hacer por Internet o por comunicación escrita o verbal, lo que manifieste el comerciante se considerará de buena fe y por ende, se dará por hecho cierto, sujeto a verificaciones posteriores.</p> <p><i>ARTÍCULO 2º Ley 232 de 1995. “No</i></p>
--	---

		<p><i>obstante lo dispuesto en el artículo anterior, es obligatorio para el ejercicio del comercio que los establecimientos abiertos al público reúnan los siguientes requisitos:</i></p> <p><i>“... e) Comunicar en las respectivas oficinas de planeación o quien haga sus veces de la entidad territorial correspondiente, la apertura del establecimiento.</i></p> <p>Registro de los libros de comercio.- Por exigencia de las disposiciones legales los comerciantes deben registrar sus libros de comercio en la cámara de comercio de su jurisdicción. Este registro de libros garantiza</p>
--	--	---

		<p>La eficacia probatoria de los mismos, así como el orden y la transparencia suministrando la información con fidelidad y veracidad en relación con los asientos contenidos en éstos.</p> <p>Si se trata de persona natural deberá registrar en la cámara de comercio de su jurisdicción los libros de comercio que se enumeran más adelante. Si es persona jurídica deberá solicitar, además, la inscripción de los siguientes libros: de actas, de socios, de acciones, entre otros.</p> <p>Funcionamiento y operación.- Se debe elaborar una carta en la cual se solicite el registro de los libros, en esta carta se debe indicar el nombre del libro que se va a registrar, su numeración y codificación. Artículo 28 del Código de Comercio, numeral 7, Decreto 1868 de 2008</p> <p>Pago de derechos de autor (solo para algunos establecimientos).- Se requiere el comprobante de pago expedido por la autoridad legalmente competente, de acuerdo con lo dispuesto por la Ley 23 de 1982 y demás normas complementarias, sólo cuando en el establecimiento se ejecuten públicamente obras musicales causantes de pago por derechos de autor y conexos.</p> <p>Solicitud de autorización para numeración de Facturación – Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, DIAN.- Se debe solicitar autorización para la numeración de las facturas que debe imprimir, se debe presentar ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, DIAN.</p> <p>Renovación anual de la matrícula mercantil.- La renovación debe hacerse cada año, entre el 1º de enero y el 31 de marzo, ante la Cámara de Comercio.</p>
--	--	---

		<p>ARTÍCULO 33. Código de Comercio. <RENOVACIÓN DE LA MATRÍCULA MERCANTIL - TÉRMINO PARA SOLICITARLA>.</p> <p><i>La matrícula se renovará anualmente, dentro de los tres primeros meses de cada año. El inscrito informará a la correspondiente cámara de comercio la pérdida de su calidad de comerciante, lo mismo que cualquier cambio de domicilio y demás mutaciones referentes a su actividad comercial, a fin de que se tome nota de ello en el registro correspondiente. Lo mismo se hará respecto de sucursales, establecimientos de comercio y demás actos y documentos sujetos a registro.</i></p>
--	--	---

	<p>Declaración de Industria y Comercio.- Cumplir con las condiciones sanitarias descritas por la Ley 9a. de 1979 y demás normas vigentes sobre la materia (todos los establecimientos). En la Secretaría de Salud puede solicitar una constancia sanitaria.</p> <p>Los empresarios deben presentar durante los cuatro (4) primeros meses de cada año, ante el municipio, la declaración privada correspondiente a los ingresos brutos del año inmediatamente anterior. Esta declaración sirve para que la Subsecretaría de Rentas actualice el impuesto facturado.</p> <p>Registro de marca - Superintendencia de Industria y Comercio (SIC).- La marca es un signo distintivo, sirve para diferenciar en el mercado productos, servicios y permitir a los consumidores hacer una buena elección de aquello que desean consumir en relación con los demás productos o servicios que se ofrecen en el mercado por parte de los competidores.</p> <p>El registro que se realiza para proteger el derecho al uso exclusivo de un signo distintivo se debe hacer ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), el otorgamiento de este registro protege la titularidad y exclusividad del signo durante el término de diez años, renovable por términos iguales.</p> <p>El derecho al uso exclusivo comprende la facultad del titular de impedir que terceros no autorizados usen el signo o signos similarmente confundibles para los mismos bienes o servicios o aquellos vinculados competitivamente. Esta facultad se ejerce mediante las acciones judiciales ante los jueces civiles del circuito y/o las acciones administrativas respectivas.</p> <p>Consulta de uso de suelo.- Permite</p>
--	---

		<p>conocer en tiempo real los usos permitidos o no para el ejercicio de una actividad económica determinada en una dirección específica de la ciudad de acuerdo con el Plan de Ordenamiento Territorial, P.O.T., y la reglamentación existente. La reglamentación nacional, Decreto 2150 de 1995, suprimió las licencias de funcionamiento y reformó los procedimientos para poder ejecutar una actividad en el territorio nacional.</p> <p>Mientras opere el establecimiento, debe cumplir con los requisitos para su ubicación definidos en la normativa que los regula y de las entidades competentes en materias tales como la racional mezcla de usos, respeto y manejo del espacio público, parqueaderos, control de impactos ambientales, intensidad y</p>
--	--	---

		<p>Conflictos funcionales, horarios, condiciones locativas. Ley 232 de 1995 y Decreto 1879 de 2008.</p> <p>Cumplir con las condiciones sanitarias descritas por la Ley 9a. de 1979 y demás normas vigentes sobre la materia (todos los establecimientos). En la Secretaría de Salud puede solicitar una constancia sanitaria.- El comerciante debe acreditar el cumplimiento de las exigencias sanitarias de la Ley 9a. de 1979 y sus decretos reglamentarios. Si el comerciante lo requiere, puede solicitar la expedición de un concepto sanitario, resultado de la evaluación técnica de las condiciones sanitarias del establecimiento</p> <p>Seguridad de establecimientos abiertos al público.- Consiste en un certificado que expide el Cuerpo de Bomberos del municipio en el que consta que el local donde funcionará la empresa o establecimiento de comercio reúne normas mínimas de seguridad que permita minimizar los riesgos en procura de proteger a los usuarios, visitantes y empleados, su vida e integridad física.</p> <p>Licencias Ambientales.- Cumplir con las condiciones sanitarias descritas por la Ley 9a. de 1979 y demás normas vigentes sobre la materia (todos los establecimientos). En la Secretaría de Salud puede solicitar una constancia sanitaria.</p> <p>Permiso de Vertimientos.- Es el permiso que toda persona natural o jurídica, pública o privada, debe obtener cuando sea necesario incorporar a las aguas sustancias o desechos, los cuales no podrán verterse sin tratamiento. Lo anterior, para efectos de evitar la contaminación de las aguas, causar daño o poner en peligro la salud humana o el</p>
--	--	--

		normal desarrollo de la flora o fauna, o impedir u obstaculizar su empleo para otros usos (Decreto 1594 de 1984 – Decreto 1541 de 1978 - Decreto 2811 de 1974).
--	--	---

NORMATIVIDAD LABORAL			
Descripción	Ante quién	Cómo	Cuándo
Pago oportuno de salarios ordinarios y extraordinarios	Empleado o la persona que éste autorice por escrito. Artículo 139 del Código Laboral.	El salario en dinero debe pagarse por períodos iguales y vencidos, en moneda legal. El período de pago para los jornales no puede ser mayor de una semana, y para sueldos no mayor de un mes. El pago del trabajo suplementario o de horas extras y el del recargo por trabajo nocturno deben efectuarse junto con el salario ordinario del período en que se han causado, o a más tardar con el salario del período siguiente. Artículo 134 del Código Laboral.	El salario se pagará semanal, quincenal o mensualmente de acuerdo con lo pactado en el contrato de trabajo.

<p>Pago oportuno de prestaciones sociales, indemnizaciones laborales y descanso remunerado</p>	<p>Empleado o la persona que éste autorice por escrito. Artículo 139 del Código Laboral.</p>	<p>Son un conjunto de beneficios y garantías a cargo de empleador y consagrados a favor de los trabajadores, cuyo fin es cubrir los riesgos inherentes al trabajo.</p> <p>Cesantías: es una prestación social a la cual tiene derecho el trabajador cuando queda cesante al culminar el contrato de trabajo. Equivalen a un salario por año laborado o proporcional por fracción de año. De acuerdo con la Ley 50 de 1990, el nuevo régimen de Cesantías se aplica obligatoriamente a todos los empleados vinculados por contrato de trabajo a partir del 1° de enero de 1991.</p> <p>1. Intereses a las cesantías: es el rendimiento financiero de carácter legal que todos los empleadores están obligados a pagar a sus trabajadores, independientemente de que estén o no afiliados a un fondo de cesantías. Durante el mes de enero todos los empleadores deben reconocer a sus empleados 12% anual sobre el saldo de las cesantías al 31 de diciembre del año anterior o proporcional al tiempo laborado si este es inferior, independientemente de que se encuentren o no sometidos al régimen de cesantías de la Ley 50 de 1990.</p> <p>2. Prima de servicios: corresponde al pago de dos quincenas de salario durante cada año a todos los empleados que laboren al servicio de una empresa, independientemente del</p>	<p>Prima de servicios: La prima del primer del semestre: antes del 30 de junio. La prima del segundo semestre: antes del 20 de diciembre. En los contratos a término fijo sean o no inferiores a un año el empleado siempre tiene derecho a pago de prima proporcional sin importar la fracción de tiempo trabajado. Código Laboral, art. 306,308 CST</p> <p>Cesantías: consignación en el Fondo de Cesantías máximo el 14 de febrero.</p> <p>Intereses a las cesantías: se pagan directamente al trabajador durante el mes de enero del año siguiente a la consolidación de las cesantías o en las fechas de retiro del Trabajador o simultáneamente con la liquidación parcial de las cesantías.</p> <p>Calzado y vestido de labor: las dotaciones se entregan en las siguientes fechas: 30 de abril, 31 de agosto y 20 de diciembre. Cuando un trabajador se niegue a usar la dotación, debe manifestarlo por escrito, para exonerar del incumplimiento de esta obligación.</p>
--	--	---	--

		tiempo de servicio en el respectivo semestre e incluso a quienes sean despedidos con justa causa.	Auxilio de transporte: se paga quincenalmente, durante el tiempo en que el empleado esté prestando efectivamente sus servicios a la entidad.
--	--	---	---

		<p>3. Calzado y vestido de labor: el trabajador que tenga derecho a esta prestación, recibirá tres veces al año un par de zapatos y un vestido apropiados a la labor que desempeña.</p> <p>4. Auxilio de transporte: este subsidio tiene por finalidad ayudar económicamente al trabajador para su desplazamiento desde su residencia al sitio de trabajo y se pagará exclusivamente por los días trabajados.</p> <p>5. Vacaciones: aunque no son una prestación social, constituyen un derecho al descanso y como tal se remuneran. Equivalen a 15 días hábiles consecutivos remunerados por cada año de servicio o proporcionalmente por fracción superior a 180 días.</p>	<p>Vacaciones: pagan en se el mismo del momento disfrute.</p>
<p>Afiliación y pago oportuno de aportes al Sistema de Seguridad Social en Salud.</p>	<p>A la EPS donde está afiliado el empleado</p>	<p>Para la afiliación:</p> <ul style="list-style-type: none"> * El empleador debe estar previamente inscrito en la EPS. * Diligenciar y presentar el formulario de afiliación y novedades a la EPS o en fotocopia ampliada y legible de la cédula de ciudadanía del trabajador. * Diligenciar y firmar la declaración del estado de salud al respaldo del formulario. * Anexar los documentos de los beneficiarios según el parentesco. * Si está afiliado a través de una cooperativa de trabajo asociado, debe presentar el convenio de 	<p>El empleado debe estar afiliado desde el primer día que inicie sus labores y el pago se debe hacer mensualmente</p>

		asociación.	
Afiliación y pago oportuno de aportes al Sistema de Seguridad Social en Pensiones.	Al fondo de pensiones donde está afiliado el empleado	Para la afiliación: * El empleador debe estar inscrito previamente en el fondo de pensiones. * A través del empleador se diligencia el formulario de inscripción del fondo de pensiones, se debe anexar copia ampliada de la cédula del empleado.	El empleado Debe estar afiliado desde el primer día que inicie sus labores y el pago se debe hacer mensualmente.
Afiliación y pago oportuno de aportes al Sistema de Seguridad Social en Riesgos Profesionales.	Ante la ARP donde la Empresa tiene afiliados a sus empleados.	El empleador debe reportar a la ARP donde está inscrito a cada uno de sus empleados por medio de las planillas que su ARP le indique	El empleado debe estar afiliado desde el primer día que inicie sus labores y el pago se debe Hacer mensualmente.

OTROS ASPECTOS:

Personalidad Jurídica:

La sociedad una vez inscrita en el Registro Mercantil, formara una persona jurídica distinta a sus accionistas.

Legislación Vigente:

Legislación Tributaria de Orden Nacional:

- Ley 1819 de 2017, reforma tributaria estructural.
- Decreto Único Reglamentario, DUR 2420 de 2015.

La empresa al constituirse como una persona jurídica y al producir bienes gravados, será tributariamente responsable como Régimen Común de IVA, lo cual la obliga a cumplir los requisitos establecidos para este tipo de responsables en el Estatuto Tributario a partir del artículo 420 hasta el artículo 514 del mismo libro, como lo es la caución del impuesto y la presentación de la declaración y/o pago del mismo.

Así mismo, tiene la obligación de ser contribuyente y declarante del impuesto de renta y sus complementarios.

De Orden Territorial:

- Estatuto Tributario Municipal de Pasto.

La sociedad deberá inscribirse en el RIT Registro de Información Tributaria ante la Alcaldía de Pasto, diligenciando el formulario correspondiente, en donde se detallara que el tipo de solicitud es por Apertura, con el objetivo de dar cumplimiento a su obligación como contribuyente del Impuesto de Industria y Comercio en el municipio.

Seguridad Laboral:

La empresa deberá hacer los contactos necesarios con las entidades promotoras de salud, fondos de pensiones, la Caja de Compensación Familiar y la administradora de riesgos laborales, tanto para el personal que se va a vincular por la empresa, como aquellas que se contratará por OPS.

Anexo 11. Tendencias y análisis del sector

TENDENCIAS DE MODA EN MARROQUINERIA 2017-2018
ACICAM- RED DE CONCEPTOS DE MODA



Para la nueva temporada 2017-2018 se toma como referencia las tendencias de moda y marroquinería toda de del último informe de la red de conceptos de moda ACICAM



Lena
Arte y diseño en cuero

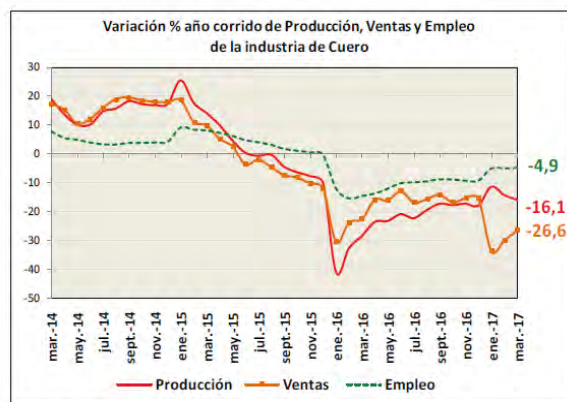
ANALISIS DEL SECTOR

El sector industrial en Colombia que comprende todas las actividades realizadas por el emprendimiento LENA ARTE Y DISEÑO EN CUERO es el sector marroquino, la entidad en Colombia encargada de todas las determinaciones comerciales y laborales de éste es ACICAM

Donde se manifiesta que para los primeros meses del año del 2017 la producción del cuero presento un decrecimiento de -16,1% respecto a las ventas se observa una variación de -26,6% y el empleo en éste sector muestra una caída de -4,9%

CUERO

Según la Encuesta Mensual Manufacturera del DANE, la producción de cuero en Colombia registró un decrecimiento de **-16.1%** en los tres primeros meses del año 2017. Respecto a las ventas se observa una variación de **-26.6%**. El empleo muestra una caída de **-4.9%**.




Lena

COMERCIO EXTERIOR MARROQUINERIA Y CALZADO 2017


Así como las exportaciones de cuero para el año 2017 crecieron en 11,3 millones de dólares las exportaciones de calzado se incrementaron en un 10,7% a los países que más demandan calzado son Ecuador, Estados Unidos y Bolivia

Crecen exportaciones de calzado en primer trimestre de 2017

Durante el primer trimestre del año, de acuerdo con las cifras del DANE, las exportaciones de calzado medidas en número de Pares, crecieron un 10,7% al pasar de 347.329 a 384.331 pares



Ecuador: ↑ 54%




Las exportaciones de calzado a Ecuador en número de pares, presentan un aumento de 54%, en parte como consecuencia del desmonte de las salvaguardias arancelarias impuestas por ese país.

Exportaciones de calzado a Ecuador en pares, Enero a Marzo 2015-2017

Año	Exportaciones (Pares)
2015	141.895
2016	79.266
2017	108.029

Estados Unidos: ↑ 51%




Las ventas de calzado a Estados Unidos en número de pares, se han venido incrementando. Para el primer trimestre de 2017 crecen en 51% frente al mismo periodo de 2016.

Exportaciones de calzado a Estados Unidos en pares, Enero a Marzo 2015-2017

Año	Exportaciones (Pares)
2015	28.833
2016	44.029
2017	69.778


Bolivia: ↑ 280%



Se observa un importante aumento de las exportaciones de calzado a Bolivia, al pasar de 17.612 pares en enero a marzo de 2016 a 66.953 pares en el mismo lapso de 2017 (cifra récord).

Exportaciones de calzado a Bolivia en pares, Enero a Marzo 2015-2017

Año	Exportaciones (Pares)
2015	1.408
2016	17.612
2017	66.953



ACICAM
FUENTE: DANE
ELABORACIÓN: GERENCIA DE INTELIGENCIA COMPETITIVA

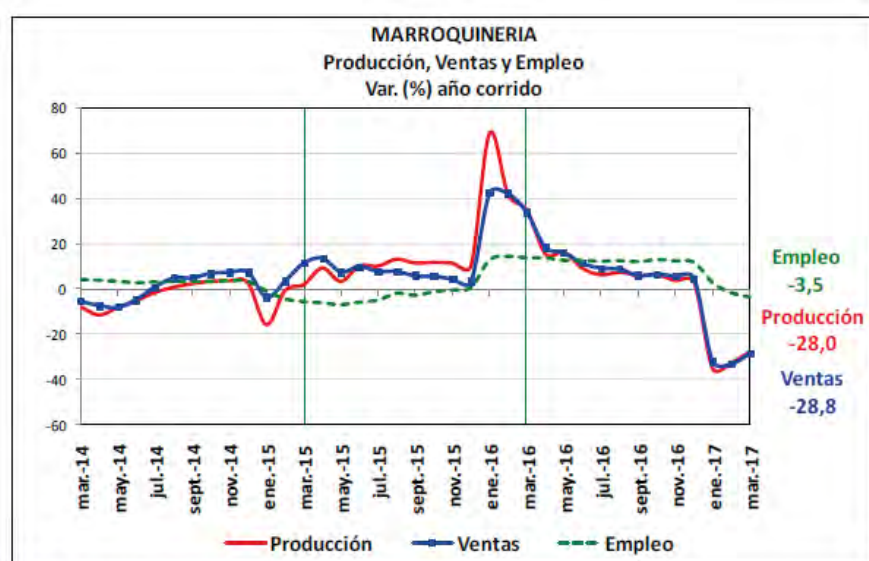
ACICAM - Gerencia de Inteligencia Competitiva - Cr 4a No. 26a - 71 - Tel: 2816400 - Bogotá - raul.paez@acicam.org, willian.parrado@acicam.org



Lena
Arte y diseño en cuero

ANALISIS DEL SECTOR MARROQUINERO

Según la encuesta Manual Manufacturera del DANE, el sector marroquintero de enero a marzo de 2017, observó caídas de -28% en la producción, y de 28,8% en las ventas totales. Este comportamiento se explica por la disminución de las licitaciones, el descenso de la demanda interna y la reducción de las ventas al exterior. A continuación se presenta la tabla correspondiente con los valores de empleo, producción y ventas



Lena
Arte y diseño en cuero

EXPORTACIONES DE MARROQUINERIA Y CALZADO

Las exportaciones de marroquinería en los tres primeros meses de 2017, ascienden a 11,3 millones de dólares con una variación de -28,4% frente a los 15,7 millones de dólares, exportados en el mismo periodo de 2016. Esta variación se presentó principalmente por la caída de las ventas hacia Estados Unidos, Perú y Panamá con variaciones de -3,5% -11% y -57% respectivamente.

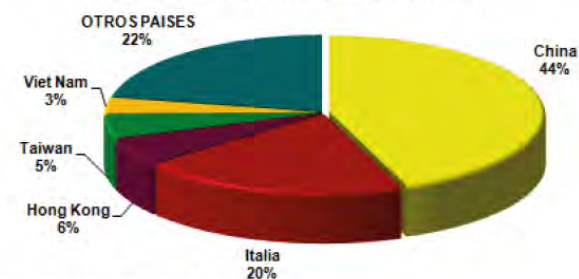
El principal país de destino de las exportaciones de cuero es China con una participación del 44% y un crecimiento de 96%, seguido de Italia 20% y Hong Kong 6% que registra variaciones de -37% y -58% respectivamente entre otros destinos.

COMERCIO EXTERIOR

Las **exportaciones de cuero** en enero a marzo de 2017 ascienden a **29.8 millones de dólares** con una variación de **-19.7%** respecto al primer trimestre de 2016. De estas US\$7 millones corresponden a cuero crudo y US\$ 14 millones a wet blue.

El principal país destino de las exportaciones de cuero es China con una participación del **44%** y un crecimiento de 96%, seguido de Italia **20%** y Hong Kong **6%** que registran variaciones de -37% y -58%, respectivamente; entre otros destinos.

PRINCIPALES PAISES DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE ENERO A MARZO DE 2017 EN US\$ FOB



Fuente: DANE. Cálculos de Acicam

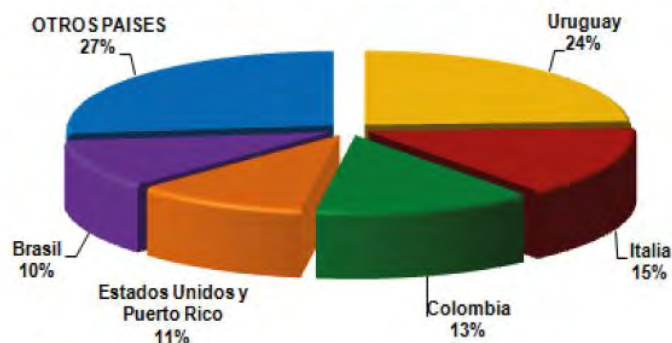


Lena
Arte y diseño en cuero

IMPORTACIONES DE MARROQUINERIA EN COLOMBIA 2017

Las importaciones de cuero enero a marzo de 2017 se manifiestan de la siguiente forma, Uruguay es el mayor país representado con el 24% de las importaciones, seguido por Italia con el 16% y de tercero se encuentra Colombia con el 13% debido a este se puede deducir que Colombia es un país con gran producción de materia prima generando gran cantidad de exportación a la China.

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES DE CUERO ENERO A MARZO DEL 2017 EN US\$CIF



FUENTE: DIAN Cálculos de Acicam



Lena

Arte y diseño en cuero

INVESTIGACION TENDENCIAS DE MODA EN MARROQUINERIA 2017-2018



Las nuevas tendencias impulsan el uso de materiales eco contrastados con brillantes y colores vivos en un solo elemento generando una armonía visual más interesante en su concepto.



Lena
Arte y diseño en cuero

Anexo 12. Estacionalidad

MES	DEMANDA POR MES	PROYECCION DE CANTIDADES			
		PORTA APARATOS TECNOLÓGICO	BOLSO DAMA	BILLETAS-COSMETIQUERA	ACCESORIOS DE LUJO
Enero	ALTO	0	0	0	0
Febrero	MEDIO	0	0	0	0
Marzo	ALTO	190	16	24	100
Abril	MEDIO	150	12	20	70
Mayo	ALTO	190	16	24	80
Junio	MEDIO	138	12	22	70
Julio	ALTO	190	14	23	80
Agosto	ALTO	208	16	30	100

Septiembre	MEDIO	128	12	22	65
Octubre	MEDIO	138	12	20	65
Noviembre	MEDIO	190	14	24	70
Diciembre	ALTO	208	16	31	100
TOTAL		1730	140	240	800

PROYECCION PRECIOS DE VENTA				FORMA DE PAGO
PORTA APARATOS TECNOLÓGICO	BOLSO DAMA	BILLETAS-COSMETIQUERA	ACCESORIOS DE LUJO	
45000	90000	55000	30000	
0	0	0	0	0
0	0	0	0	0
8.550.000	1440000	1320000	3000000	CONTADO

6.750.000	1080000	1100000	2100000	CONTADO
8.550.000	1440000	1320000	2400000	CONTADO
6.210.000	1080000	1210000	2100000	CONTADO
8.550.000	1260000	1265000	2400000	CONTADO
9.360.000	1440000	1650000	3000000	CONTADO
5.760.000	1080000	1210000	1950000	CONTADO
6.210.000	1080000	1100000	1950000	CONTADO
8.550.000	1260000	1320000	2100000	CONTADO
9.360.000	1440000	1705000	3000000	CONTADO

77.850.000	12600000	13200000	24030000	
------------	----------	----------	----------	--

JUSTIFICACIÓN
Mes improductivo de arranque de la empresa por adecuaciones e instalaciones
Mes improductivo de arranque de la empresa por adecuaciones e instalaciones
<p>Este mes incluye varias fechas especiales, lo cual lo hace un mes de una alta demanda de productos LENA ARTE Y DISEÑO EN CUERO. El 01 de marzo es el día del contador público, el 08 el día internacional de la mujer; el 11 el día de los amigos, el 14 se celebra el día nacional del trabajador de construcción. Además, el 15 es el día mundial del consumidor, el 17 es el día del Psicoorientador, el 18 es el día del negociador internacional, el 19 es el día del hombre, el 23 es el día del optómetra, el 24 es el día del locutor. En estas fechas habrá gran demanda de accesorios y productos LENA</p>
<p>En este mes hay fechas ampliamente celebradas como: el 07 de abril día mundial de la salud, del 10 al 16 se celebra Semana Santa, el 22 es el día de la tierra y el 23 el día del idioma. Además, el 26 se celebra el día de la secretaria, el 27 el día del diseñador gráfico, el 28 el día del bacteriólogo y el 29 el día del niño. En esta fecha se venderán principalmente bolsos personalizados y se aprovechará también para incrementar la producción para el posterior mes de la madre fecha con mucha demanda comercialmente</p>
<p>en este mes se celebra el día de la madre, fecha muy comercial y por lo tanto con gran demanda de productos con múltiples ferias que se realizan en puntos estratégicos como el Parque Nariño y la Catedral de Pasto por ende hay mucha demanda de productos LENA ARTE Y DISEÑO EN CUERO</p>
<p>En éste mes se celebra el día del padre con feria programada para esa fecha y también se prepara la producción para fechas posteriores del mes de julio y agosto con gran demanda comercial.</p>
<p>Las fechas más importantes en éste mes son del 13 al 17 de julio, fecha que se realiza el EXPOARTESANO en Pasto que gracias a la oficina de de Desarrollo Económico y la oficina de la Juventud se ha venido participando dos años seguidos y se realiza gran demanda de productos LENA ARTE Y DISEÑO EN CUERO</p>
<p>En éste mes se presenta gran demanda de productos LENA por la participación de dos ferias muy importantes a nivel nacional, del 29 de julio al 10 de agosto Feria de Artesanos entre Flores en la ciudad de Medellín y del 9 al 11 de agosto Hall de Innovadores de Corferias en la ciudad de Bogotá ambas ferias con mucha demanda de productos LENA ARTE Y DISEÑO EN CUERO</p>

En éste mes se presentan fechas especiales como el día del amor y la Amistad que tiene programada feria en la ciudad de Pasto además de las ventas de productos personalizados. Se incrementará la producción para temporada alta de diciembre

Este mes se aprovechará la venta de productos LENA personalizados y en los puntos donde se encuentran exhibidos los productos. También se incrementará la producción para la llegada de la temporada alta en el mes de diciembre

En éste mes está programada la feria de Galeras Rock en la ciudad de Pasto. Las fechas que se destacan en este mes y que se pueden aprovechar para el incremento en la venta de productos LENA de fechas especiales y de personalizados son: 01 día del vigilante, 04 día del administrador, 05 día de la policía, 11 día del bombero, 17 día del terapeuta ocupacional, el 20 es el día del psicólogo y el 22 el día del músico. Además, el 24 es el día del agrónomo. También se incrementará la producción para la llegada de la temporada alta en el mes de diciembre.

Este es un mes de alta demanda de productos LENA debido a la época navideña, fin de año. Se presentan múltiples ferias organizadas por diferentes entidades que demandan muchos productos.

Anexo 13. Publicidad LENA

IMAGEN CORPORATIVA

MARCADELAEMPRESA



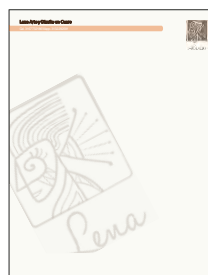
Lena Lena

ARTE Y DISEÑO EN CUERO ARTE Y DISEÑO EN CUERO

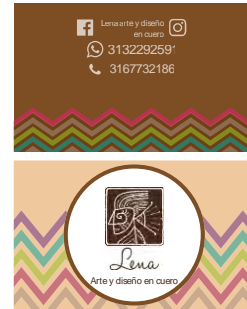
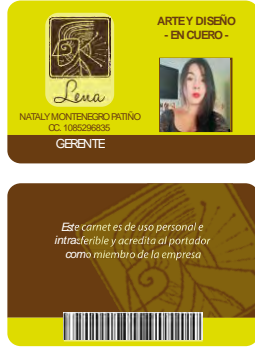
SOBRE CARTA



HOJA CARTA



PUBLICIDAD



CATALOGO



PENDON



ETIQUETA



MARQUILLA



EMPAQUE



Anexo 14. *Catálogo de productos*



Anexo 15. Estrategias de venta

Estrategias de ventas

Estrategias de Promoción:

Vamos a realizar la promoción a través de diferentes actividades, las cuales dentro de las más importantes, están las siguientes:

- Se estimulará el consumo a través de un servicio de venta directa amable y con conocimiento sobre los productos que se ofrecen. Para esto, aprovechando las oportunidades que ofrece el SENA, lograr capacitar al vendedor en procesos de estrategias de mercadeo, merchandising, tele-mercadeo, manejo de redes sociales, envío masivo de correos electrónicos y descarga de la aplicación móvil, entre otros.
 - La persona encargada de la venta directa, promoverá el uso de la aplicación móvil y capacitará a los visitantes en la forma de descargarla y de interactuar con ella.
 - Se realizará levantamiento de base de datos por cada visita recibida en el establecimiento donde se obtendrán datos como nombre, redes sociales, teléfono celular y correo electrónico.
 - Según el cálculo de la capacidad instalada con base en el estudio de mercado, se espera recibir un mínimo de 82 visitas semanales al Punto de venta, entregar a cada una de ellas 1 tarjeta de presentación con información sobre Punto de Venta, aplicación móvil, página web y redes sociales, con lo que se podrá recibir su información y adjuntarla a la base de datos.
- **Venta por catálogo:**
 - Se contará con catálogos impresos de productos y un catálogo virtual en la página web. Con estos catálogos se ofrecerán los productos de temporada y tendrá información sobre el Punto de Venta, página web, aplicación móvil y procesos de producción en el material sostenible el cuero tala, para estimular la compra a través de los distintos medios. El periodo para entrega de productos por pedido será de 8 días para pedidos minoritarios.
 - Se realizará mediante venta externa visitas a posibles clientes, para exhibir el catálogo y ofrecer la posibilidad de que hagan su pedido sin necesidad de visitar el Punto de Venta. Se entregará por cada visita una tarjeta de presentación con información sobre Punto de Venta, aplicación móvil, página web y redes sociales.
 - El catálogo también se ubicará en el Punto de Venta para ofrecer a visitantes el servicio alternativo de compra.

- Se espera vender productos a través de la página web de la empresa y la aplicación móvil.
- En la interfaz de la aplicación móvil de “LENA” y de la página web, se permitirá al usuario desarrollar un diseño exclusivo y personalizado según sus gustos y preferencias; la aplicación podrá ser descargada de forma gratuita en dispositivos móviles.
- La página de internet tendrá un instructivo para la descarga de la aplicación móvil.
- El registro en la página web y en la aplicación móvil permitirá su acceso y la posibilidad de entrar al carro de compras, cada registro se sumará a la base de datos general de la empresa.

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN:

MARKETING DIGITAL y MARKETING RELACIONAL

PROPOSITO:

Este tipo de mercadeo se ha constituido como una herramienta estratégica de comunicación por el auge del internet y de todos los servicios que ofrece y que implica además la relación directa e interactiva entre la empresa y el cliente.

- El mantenimiento de la página web de la empresa y su rediseño que incluya los servicios de catálogo y compra mediante la opción de carrito de compras.
- La creación de una aplicación móvil.
- Página web o La impresión de catálogos para promoción de productos. o Levantamiento de base de datos en eventos en Universidades y Centros Comerciales. o La promoción de la empresa en redes sociales. o Publicidad en un programa de televisión.
- Estrategia de referidos.

Se levantará una base de datos en eventos en Universidades y Centros Comerciales y se complementará con datos autorizados que el personal de ventas tomará por visitas en el punto de Venta, al igual que en otros escenarios.

Se espera a través de los medios disponibles brindar información sobre el Punto de Venta, nuevos productos, promociones y eventos especiales.

Se diseñará un protocolo de contestación telefónica y se realizará tele-mercadeo con el fin de brindar información a clientes.

ESTRATEGIA DE DISTRIBUCION:

Trade marketing – merchadising visual

PROPOSITO:

Efectuar la distribución de productos de manera novedosa atrayendo más clientes potenciales y logrando fidelizar la compra en el Punto de Venta y otros medios de promoción y publicidad.

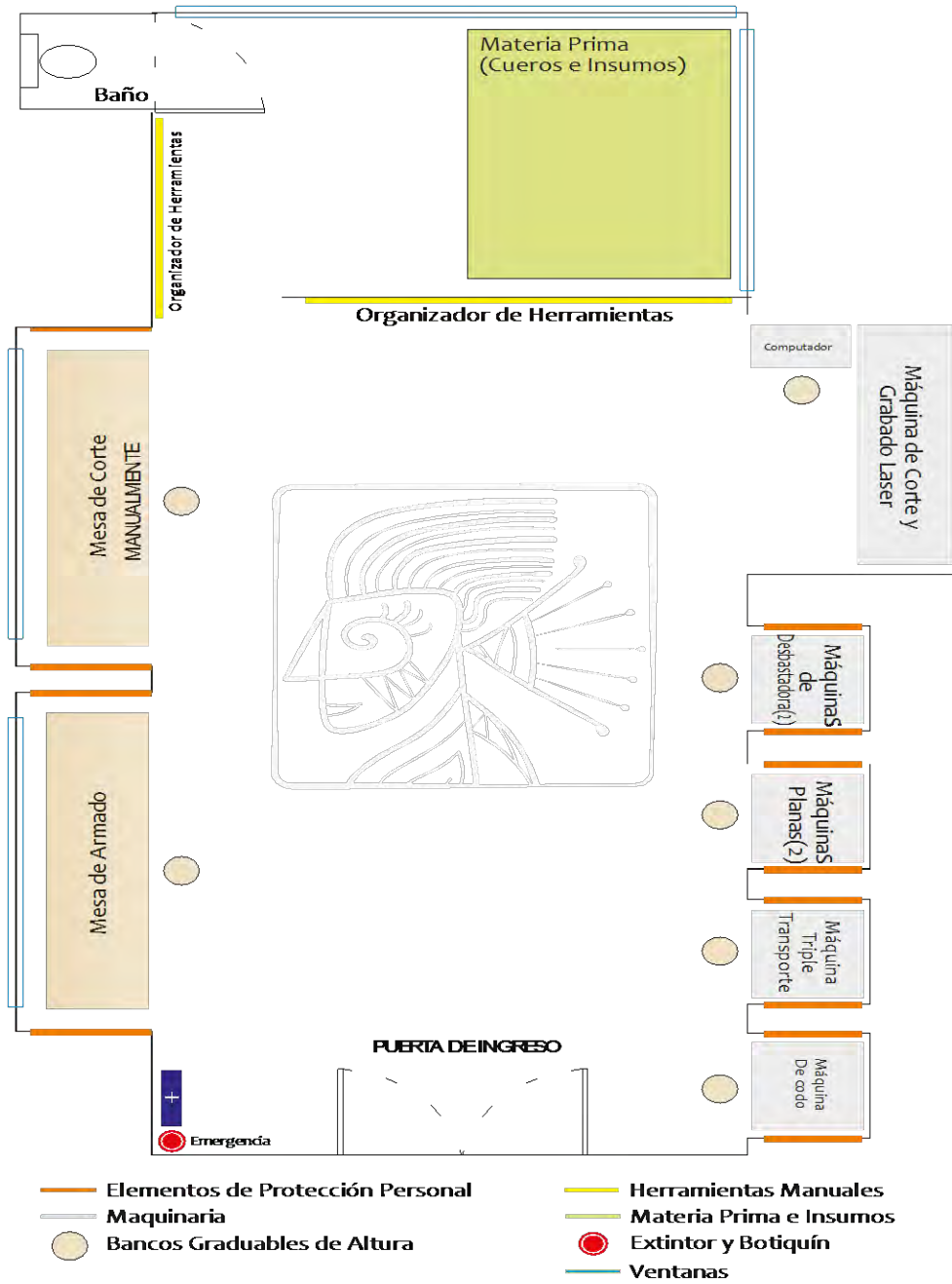
Se obtendrán dos tipos de canales en los cuales se venderá a los clientes y consumidores.

ESTRATEGIA DE SERVICIO:

Se tendrá en cuenta todas aquellas estrategias de servicio, realizadas en pro de la satisfacción de clientes, buscando así una repetición de compra y fidelización del cliente.

Anexo 16. Planos punto de fábrica y local comercial

Plano del Punto de Fábrica Empresa Lena Arte y Diseño en Cuero



LENA ARTEY DISEÑO EN CUERO

VISTA 1



VISTA 2



Anexo 17. Cuadro de ventas por producto

CUADRO DE VENTAS POR PRODUCTOS EN EL 2017				
PRODUCTO	EVENTO	NUMERO DE PRODUCTOS	CANTIDAD EN \$	CLASE DE CLIENTES
PORTA APARATOS TECNOLOGICOS	FERIAS LOCALES Y NACIONALES	160	6.720.000	Mujeres entre 18 y 45 años
	TIENDAS Y EMPRESAS UBICADAS EN PAST	80	3.360.000	
	ESPAÑA(BARCELONA)	80	3.360.000	
	Subtotal		13.440.000	
BOLSO DAMA	FERIAS LOCALES Y NACIONALES	15	1.350.000	Mujeres entre 18 y 45 años
	TIENDAS Y EMPRESAS UBICADAS EN PAST	10	900.000	
	ESPAÑA(BARCELONA)	15	1.350.000	
	Subtotal		3.600.000	
BILLETERAS Y COSMETIQUERAS	FERIAS LOCALES Y NACIONALES	30	1.650.000	Mujeres entre 18 y 45 años
	TIENDAS Y EMPRESAS UBICADAS EN PAST	10	550.000	
	ESPAÑA(BARCELONA)	30	1.650.000	
	Subtotal		3.850.000	
ACCESORIOS DE LUJO	FERIAS LOCALES Y NACIONALES	40	1.400.000	Mujeres entre 18 y 45 años
	TIENDAS Y EMPRESAS UBICADAS EN PAST	20	700.000	
	ESPAÑA(BARCELONA)	20	1.400.000	
	Subtotal		3.500.000	
TOTALES ==>>		510	24.390.000	

Anexo 18. Condiciones comerciales por producto, cliente y consumidor.

BABU DISEÑO		HEIDER PABON (Cliente Internacional)	DIVINO ROPERO	MARIA SOSA (IpiALES)	CONSUMIDOR FINAL (Ventas directas, ferias, redes sociales, etc.)
¿Cuáles son los volúmenes y su frecuencia de compra?	50 PORTACELULAR 30 BILLETERAS Compras mensuales	50 PORTACELULAR 30 BILLETERAS 10 BOLSO DAMA 20 ACCESORIOS Ventas mensuales	10 PORTA CELULARES 3 BILLETERAS	20 PORTACELULAR 5 BILLETERAS 3 BOLSO DAMA 10 ACCESORIOS DE LUJO Ventas mensuales	30 PORTACELULAR 10 BILLETERAS 7 BOLSOS DAMA 30 ACCESORIOS Ventas mensuales
¿Que características exigen para la compra? (Calidad, presentación, empaque)	Cuero en combinación con otros materiales. Marquillas y etiquetas con información del producto y de la Empresa. Empaque en material cambre reutilizable con logo estampado	Cuero en combinación con otros materiales. Marquillas y Etiquetas con información del producto y de la empresa. Empaque en material cambre reutilizable con logo estampado	Cuero en combinación con otros materiales. Marquillas y Etiquetas con información del producto y de la empresa. Empaque en material cambre reutilizable con logo estampado	Cuero en combinación con otros materiales. Marquillas y Etiquetas con información del producto y de la empresa. Empaque en material cambre reutilizable con logo estampado	Cuero en combinación con otros materiales. Marquillas y etiquetas con información del producto y de la Empresa. Empaque en material cambre reutilizable con logo estampado
Sitio de compra	Tienda BABU DISEÑO Barrio las cuadras Pasto Nariño	PASTO	Tienda DIVINO ROPERO Pasto	Local comercial situado en la ciudad de IpiALES	Ferias de comercialización en Pasto y Medellín
Forma de pago	Contado	CONTADO	CONTADO	Contado	Contado
Precio	PORTACELULAR \$ 45.000 BILLETERAS \$ 50,000 BOLSO DAMA \$ 90,000 ACCESORIOS \$ 30.000	PORTACELULAR \$ 45.000 BILLETERAS \$ 50,000 BOLSO DAMA \$ 90,000 ACCESORIOS \$ 30.000	PORTA CELULAR \$ 45.000 BILLETERA \$ 50.000	PORTACELULAR \$ 45.000 BILLETERAS \$ 55,000 BOLSO DAMA \$ 90,000 Accesorios \$ 30.000	PORTACELULAR \$ 45.000 BILLETERAS \$ 50,000 BOLSOS DAMA \$ 90,000 ACCESORIOS \$ 30,000
Requisitos de Postventa	N.A	N.A	N.A	N.A	N.A
Garantías	Defectos de fabricación	Defectos de fabricación	Defectos de fabricación	Defectos de fabricación	Defectos de fabricación
Margen de Comercialización	N.A	N.A	N.A	N.A	N.A