



Vigilada Mineducación

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE ARTE DE BUENA CALIDAD
EN COLOMBIA**

**Trabajo de grado para optar por el título de Magister en Administración –
MBA**

**SAMANTHA NATHALIE ACOSTA DAVID
SANTIAGO ANDRES BARRIGA BONILLA**

**Director de Trabajo de Grado
Elkin Arcesio Gómez Salazar**

**UNIVERSIDAD EAFIT
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN - MBA
BOGOTÁ
2024**

CONTENIDO

TABLA DE ILUSTRACIONES.....	5
INTRODUCCIÓN	10
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	12
JUSTIFICACIÓN.....	19
OBJETIVOS.....	20
GENERAL	20
ESPECÍFICOS	20
MARCO TEÓRICO O MARCO CONCEPTUAL.....	21
TECNICAS Y MATERIALES DE DIBUJO	21
Técnicas Secas.	21
Técnicas Húmedas	23
Técnicas Mixtas	25
Técnicas Digitales.....	25
Medios o Papeles	26
ANALISIS DE METODOLOGIAS	27
DESCRIPCION DE LA METODOLOGIA ONUDI	29
TECNICAS USADAS.....	33
DEFINICIÓN DE LAS TECNICAS PARA LA CONSTRUCCIÓN deL trabajo.....	33
Descripción de las TECNICAS	35
PESTEL / PESTAL	35
La Encuesta.....	36
Matriz de Toma de decisiones	39

Punto de Equilibrio.....	40
Matriz de Riesgos.....	40
DESARROLLO DEL TRABAJO.....	42
ANALISIS SECTORIAL.....	42
Creación de empresa en Colombia. Análisis Tributario y Arancelario.	50
ESTUDIO DE MERCADEO.....	53
ESTUDIO TECNICO.....	68
Infraestructura y elementos tecnológicos necesarios para una tienda en línea.	68
Experiencia de usuario. Proceso de compra.....	79
Estimación de la Inversión Inicial.....	82
ESTUDIO LEGAL.....	89
Creación y Registro de Empresas en Colombia.....	89
Leyes Aplicables a la compañía.....	95
ANALISIS FINANCIERO.....	97
Comportamiento de Ingresos.....	97
Comportamiento de Costos y Gastos.....	97
Depreciación.....	98
Préstamo Bancario.....	98
Flujo de Caja.....	99
Indicadores Financieros.....	101
Análisis IRVA (Inversión Recuperada y Valor Agregado).....	103
ANÁLISIS DE RIESGO.....	105
Riesgos Políticos.....	105

Riesgos Económicos y Financieros	105
Riesgos Tecnológicos.....	105
Riesgos Legales	106
Construcción de la Matriz de Riesgo	106
Clasificación del Nivel de riesgo	107
Mapa de Calor – Riesgos de la Organización.....	110
CONCLUSIONES	111
REFERENCIAS	113
ANEXOS	119
PREGUNTAS DE LA ENCUESTA	119

TABLA DE ILUSTRACIONES

<i>Ilustración 1 Cantidad de Graduados de Bellas Artes o Carreras Afines en Colombia</i>	14
<i>Ilustración 2 Producto: 9608 Bolígrafos; rotuladores y marcadores (Trademap, 2023)</i>	15
<i>Ilustración 3 Producto: 3215 Tintas de imprenta, tintas para escribir o dibujar y demás tintas, incl. concentradas o sólidas (Trademap, 2023)</i>	15
<i>Ilustración 4 Producto: 3213 Colores para pintura artística, la enseñanza, la pintura de carteles, para matizar o para entretenimiento (Trademap, 2023)</i>	16
<i>Ilustración 5 Carboncillos (Wikimedia, 2007a)</i>	21
<i>Ilustración 6 Lápiz de Grafito (Wikimedia, 2011)</i>	22
<i>Ilustración 7 Lápices de Colores (Wikimedia, 2007b)</i>	22
<i>Ilustración 8 Tinta China (Wikimedia, 2008)</i>	23
<i>Ilustración 9 Rapidografos (Staedler, 2023)</i>	23
<i>Ilustración 10 Marcadores a base de Alcohol (Copic Markers, 2023)</i>	24
<i>Ilustración 11 Acuarelas (Wikimedia, 2019)</i>	24
<i>Ilustración 12 Imagen usando varias técnicas de dibujo (Spidersab, 2023)</i>	25
<i>Ilustración 13 Spiderman hecho en tableta digital (Spidersab, 2023)</i>	26
<i>Ilustración 14 Modelo de Matriz de Riesgos</i>	41
<i>Ilustración 15 PIB de Colombia 2006 – 2022 (DANE, 2023)</i>	43
<i>Ilustración 16 Previsión PIB 2023 - 2024 Colombia (La República, 2023a)</i>	43
<i>Ilustración 17 Histórico Inflación 2023 (La República, 2023b)</i>	44
<i>Ilustración 18 Rango de comportamiento Inflación 2024 (Periódico La República, 2022)</i>	45
<i>Ilustración 19 Variación TRM desde 2018 (Banco de la República, 2023c)</i>	46
<i>Ilustración 20 Comportamiento de consumo (Periódico La República, 2023b)</i>	47
<i>Ilustración 21 Comportamiento de consumo (Periódico La República, 2023b)</i>	48
<i>Ilustración 22 Histórico de población en Colombia (Population Pyramid, 2023)</i>	49
<i>Ilustración 23 Población en Colombia 2023 (Population Pyramid, 2023)</i>	50
<i>Ilustración 24 Análisis de Código CIIU para Empresas del Sector papelería o similares (Cámara de Comercio de Bogotá, 2023)</i>	53
<i>Ilustración 25 Resultado Encuesta – Género (Encuesta, 2023)</i>	54
<i>Ilustración 26 Resultado Encuesta – Edad (Encuesta, 2023)</i>	54
<i>Ilustración 27 Resultado Encuesta – Ocupación (Encuesta, 2023)</i>	55
<i>Ilustración 28 Resultado Encuesta – Escolaridad (Encuesta, 2023)</i>	55
<i>Ilustración 29 Resultado Encuesta – Estrato Socioeconómico (Encuesta, 2023)</i>	56

<i>Ilustración 30 Resultado Encuesta – Estudios Formales (Encuesta, 2023)</i>	57
<i>Ilustración 31 Resultado Encuesta – Institución Educativa (Encuesta, 2023)</i>	57
<i>Ilustración 32 Resultado Encuesta – Carrera(Encuesta, 2023)</i>	58
<i>Ilustración 33 Resultado Encuesta – Dinero Mensual (Encuesta, 2023)</i>	58
<i>Ilustración 34 Resultado Encuesta – Frecuencia de Compra (Encuesta, 2023)</i>	59
<i>Ilustración 35 Resultado Encuesta – Probabilidad de Compra (Encuesta, 2023)</i>	59
<i>Ilustración 36 Resultado Encuesta – Marcas Adicionales a incluir (Encuesta, 2023)</i>	60
<i>Ilustración 37 Resultado Encuesta – Preferencia / Motivos de compra</i>	61
<i>Ilustración 38 Resultado Encuesta – Técnica de Dibujo (Encuesta, 2023)</i>	61
<i>Ilustración 39 Resultado Encuesta – Dificultad para conseguir materiales de arte (Encuesta, 2023)</i>	62
<i>Ilustración 40 Resultado Encuesta – Lugar de compra de materiales de arte (Encuesta, 2023)</i>	62
<i>Ilustración 41 Resultado Encuesta – Preferencia de lugar de compra (Encuesta, 2023)</i>	63
<i>Ilustración 42 Resultado Encuesta – Frecuencia de compra online (Encuesta, 2023)</i>	63
<i>Ilustración 43 Resultado Encuesta – Preferencia de Método de pago (Encuesta, 2023)</i>	64
<i>Ilustración 44 Resultado Encuesta – Inclusión de clases de arte virtuales (Encuesta, 2023)</i>	64
<i>Ilustración 45 Marcas de Materiales de Arte</i>	67
<i>Ilustración 46 Proceso de compra</i>	79
<i>Ilustración 47 Dominio mitiendadearte.co en navegadores web</i>	80
<i>Ilustración 48 Resultado en Navegadores Web</i>	80
<i>Ilustración 49 Organigrama</i>	84
<i>Ilustración 50 Salario Vendedor Colombia (Talent.com, 2024e)</i>	86
<i>Ilustración 51 Salario Logística Colombia (Talent.com, 2024b)</i>	87
<i>Ilustración 52 Contrato Modelo de Compraventa Internacional (Intracen, 2024b)</i>	92
<i>Ilustración 53 Términos de Negociación (Adonde exportar, 2023)</i>	95
<i>Ilustración 54 VPN Acumulado en el Tiempo</i>	103
<i>Ilustración 55 Matriz de Riesgos</i>	110

TABLAS

<i>Tabla 1 Ficha técnica de la Encuesta</i>	38
<i>Tabla 2 Valores para el cálculo de la muestra</i>	39
<i>Tabla 3 Marcas de Materiales de Dibujo</i>	60
<i>Tabla 4 Comparación de Tiendas de arte</i>	66
<i>Tabla 5 Comparativo Mercado Libre vs Linio</i>	70
<i>Tabla 6 Detalle Jumpseller</i>	71
<i>Tabla 7 Detalle Shopify</i>	72
<i>Tabla 8 Matriz de Decisión - Plataforma de Tiendas en Línea vs Herramientas Listas</i>	73
<i>Tabla 9 Matriz de Decisión - Shopify vs Jumpseller</i>	73
<i>Tabla 10 Precios Dominios Web</i>	74
<i>Tabla 11 Comparación Servicios de Bodegaje</i>	76
<i>Tabla 12 Servicios de Pasarela de pagos</i>	77
<i>Tabla 13 Detalle Medios de Envío</i>	78
<i>Tabla 14 Categorías y Subcategorías en la tienda en línea</i>	81
<i>Tabla 15 Detalle inversión Inicial Materiales de Arte</i>	82
<i>Tabla 16 Detalle Inversión Inicial</i>	83
<i>Tabla 17 Detalle Salarial</i>	88
<i>Tabla 18 Códigos Arancelarios</i>	90
<i>Tabla 19 Leyes e impuestos aplicables</i>	96
<i>Tabla 20 Comportamiento de Ingresos</i>	97
<i>Tabla 21 Comportamiento de Costos y Gastos</i>	97
<i>Tabla 22 Depreciación</i>	98
<i>Tabla 23 Comportamiento del Credito Bancario</i>	99
<i>Tabla 24 Flujo de caja del proyecto</i>	100
<i>Tabla 25 Resumen de Datos</i>	102
<i>Tabla 26 Indicadores Financieros</i>	102
<i>Tabla 27 Análisis IRVA</i>	104
<i>Tabla 28 Probabilidad</i>	106
<i>Tabla 29 Impacto</i>	106
<i>Tabla 30 Nivel de Riesgo</i>	107
<i>Tabla 31 Evaluación del Riesgo Parte 1</i>	108
<i>Tabla 32 Evaluación del Riesgo Parte 2</i>	109

RESUMEN

Este estudio de prefactibilidad nace de la situación particular de uno de los autores, al haber dibujado, pintado y coloreado durante (casi) toda la vida y de haber llegado a la conclusión de que, aunque en Colombia es posible conseguir materiales de arte de buena calidad que pueden llevar a mejorar el resultado y durabilidad de la obra, se pueden mejorar los procesos de comercialización de estos productos.

Si bien, los materiales llegan al país, son de un valor muy alto (grosso modo podrían costar más del triple del costo del lugar de origen), lo que da pie a investigar también cuáles son las reglas de comercio exterior y de importaciones e impuestos arancelarios al momento de ingresar.

Igualmente, aquí nace la idea, como muchas otras, mediante la investigación, de la posibilidad de no solamente traer material de arte de buena calidad al país, sino la posible franquicia de uno de los almacenes referenciales en Estados Unidos: Blick Art Materials.

Este estudio se basará en la metodología ONUDI, donde se desarrollará un estudio de mercado, estudio técnico, estudio económico y financiero para determinar qué tan factible y económicamente sostenible es el proyecto.

ABSTRACT

This prefeasibility study is born from having drawn, painted and colored for (almost) the entire life of one of the authors and having reached the conclusion that, although in Colombia there is no lack of art materials, there is a lack of good quality art materials that can lead the author to improve the result of his work, as well as that it can last for centuries.

These materials not only do not arrive to the country, but when they do, they are of a very high price (roughly they could cost more than triple the cost of the place of origin), which also gives rise to investigate what are the rules of foreign trade and imports and customs taxes at the time of entry.

Here was also born the idea (and came like many others through research) the possibility of not only bringing good quality art material to the country but the possible franchise of one of the reference stores in the United States: Blick Art Materials.

This study will be based on the ONUDI methodology where a market study, technical study, economic and financial study will be developed to determine how feasible and economically sustainable the project is.

Keywords: quality art materials, drawing, ink, watercolor.

INTRODUCCIÓN

Indiscutiblemente hablar de arte es remontarse hasta la Prehistoria, unos 17.000 años AC, donde se dibujaban animales y paisajes sobre **pedras rústicas o bóvedas** en ruinas que se han venido descubriendo con el paso de tiempo en miles de excavaciones arqueológicas alrededor del mundo.

Para sorpresa de todos, este arte no solo se quedó plasmado en pintura sobre alguna base, sino que evolucionó y se fue redescubriendo en monumentos y estatuas. En Egipto, por ejemplo, las pirámides se convirtieron, no solamente en una representación de su poderío ante el mundo, sino en su orgullo de ingeniería, arquitectura y arte, convirtiéndose en su momento en la representación más grande de la región.

La Edad Media surgió, entre todos los ambages que pudieron presentarse con una influencia religiosa y simbolismos plasmados sobre un mismo lienzo: la **madera**. Es con este material sobre el que se empieza a experimentar la conservación y durabilidad mediante alguna clase de grasa animal, un poco de glicerina, huevos, aceites vegetales, caseína y otras materias orgánicas añadidas a discreción del artista, qué, según se decía podían hacer que su permanencia en la Madera fuese eterna (no siempre lo fue).

La Gioconda (El retrato de Lisa Gherardini) está realizado en pintura al óleo sobre un lienzo de **madera** y según el museo de Louvre, lo visitan en promedio 7.8 millones de personas anualmente. Todos ellos, según encuestas para ver solamente este retrato de 77 x 53 cm, con un valor de 450 Millones de dólares, costo total aproximado, pero nunca habilitado para la venta.

Lo mismo sucede con pintores del Renacimiento como Miguel Ángel, Botticelli, Caravaggio, Da Vinci, entre otros, que han dejado su legado plasmado alrededor del mundo en infinitas obras. Sus pinturas de la Creación de Adán y el Juicio Final

son rigurosamente observadas en la actualidad por personas de todo el mundo en la **bóveda** de la Capilla Sixtina.

En este sentido, es importante mencionar que el hecho de que existan pinturas rupestres tan bien conservadas, al igual que pinturas de la Edad Media y del Renacimiento ha sido por la calidad del material sobre el que se ha elaborado. Aquí, el artista (un poco Ingeniero, un poco arquitecto, un poco artesano, un poco científico, un poco químico, un poco físico, un poco de todo), ha logrado mezclar sus conocimientos para hacerla perdurar en el tiempo. En otras palabras, si se trae un material de arte de buena calidad al país, no solamente se está promoviendo la creatividad y mejorando la técnica, sino que se ayuda a que perdure en el tiempo.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El mundo de las manualidades tiene un sinnúmero de verticales, por lo que se puede encontrar el dibujo, la escultura en arcilla, la papiroflexia o origami, entre muchas otras. Este trabajo específicamente estará centrado en el dibujo; que por sí solo ya tiene bastantes técnicas.

También se debe tener en cuenta que hay dos tipos de dibujantes, quienes lo hacen por afición (*hobbie*) y los que definitivamente hacen de esa actividad su propósito de vida. Sin importar en cuál de las posiciones se encuentre, se llega al punto donde los materiales deben cumplir ciertas condiciones.

Un dibujante puede hacer arte de una hoja de papel de impresora y un lápiz 2H de papelería, como el usado por los niños en el colegio. Sin embargo, este con el tiempo perderá su brillo, el papel tomará una tonalidad amarillenta y el lápiz se irá difuminando. Este es el punto de inflexión en el que un artista toma la decisión de subir de nivel en los materiales que usa.

Otra decisión relevante es la técnica que el artista desarrollará. Se debe optar por el óleo, la acuarela, lápices de colores, marcadores de alcohol, tinta china o incluso el uso de técnicas mixtas (combinación de varias técnicas de dibujo). Aquí se hace aún más importante la calidad de los materiales que se usan, en especial en las técnicas mixtas, donde un material de mala calidad puede llevar a la pérdida de una obra.

Definir qué es un material de buena calidad es subjetivo. El papel de impresión y el lápiz 2H son buenos para practicar, calentar la mano antes de una sesión que se sabe va a ser larga. Pero cuando se quiere transmitir profundidad, sentimientos, el entorno que rodea la obra, estos materiales ya se quedan cortos.

Un material de buena calidad es el que permitirá darle vida al dibujo final y perdure.

Hay una gran variedad de marcas y precios, pero no todas son de fácil acceso en Colombia. Cuando se logra encontrar los materiales que se quieren, no necesariamente son de gran calidad o a precios asequibles. Las tiendas grandes que ofrecen materiales artísticos tienen una amplia oferta, pero no se tiene una especialización pensando en el artista. Puede decirse que se preocupan más por la masividad.

Esto hace que las personas deban buscar alternativas para traer esos materiales. Ya sea que se tenga la forma de salir del país a conseguirlos y traerlos a través de algunas plataformas en línea tipo Amazon que, si bien los trae al país, esto no siempre ocurre en los tiempos que se desea.

En este sentido, teniendo claro el problema, la pregunta es si de verdad existe tal necesidad, y para ello se debe ver cómo ha cambiado la sociedad.

Tras el cambio de siglo se vislumbra que se ha transformado la perspectiva que se tiene de las artes como carrera. No hace mucho tiempo atrás pasaba comúnmente en los hogares que el padre definía la carrera de los hijos. De tal manera, que si dentro de la familia él era médico sus hijos serían médicos, también pasaba con los abogados y los ingenieros. Básicamente se tendía a pensar en escoger carreras que logran sustentar a la familia.

Ha cambiado el panorama y hoy en día, se da preponderancia a que los hijos deben estudiar aquello con lo que sientan afinidad y que los haga felices.

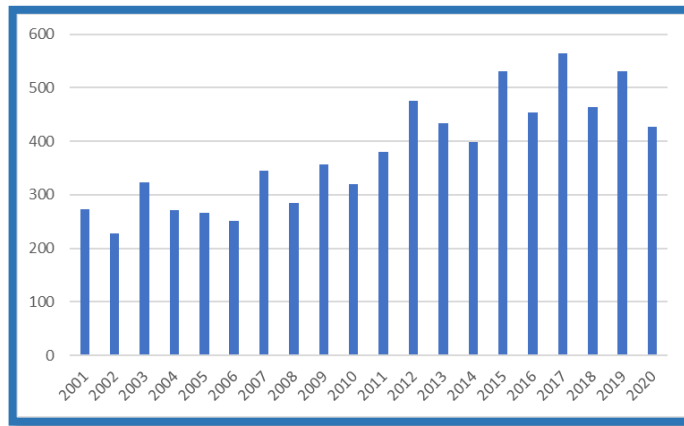


Ilustración 1 Cantidad de Graduados de Bellas Artes o Carreras Afines en Colombia.

Según los datos reportados por las instituciones de educación superior al Ministerio de Educación (Ministerio de Educación, 2022), la gráfica muestra la cantidad de graduados de las carreras de bellas artes, artes plásticas o carreras afines.

Desde hace 20 años se empieza a ver que el número de graduados aumenta. De hecho, la pandemia no hizo que esta estadística disminuyera significativamente.

Se pronostica, según estos datos, que seguirá en aumento el auge por desarrollar las artes en sus diferentes formas, y aún mejor no solamente en estudios formales como los representados, sino en estudios no formales.

Todos los materiales son diferentes, específicos y particulares. En consecuencia, de esta manera van a ser analizados. Así se empieza perfilando bolígrafos, rotuladores y marcadores en donde según la información recolectada de los países que importan hacia Colombia, se observa una tendencia clara donde un porcentaje sobresaliente viene desde China, India, y sorpresivamente Alemania. No siendo menos importante la participación de México, Estados Unidos y Japón.

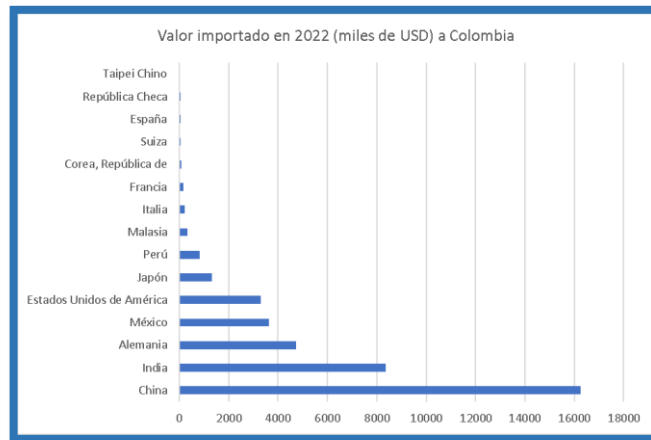


Ilustración 2 Producto: 9608 Bolígrafos; rotuladores y marcadores (Trademap, 2023).

En cuanto a las tintas, aunque gran parte de las que se importan son para Impresión, una parte considerable hace referencia a las usadas para escribir y dibujar, donde el mayor proveedor es Estados Unidos seguido por Suiza y China. Aquí en la segunda tanda de países es donde se ve una tendencia y se empiezan a repetir aquellos desde donde se importan materiales de arte.

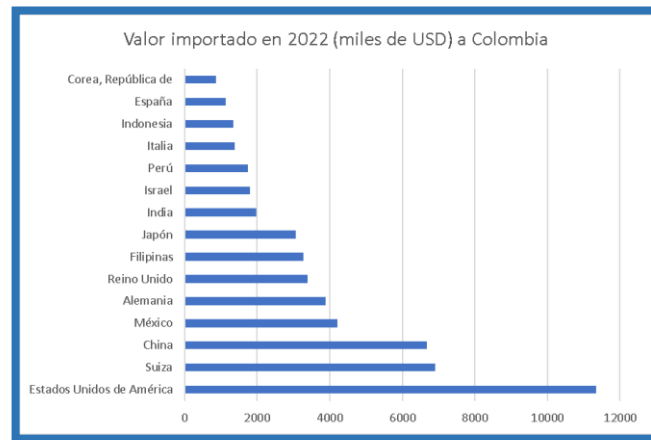


Ilustración 3 Producto: 3215 Tintas de imprenta, tintas para escribir o dibujar y demás tintas, incl. concentradas o sólidas (Trademap, 2023).

Para poner en contexto, la gráfica 3 muestra la tendencia de importaciones de colores para pintar y nuevamente salen a relucir China, Estados Unidos y Francia,

en esta ocasión liderando la tripleta de los países que más importan. Nuevamente no se observa la fabricación local.

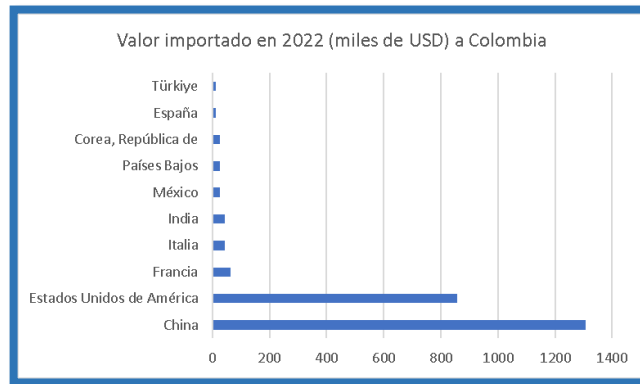


Ilustración 4 Producto: 3213 Colores para pintura artística, la enseñanza, la pintura de carteles, para matizar o para entretenimiento (Trademap, 2023).

Ahora bien, se quiere entender cómo se ha abordado la problemática. Si se da un vistazo de lo global para llegar a lo nacional se citan dos grandes representantes Internacionales. Los dos, de hecho, de Norteamérica y un caso muy conocido nacional.

Blick Art Materials (Estados Unidos) es una empresa fundada en 1911 por Dick y Grace Blick, comercializadora de materiales de arte, tanto de marcas reconocidas como de creación propia (Dick Blick Holdings, 2023).

Michaels, the Arts and Crafts Store (Estados Unidos) fundada en 1973, es el minorista especializado en arte, artesanía y decoración del hogar más grande de América del Norte (The Michaels Companies, 2023).

Panamericana (Colombia), fundada en 1964 en la ciudad de Bogotá, es una cadena de almacenes, no solo de materiales de arte, sino de tecnología, mobiliario, decoración y juguetería, entre otros productos (Panamericana Librería y Papelería S.A., 2023).

Cada una de las empresas mencionadas tiene en su origen un objetivo diferente. **Blick** empezó vendiendo esferos que fabricaban en su propia casa y siguieron por

la misma línea expandiéndose a pinturas, pinceles, papeles, etcétera. Su objetivo estaba enfocado en vender lo que ellos mismos fabricaban, pero el mercado los fue llevando a expandirse y ofrecer otras marcas en sus tiendas. Ya que se tenían las tiendas ubicadas alrededor de los Estados Unidos, pensar en incorporar marcas diferentes, no sería un problema en su logística. Hoy en día gran parte de su revenue (40%) viene de su marca propia, pero han cobrado gran relevancia otras marcas en su portafolio como: Golden, Utrecht, Windsor and Newton, Liquitex, Gamblin, Daniel Smith entre otros.

A diferencia de Blick, **Michaels** nunca tuvo como idea fabricar productos de arte para la venta. Su objetivo estaba plasmado en vender y distribuir materiales de arte de muy buena calidad de diferentes fabricantes como: Nijii, Artist Loft, Holbein, Scoda, Da Vinci Brushes etcétera. Hoy en día esta tienda supera todas las expectativas, no solamente para aquellas mentes que buscan liberarse de las formas y los colores que los invaden, sino para todo artista callejero, decorador de interiores, comprador de oficina, pintor de casas, jardineros, ebanistas, madres y padres, entre otros. Se ha convertido en un sinfín de artículos, no solo para decorar, sino para suplir las necesidades en casa y oficina.

Se aprecian dos evoluciones diferentes, que partieron sobre la misma base: vender artículos de arte de muy buena calidad.

Al observar casos en Colombia, se encuentra un panorama totalmente diferente y por eso se analizará a esta tienda que todos en algún momento de la vida han visitado: **Panamericana**. Durante estos años, esta tienda se ha dedicado a tener un amplio portafolio desde libros, llegando incluso a ofrecer elementos para el hogar.

Al ver la evolución de Panamericana se observa que su foco no son los productos de arte, lo que significa que no se tengan materiales de calidad, pues los hay, pero falta variedad.

Para analizar más a profundidad todos estos casos es imperativo mencionar que tras años y años de cambios en las organizaciones, cada una de ellas ha cobrado

el valor y la relevancia que tiene en este momento, pero que de ninguna manera y por ningún motivo marcan un camino definido que todo aquel que se incorpore en este sector debe seguir. De hecho, esta idea parte de la necesidad de tener un proveedor de artículos de arte de muy buena calidad en el país, que, en este momento, no lo hay.

JUSTIFICACIÓN

El presente estudio tiene como finalidad conocer la viabilidad de importar y comercializar materiales de arte de buena calidad y costo eficiente, facilitando la adquisición de estos en una tienda en línea y/o física en todo Colombia.

La presente investigación se hace para determinar un panorama completo (Big Picture) y precisar si se justifica la inversión, considerando los resultados obtenidos dentro del análisis de factibilidad.

Gran parte de este estudio, como se ha reiterado, traer el material de arte de buena calidad y satisface las necesidades potenciales de mercado insatisfecho, sino en la apertura de nuevos mercados, desarrollarlos y capacitarlos en ellos.

Ante la viabilidad favorable de este estudio se verán beneficiados: ilustradores, estudiantes, aficionados al dibujo y escuelas de artes, entre otros. Esto sin mencionar parte del crecimiento económico tras la formación de una nueva empresa que genera empleo, tanto directa como indirectamente, y capital nuevo circulando positivamente en la economía nacional.

OBJETIVOS

GENERAL

Formular un estudio de prefactibilidad con el propósito de evaluar la viabilidad de una empresa de comercialización de manera física o en línea, de materiales de dibujo artístico de buena calidad en Colombia.

ESPECÍFICOS

1. Analizar el entorno de competencia actual en el país.
2. Determinar la demanda, precios y canales de comercialización de materiales de dibujo artístico en Colombia.
3. Evaluar las necesidades de infraestructura y elementos tecnológicos necesarios para una tienda en línea.
4. Hacer un estudio legal para el cumplimiento de las leyes de importación y de comercialización de venta de materiales de arte que apliquen en Colombia.
5. Desarrollar la evaluación financiera para examinar la inversión mínima necesaria para el proyecto, así como la proyección de ingresos y costos asociados al proyecto.
6. Hacer un estudio de riesgos para tener claro el panorama al que se debe enfrentar.

MARCO TEÓRICO O MARCO CONCEPTUAL

Antes de hablar de demanda, importación, aranceles y demás, se debe precisar qué se va a vender y para ello conocer las técnicas de dibujo más relevantes usadas en la ilustración. Realmente los métodos de dibujo no han cambiado mucho a través de la historia del arte. El óleo, la tinta, el carboncillo, el grafito son técnicas que se siguen y seguirán usando. Para los nuevos artistas y con la aparición de los computadores, aparecen las técnicas digitales.

TÉCNICAS Y MATERIALES DE DIBUJO

A continuación, se detallan algunas de estas técnicas y los materiales más usados en cada una de ellas.

Técnicas Secas.

- **Carboncillo:** No es una técnica para trabajos definitivos, son materiales usados más en una etapa previa. Aun así, se pueden ver grandes ilustraciones que quedaron plasmadas en esta técnica. El carboncillo resulta de la combustión de maderas vegetales que posteriormente son tratadas para garantizar la durabilidad de la barra.



Ilustración 5 Carboncillos (Wikimedia, 2007a).

- **Lápiz de grafito:** Es tal vez la técnica con la que todos los artistas empiezan, pues quién no tiene un lápiz 2H en su casa. Estos lápices, fabricados con grafitos recubiertos en madera, se clasifican según su dureza al hacer el trazo. Los marcados con la letra H de la palabra en inglés *Hard* son lápices que son duros en el trazo, y la letra B de la palabra *Black* son lápices blandos que tienden a ser más negros en el trazo.

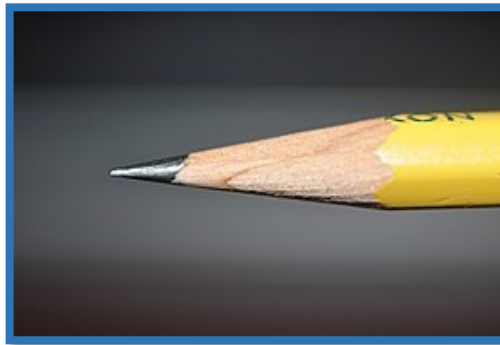


Ilustración 6 Lápiz de Grafito (Wikimedia, 2011).

- **Lápices de colores:** Estos son elementos con los que se ha crecido, donde existen varias durezas también. La selección dependerá de la técnica de coloreado que se desee usar y del gusto del artista.



Ilustración 7 Lápices de Colores (Wikimedia, 2007b).

Técnicas Húmedas

- **Tinta (Tinta China):** Elemento líquido normalmente negro usado antiguamente para la escritura, pero que en las últimas décadas se utiliza más para el dibujo, especialmente en el manga, técnica de dibujo japonesa y en el comic. Se usa con pinceles o con puntas de dibujo especiales.



Ilustración 8 Tinta China (Wikimedia, 2008).

- **Rotuladores:** Conocidos también como rapidografos, usados tradicionalmente en dibujo arquitectónico o dibujo técnico, y actualmente muy usados en el comic americano y el japonés. Permite hacer un uso más fácil de las tintas chinas y vienen de diferentes grosores.



Ilustración 9 Rapidografos (Staedler, 2023).

- **Marcadores a base de Alcohol:** Son marcadores cuya tinta está basada en pigmentos de colores y alcohol, lo que les da la posibilidad de mezclarse fácilmente entre ellos. Tienen una gama amplia de colores y en la actualidad son de los elementos más usados en la ilustración por su rápido secado y versatilidad.



Ilustración 10 Marcadores a base de Alcohol (Copic Markers, 2023).

- **Acuarela:** Pigmento que se activa con el agua, aplicado sobre una superficie de papel. Es una técnica que de manera similar a los marcadores de alcohol da una versatilidad en su combinación, pero con la desventaja que toma más tiempo para secarse.



Ilustración 11 Acuarelas (Wikimedia, 2019).

Técnicas Mixtas

Las técnicas mixtas resultan de la combinación de una o varias de las técnicas explicadas anteriormente. Normalmente un dibujante hace uso de diferentes técnicas en una misma ilustración para dar efectos de iluminación o texturización.



Ilustración 12 Imagen usando varias técnicas de dibujo (Spidersab, 2023).

Técnicas Digitales

Hacen referencia al uso de computadoras para el dibujo, con programas especializados como Photoshop o Clip Studio. Con el fin de que sea lo más similar en experiencia a las técnicas tradicionales, existen pantallas que digitalizan el trazo mientras se dibuja con un lápiz especial sobre ellas.



Ilustración 13 Spiderman hecho en tableta digital (Spidersab, 2023).

Medios o Papeles

Cada una de las técnicas descritas anteriormente, requieren un medio sobre el cual plasmarse, puesto que no todos los medios se usan para todas las técnicas. Esto se debe a que algunas absorben mejor el agua o algunos papeles definitivamente no se diseñaron para ello. O simplemente, porque su superficie es tan lisa que no se puede ni escribir sobre ella.

Según Artist Network (Artists Network, 2023), hay papeles a base de madera, usados principalmente en dibujos de práctica o desechables, pero también existen los papeles a base de algodón, utilizados para técnicas más profesionales.

ANÁLISIS DE METODOLOGÍAS

Existen varias metodologías usadas para la realización de análisis de prefactibilidad. A continuación, se explican algunas de ellas.

ZOPP: Planificación de Proyectos Orientada a Objetivos

El Método ZOPP, metodología alemana busca con técnicas y procedimientos alcanzar el objetivo para obtener una perspectiva completa, real y transparente. Esta tiene su principio en el Marco Lógico de Proyectos y utiliza de manera complementaria a otras herramientas de análisis de proyectos. Además, relaciona y esquematiza los diferentes objetivos, así como las alternativas que se puedan presentar a lo largo de su ejecución.

¿Para qué se podría utilizar ZOPP?

- ZOPP sirve como una guía de trabajo para llegar a un objetivo.
- Sirve como sistema de comunicación entre el equipo para organizarse y recopilar información.
- Sirve para visualizar los problemas más grandes o que generen más impacto en los resultados del proyecto, localizándolos en (Pasivo, Indiferente, Crítico y Activo).
- Se usa para proponer soluciones y aportar a la conclusión.
- Delega responsabilidades a cada integrante del equipo.

JICA: La Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA, 2004)

Es una entidad que depende del Gobierno del Japón, y establece los programas de cooperación técnica y económica, determinados por el Gobierno, con base a en los requerimientos de los países que están en vía de desarrollo.

Hay tres objetivos principales para la evaluación de proyectos **JICA**:

- Herramienta para la gestión del ciclo del proyecto.
- Herramienta para acentuar los “efectos de aprendizaje” para una gestión de proyecto más efectiva.
- Asegurar la rendición de cuentas.

Para que se considere una buena evaluación, se debe tener en cuenta:

- Su utilidad.
- Su justicia y neutralidad.
- Su Credibilidad.
- La participación de los países socios.

ILPES: Instituto Latinoamericano De Planificación Económica y Social

El ILPES es una organización creada bajo la batuta de la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), establecido en Chile como proyecto del fondo Especial de las Naciones Unidas y diferentes organismos internacionales y privados.

El objetivo principal, a solicitud de los gobiernos, es el asesoramiento en América Latina, además de la investigación sobre desarrollo y planificación.

1. Como primera medida se diagnostica la situación actual, el área de estudio y su influencia.
2. En segunda instancia, se realiza un estudio técnico para determinar tamaño, localización, tecnología, medio ambiente y participación de stakeholders.

(ILPES, 2001).

BID: Banco Interamericano de Desarrollo (BID, 2004)

El objetivo del Banco Interamericano de Desarrollo es mejorar la vida de las personas. Se fundó en 1959, y es uno de los principales autores de financiamiento a largo plazo para el desarrollo económico, social e institucional. Además del financiamiento, el banco realiza proyectos de investigación y ofrece asesoría sobre políticas, asistencia técnica y capacitación a clientes públicos y privados en toda la región.

El Banco Interamericano de Desarrollo (**BID**) ha creado una guía para que los países independientemente puedan gestionar de manera integral los riesgos que lleguen a afectar a las cadenas de valor. Para Latinoamérica y el Caribe se dedicó principal atención, enfocándose en programas para el mejoramiento de su desempeño.

Si bien existen estas metodologías mencionadas, se hará uso del método ONUDI, teniendo en cuenta su alcance.

DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA ONUDI

Para el desarrollo de este trabajo se usará la metodología de estudios de factibilidad descrita por Rafael Méndez en su libro *Formulación y Evaluación de Proyectos* (Méndez, 2020), la cual es adaptación de la metodología ONUDI.

Un estudio de factibilidad es la elaboración de un conjunto de análisis que permite de manera conjunta determinar si el proyecto es viable o no. Los análisis para el estudio de factibilidad son: Estudio de Mercado y comercialización, Aspectos técnicos del proyecto, Aspectos legales y Administrativos, Inversiones y Financiamiento, Presupuesto de Ingresos, costos y gastos y la evaluación final del proyecto.

- **Estudio de Mercado y comercialización**

Un estudio de mercado y comercialización recaba la información suficiente para determinar el público objetivo, tanto cualitativa como cuantitativamente, así como la mejor forma de llegar a ellos (tienda virtual o Física). Igualmente, determina aspectos adicionales para tener en cuenta, identificar competidores, posibles precios de mercado, publicidad y proveedores (Nacionales o internacionales).

Y pese a que el mercado está en constante cambio, se debe estar haciendo continuamente este mismo proceso que se compone de: rastrear, monitorear, prever y evaluar (a discreción del autor).

El análisis de mercado también se convierte en una fuente importante para el dimensionamiento de la oferta y la demanda de bienes y servicios, así como un modelo de comercialización (Méndez, 2020).

- **Aspectos técnicos del proyecto**

Tamaño: hace alusión ampliamente a muchos puntos a considerar en el proyecto y de alto impacto en su desarrollo:

Mercado: Se debe determinar si hay mercado insatisfecho, en donde haya producto que no es suficiente o no haya producto.

Tecnología: En este capítulo se analizan los aspectos de comercialización mediante una plataforma e-commerce y todo las ventajas y desventajas que esta presenta.

Localización: Se evaluará si beneficia al proyecto tener un lugar físico, una bodega o simplemente utilizar un carrier local (Estados Unidos) para hacer el envío o almacenamiento de los materiales.

Financiamiento: En este apartado se considera la inversión inicial, así como el requerimiento de personal calificado de ser necesario.

Localización: Hace referencia al lugar (de requerirse) donde se ubicará la tienda. Para este caso ya que se hará a través de un e-commerce, solo contará con una bodega local en la ciudad de Bogotá (en un principio). Luego se irá evaluando sobre el camino la relevancia de poner un sitio similar en alguna otra ciudad del país.

Ingeniería del proyecto: En esta parte del proyecto se busca apoyo de personal especializado que pueda apoyar y guiar en temas como: importaciones, creación de empresa, contadores, financiero, etcétera.

- **Aspectos legales y administrativos**

Muchas veces se tiene una idea clara de lo que se quiere hacer en un emprendimiento, pero la idea se ve frenada cuando se llega a la constitución de la empresa. Para ello, las Cámaras de Comercio tienen un papel relevante y es servir de guía para la ejecución correcta de este proceso.

En este capítulo entran todos los temas relacionados con modelos de constitución de la empresa, aspectos necesarios para la importación de bienes y servicios en el país, así como la construcción de un primer modelo de organigrama.

- **Inversiones y Financiamiento**

Se deben tener presente los niveles de financiamiento que se requieren para iniciar la empresa, es decir, calcular cuánto se necesita para arrancar. Para ello se definen tres etapas en las cuales se evalúa la empresa financieramente hablando.

1. Primer periodo – Puesta en marcha: Aquí se busca responder cuánto se necesita para poder iniciar el proyecto, compra de primeros elementos, plataforma de comercialización, suscripciones necesarias, entre muchos otros elementos preoperativos.

2. Segundo periodo – Funcionamiento: se inicia con la generación de ingresos, pero también de gastos, de la manera cómo se mantiene ese equilibrio entre los dos para continuar con la empresa.
3. Tercer periodo - Liquidación: en todo proceso se debe hacer un corte de la operación y ver “cómo vamos”.

- **Ingresos, costos y Gastos**

Uno de los capítulos que más complica la vida del empresario es el seguimiento de gastos, costos e ingresos. Aquí se deben desagregar detalladamente lo que se tiene que pagar como arriendos, honorarios, servicios necesarios de operación, publicidad, entre otros costos.

Y, además, seguir los ingresos derivados de las ventas, como el ajuste en el tiempo de los precios considerando variabilidad de la moneda y otros factores de impacto.

TÉCNICAS USADAS

DEFINICIÓN DE LAS TÉCNICAS PARA LA CONSTRUCCIÓN DEL TRABAJO

Una vez definidos los objetivos específicos, se determina la mejor técnica para obtener la información. Para facilitar visualmente la información se presentará: el objetivo, la técnica, la información a obtener y cómo será analizada.

1. **Objetivo: Analizar el entorno de competencia actual en el país.**

a. **Técnica:** PESTEL – Encuesta – Análisis de Bases de Datos EMIS

b. **Información por obtener:** Se obtendrá el entorno competitivo del sector seleccionado. La información se obtiene analizando los datos del DANE, Cámaras de Comercio y la Encuesta. Adicionalmente, se analizará la información reportada por empresas del mismo sector haciendo uso de EMIS.

c. **Análisis de la información:** De la información obtenida se mejorará el entendimiento del sector de distribución de materiales de dibujo en el país. ¿Cuáles son los principales competidores? ¿Qué retos tienen en materia de comercialización, importación, tributación?

2. **Determinar la demanda y precios de materiales de dibujo artístico en Colombia**

a. **Técnica:** Encuesta – Análisis de Costos de Materiales

b. **Información por obtener:** A través del diseño de preguntas asertivas, se obtendrá la información necesaria para determinar la demanda real de los elementos a comercializar. Igualmente, los precios que los usuarios estén dispuestos a pagar.

Otra fuente de información está relacionada con la investigación propia de los precios a los que se consiguen algunos de los materiales en línea y tiendas físicas.

- a. **Técnica:** Punto de Equilibrio.
- b. **Información por obtener:** datos para la obtención del punto de equilibrio, se debe tener la información referente al estado de resultados. Parte de la información que se obtendrá corresponde a los gastos, costos, precios, cantidades de materiales, utilidades, entre otros.
- c. **Análisis de la Información:** Una vez se tienen los datos anteriores, es posible obtener un análisis financiero tan completo, que no solo se obtendrán las cantidades mínimas para que el proyecto sea rentable, sino que también se tendrá una foto bastante real del proyecto.

6. Hacer un estudio de riesgos para tener claro el panorama al que se debe enfrentar.

- a. **Técnica:** Matriz de Riesgos.
- b. **Información por obtener:** El objetivo es identificar y analizar los riesgos que conllevan la creación de una empresa de comercialización de materiales de dibujo.
- c. **Análisis de la Información:** Una vez identificados los riesgos, se procede a determinar su criticidad. Con ello se prioriza cuáles son los riesgos que cuidar en una primera instancia.

DESCRIPCIÓN DE LAS TÉCNICAS

Con las metodologías que se usarán para desarrollar cada objetivo, se explica.

PESTEL / PESTAL

El termino PESTEL es el acrónimo resultante de las palabras Político, Económico, Social, Tecnológico, Ambiental (Environment) y Legal. Es un análisis que permite comprender el entorno en el que se ubica la compañía.

La Encuesta

Para dar respuesta a alguno de los objetivos propuestos se ha determinado la encuesta como método suficiente para poder investigar, analizar y al tiempo concluir al respecto de los resultados.

Es importante tener en cuenta que las encuestas no sirven para todos los fines, y en caso contrario solo aplicará para dos enunciados importantes:

1. Cuando se requiere pedir información de las personas tales como edad, hobbies, sexo, grado de escolaridad, ciudad, etcétera.
2. Para tener conocimiento de sus intereses, actitudes, aptitudes, creencias, percepciones personales, parecer, pensamientos, puntos de vista.

Una encuesta no brinda de ninguna manera datos objetivos, lo que sí aporta es información, pruebas o aclaraciones que se usarán en el estudio. Por ello se basarán en las etapas que propone Grasso (Grasso, 2016) para obtener de manera precisa la información requerida:

- Elaboración del problema o tema.
- Definición de la población objetivo.
- Diseño de la muestra.
- Redacción del cuestionario o preparación de las entrevistas.
- Preparación de la tarea de campo para la recolección de la información.
- Capacitación de los encuestadores.
- Evaluación del funcionamiento del cuestionario y del trabajo de campo.
- Revisión y codificación de las respuestas.
- Elaboración de la matriz de datos.
- Ingreso de datos.
- Procesamiento y análisis de los datos.
- Cálculo de estadísticos.
- Elaboración de las conclusiones.

- Discusión de los resultados.
- Redacción de un informe para la comunicación de los resultados.

Tipo de Preguntas

1. Dicotómicas

Son aquellas preguntas que ofrecen dos posibilidades.

2. De opción Múltiple

El encuestado tiene más de dos opciones de respuesta.

3. Escala de Likert

Son aquellas preguntas donde el encuestado tiene algún nivel de acuerdo o desacuerdo.

4. Escala de Calificación

Se determina una escala de calificación numérica de acuerdo.

5. Totalmente Abiertas

Son aquellas preguntas donde el encuestado tiene libertad de responder de acuerdo con su criterio.

A continuación, se encuentra la ficha técnica de la encuesta a desarrollar para la construcción del presente trabajo.

Tabla 1 Ficha técnica de la Encuesta

Ficha técnica de la Encuesta	
Persona natural que la realiza	Santiago Barriga Bonilla Samantha Acosta David
Fuente de financiación	Santiago Barriga Bonilla Samantha Acosta David
Tipo de muestra	Aleatoria
Tamaño de la muestra	96
Número de preguntas formuladas	15
Universo	Hombres y Mujeres de los 15 años en adelante, de estratos 3,4,5 y 6 con un poder adquisitivo propio o dependiente.
Fecha de realización	30 de septiembre de 2023
Nivel de confianza	95%
Error permisible	10%
Técnica de recolección	Encuesta Virtual
Duración aproximada	6 minutos aproximadamente

1. Cálculo de la muestra

Para el cálculo de la muestra, se tiene la siguiente fórmula:

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

Donde:

n = el tamaño de la muestra que se va a obtener

N=Tamaño del Universo

Z = Desviación del valor medio que se acepta para lograr la confianza deseada

e = Error Máximo que se admite

p = Proporción que se espera encontrar

En este caso se asume una población infinita, teniendo presente que la población es mayor a 10000 personas. Así, la fórmula se simplifica quedando de la siguiente manera:

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

Tabla 2 Valores para el cálculo de la muestra

Variable	Valor
Z (Para un nivel de confianza del 95%)	1.96
P (No hay referente de un estudio previo, así que se asume p = 50%)	50%
e = Se manejará un margen de 10%	10%
n = Aplicando la fórmula se obtiene	96 encuestas

Matriz de toma de decisiones

Se ha definido como herramienta de decisión hacer uso de una matriz de decisiones para ayudar a escoger la mejor opción ya que la elección de la una sobre la otra se denota en aspectos cuantitativos y cualitativos del negocio a saber:

1. Un aspecto cuantitativo es aquel que tiene un costo implícito mensual reiterado como el arriendo, por ejemplo.
2. Un aspecto cualitativo es aquel que influye en la decisión de compra y que afecta al negocio, pero no de manera económica, como por ejemplo la confianza.

Han sido tomados algunos de los aspectos más importantes para poder calificar y tomar la mejor decisión, sujetos a cambios tras el desarrollo del proyecto.

Hay varios modelos de matrices de decisiones. No obstante, en el presente documento se hará uso de una versión definida por Stuart Pugh (Pugh, 1981), la cual define cinco etapas para su construcción:

1. **Identificar las filas: las opciones sobre las que se necesita tomar una decisión.**
2. **Identificar las columnas:** es donde se identifican los ítems más preponderantes dentro de las alternativas.
3. **Evaluar las alternativas:** se otorgan valores de -1, 0 o 1 lo que significaría:
 - 1. Cuando esta alternativa sea peor que la original
 - 0. Cuando la alternativa sea igual que la original
 - +1. Cuando la alternativa sea mejor que la original
4. **Calcular la puntuación:** en este paso se suman y restan sobre cada columna de acuerdo con los valores definidos.
5. Seleccionar la alternativa más ventajosa: la alternativa con el mayor puntaje será la alternativa que será escogida.

Punto de Equilibrio

Financieramente hablando, el punto de equilibrio es aquel en donde las ventas totales se igualan a los costos totales (fijos y variables).

Ahora bien, si se habla en términos de sostenimiento de la compañía, el punto de equilibrio es el inicio para generar valor, rendimiento y utilidades para que sea sosteniblemente hablando rentable una empresa.

Matriz de Riesgos.

Para hablar de matriz de riesgo, se debe definir lo qué es riesgo. Según el Sistema de Gestión de Riesgos de la Universidad EAFIT, el riesgo es “la posibilidad de que exista un evento o situación, de carácter interno o externo, en cualquier nivel de la organización, que pueda afectar los objetivos, la estrategia y propósitos

organizacionales de manera positiva o negativa, creando y protegiendo el valor, o dificultando y deteriorando el valor existente” (Universidad EAFIT, 2024).

Allí mismo, se define la matriz de riesgo como una representación del nivel de criticidad de los riesgos identificados y analizados.

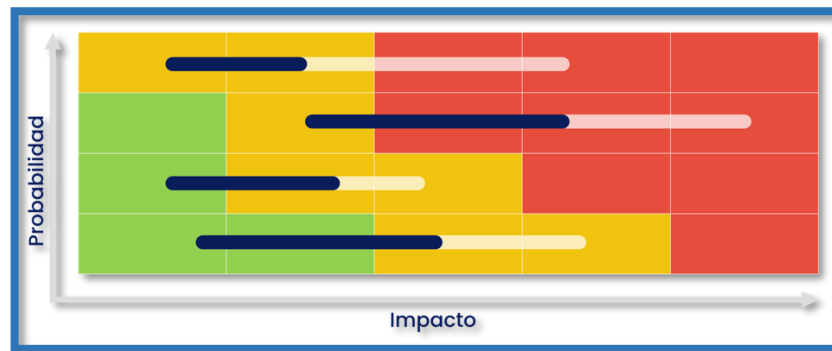


Ilustración 14 Modelo de Matriz de Riesgos.

Matemáticamente el riesgo se define como la multiplicación entre la probabilidad de que un hecho ocurra y el impacto que se materialice.

DESARROLLO DEL TRABAJO

Al tener establecidos el contexto, los objetivos, las técnicas y la metodología a usar, se iniciará con el desarrollo del trabajo.

ANÁLISIS SECTORIAL

Antes de llegar al análisis puntual del proyecto, se debe tener un contexto macro de la situación del país y del entorno del mercado.

Análisis del MACROENTORNO

El análisis del macroentorno de la empresa hace referencia a todos aquellos elementos externos que la afectan de alguna manera. Indistintamente de cómo lo hagan, esto no puede controlarse, pero sí se puede determinar la incidencia que tienen y cómo atacarlos.

1. Factores Políticos

1.1 PIB (Producto Interno Bruto)

Es el resultado final de la actividad productiva de un país. Este indicador muestra el crecimiento de la economía de un país y su desempeño. Sirve para medirse comparativamente con otros países (Banco de la República, 2023a).

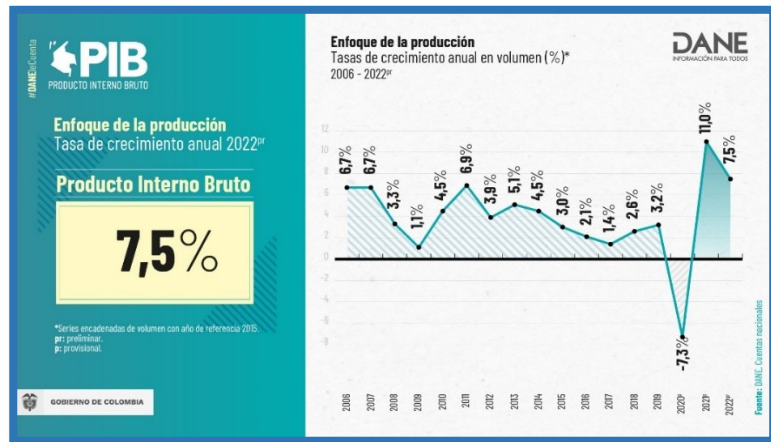


Ilustración 15 PIB de Colombia 2006 – 2022 (DANE, 2023).

Aunque se viene de una situación coyuntural en 2020, en donde se evidencia un desplome de la economía mundial y una media del PIB de -7.3% a 2021 a 11% y una mejora a empezar a estabilizarse en 2022 a un 7.5%, con una estimación para 2023 con un PIB superior al 8%. Y en prospección al futuro, el Banco de la República ofrece un panorama alentador en cuanto a la disminución de la inflación y crecimiento controlado del PIB.

	2023	2024
PIB	0,9%	1%
Inflación	8,96%	3,53%
Desempleo	10,8%	-
PIB socios comerciales	1,8%	1,8%
Precios del Brent	US\$79	US\$80

Ilustración 16 Previsión PIB 2023 - 2024 Colombia (La República, 2023a).

1.2 Inflación

De acuerdo con el Banco del República, la definición es “La inflación al consumidor es el aumento generalizado y sostenido de los precios de los bienes y servicios más representativos del consumo de los hogares de un país” (Banco de la República, 2023b).

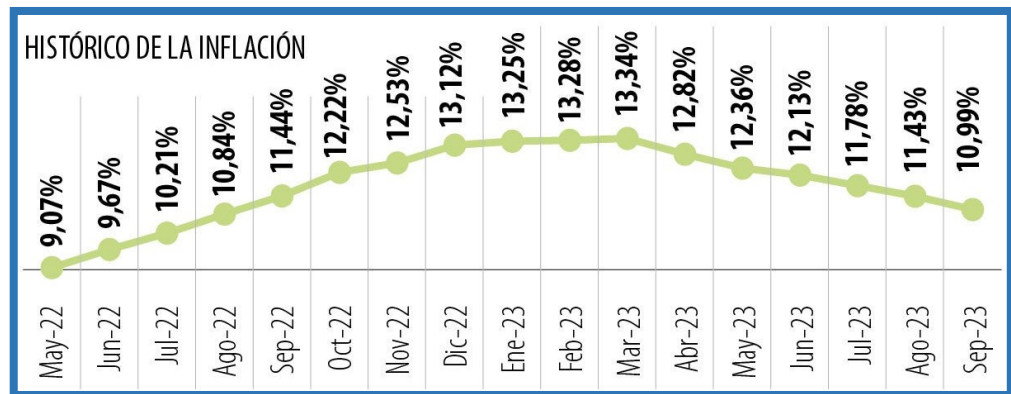


Ilustración 17 Histórico Inflación 2023 (La República, 2023b).

En el último año la variación de la inflación ha estado entre el 11.44 por ciento y 13.34 por ciento moviéndose entre decimales en dos puntos de diferencia.

En proyección al 2024, la inflación se mantendrá estable y hará que el poder adquisitivo sea mayor en el hogar.

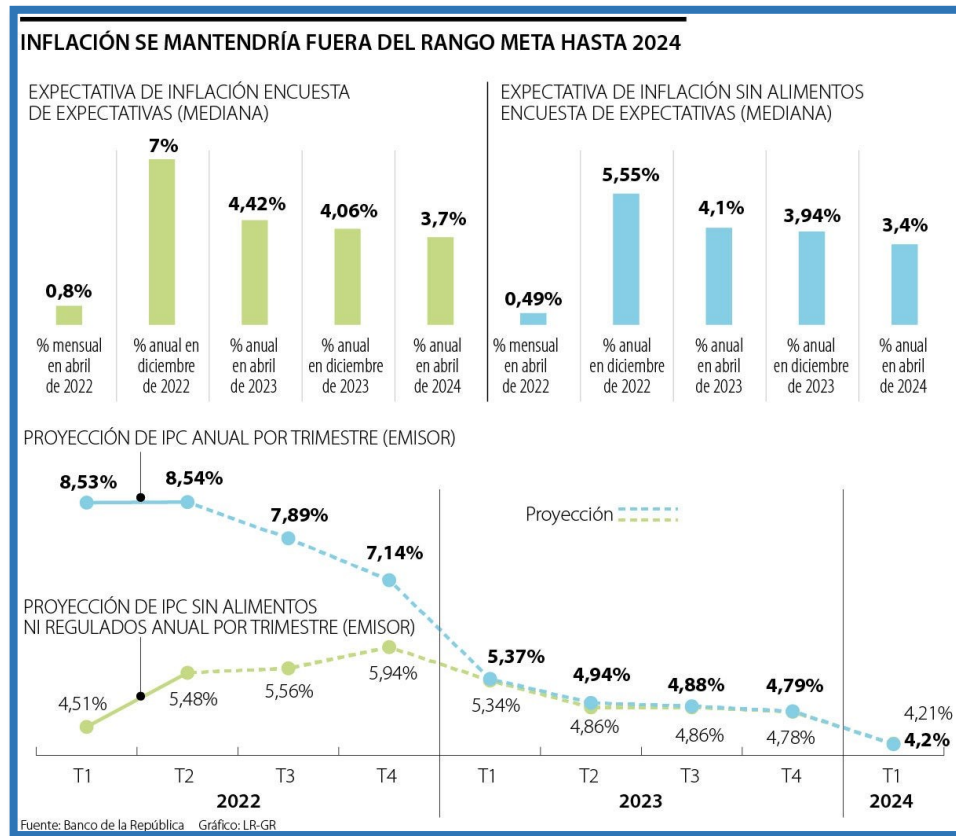


Ilustración 18 Rango de comportamiento Inflación 2024 (Periódico La República, 2022).

1.3 TRM (Tasa de Cambio Representativa del Mercado)

Es el cambio de pesos colombianos a un dólar de los Estados Unidos, una de las monedas consideradas fuertes. El cambio de la **TRM** se calcula con base en las operaciones de compra y venta de divisas.

En Colombia, la Superintendencia Financiera es la que verifica y calcula cada día el valor de la TRM con la información que se registra de las transacciones del día inmediatamente anterior.



Ilustración 19 Variación TRM desde 2018 (Banco de la República, 2023c).

Como se observa en la gráfica, la **TRM** ha variado 1000 pesos colombianos los últimos cinco años pasando de 3176 pesos colombianos en por cada dólar en 2018 a 4100 pesos colombianos por cada dólar en 2023.

2. Factores Sociales

Cuando se analiza el comportamiento de 2023, se puede ver el aumento en el consumo de las familias colombianas, en todas las categorías de la economía. Se ratifica con este análisis que el público objetivo pertenece a los estratos 4, 5 y 6 que tienen salarios de entre seis y más de 10 SMLV.

Al evaluar las regiones que más crecen en cuanto a consumo en Colombia, sobresalen dos con casi con el 50 por ciento: Antioquia y Bogotá – Cundinamarca, donde estará ubicada la tienda físicamente y desde donde se despachará toda la mercancía.

Al analizar por separado el crecimiento del consumo por categoría, sobresale con un 55 por ciento Deportes y Hobbies, quiere decir que la tendencia después de pandemia, estadísticas de 2021 y 2022, demuestra que las personas empezaron a invertir más tiempo es lo que los hacen felices, en sus gustos y a tener más valor de la vida.

En cuanto al enfoque en edad, se ratifica que el 80 por ciento del público va de 31 a 50 años y más de 50 años, adultos con trabajo estable que invierten efectivamente en sus gustos.

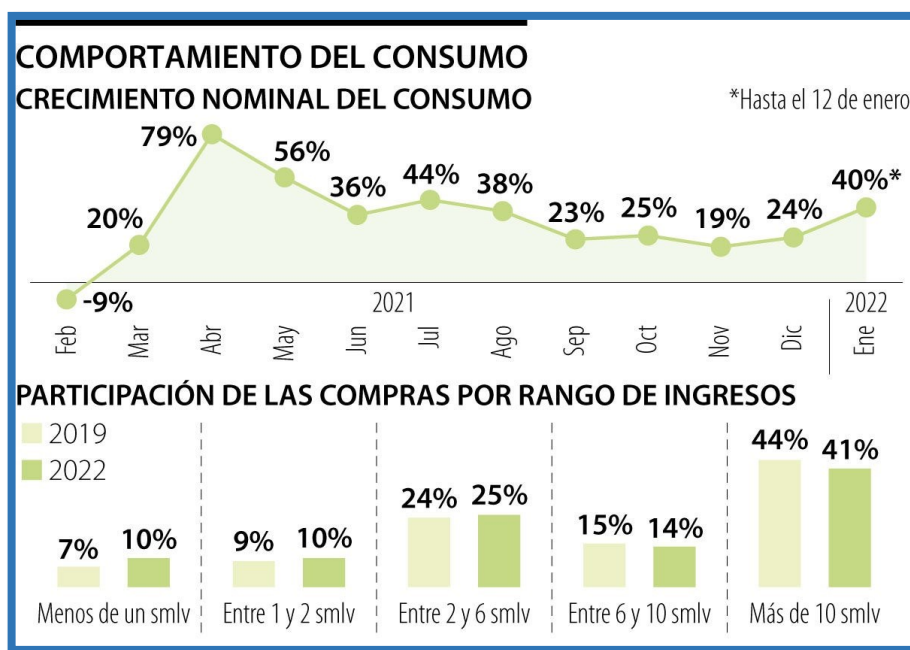


Ilustración 20 Comportamiento de consumo (Periódico La República, 2023b).

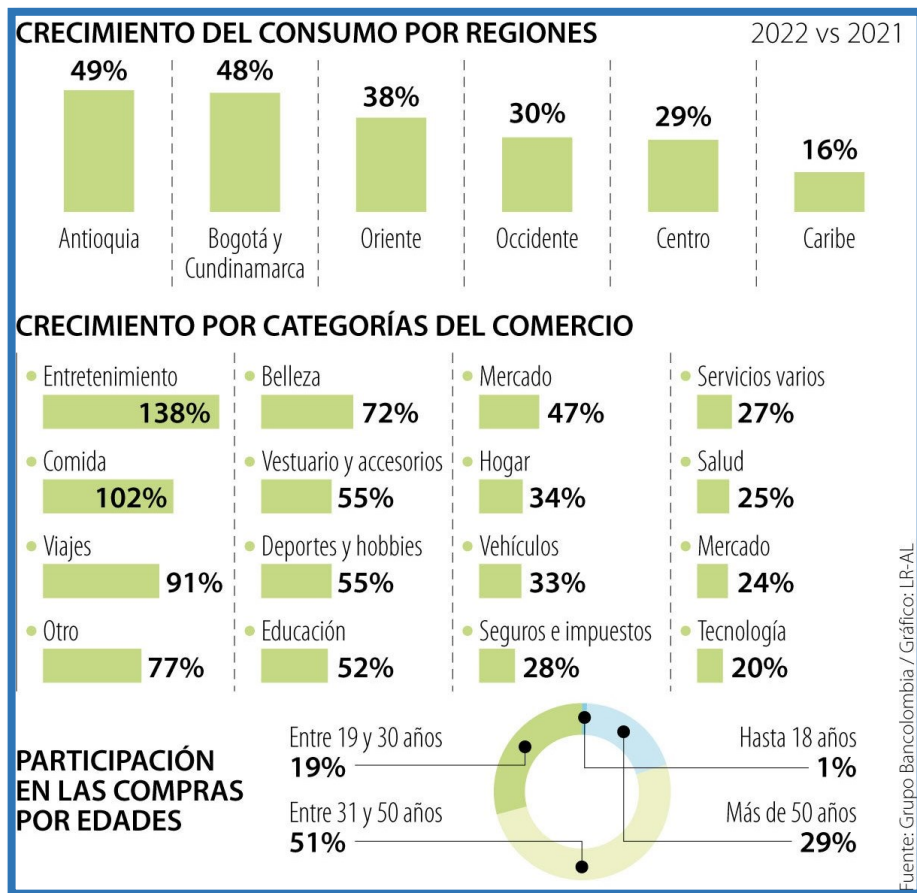


Ilustración 21 Comportamiento de consumo (Periódico La República, 2023b).

2.1 Población e indicadores demográficos

La población colombiana ha crecido un 21 por ciento los últimos 20 años, pasando de 41.055.687 habitantes a 52.085.167 habitantes desde el 2003 al 2023.

En el año 2043 se pronostica que la población colombiana alcance el 56.978.269 habitantes.

El crecimiento demográfico ha sido variable durante los últimos 20 años. Sin embargo, lo que se ha mantenido constante es que en los

departamentos de Antioquia y Cundinamarca es donde la población crece mayormente. La tendencia se mantiene hacia los siguientes años, porque Bogotá es la capital y Medellín es la segunda ciudad más grande e importante, así como la urbe tecnológica que atrae a más inversionistas año tras año.

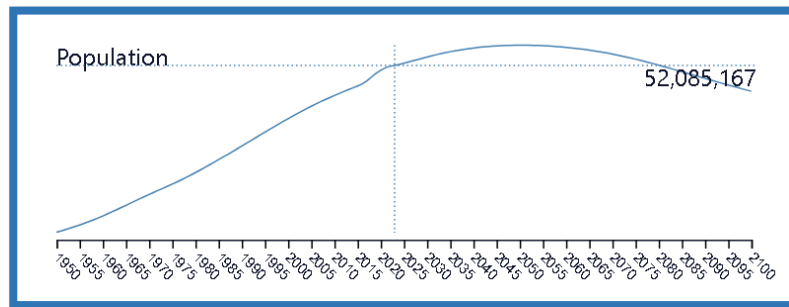


Ilustración 22 Histórico de población en Colombia (Population Pyramid, 2023).

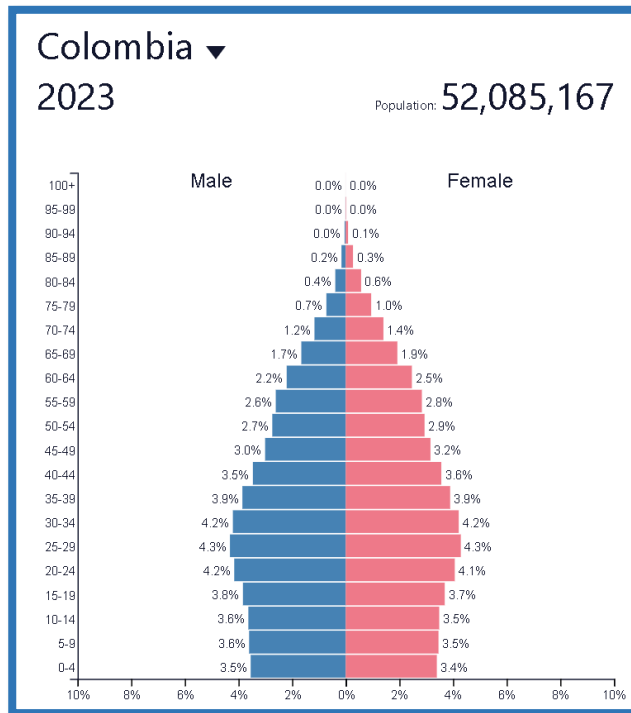


Ilustración 23 Población en Colombia 2023 (Population Pyramid, 2023).

3. Factores Legales

Creación de empresa en Colombia. Análisis Tributario y Arancelario.

El proyecto que se está contemplando, es la creación de una empresa de comercialización, sin embargo, se debe analizar también el tema de las importaciones en el país. La Cámara de Comercio de Bogotá publicó una Guía Práctica: Proceso General de una Importación en Colombia (Cámara de Comercio de Bogotá, 2019a). Este proceso describe los siguientes pasos:

1. Creación de Empresa.
2. Determinación de la posición Arancelaria.
3. Régimen de Importación.
4. Inscripción VUCE - Ventanilla Única de Comercio Exterior.
5. Creación de Contrato de Compraventa Internacional.
6. Determinación de Términos de Negociación Internacional – Incoterms.

7. Manejo Logístico de la Importación.
8. Procedimiento Aduanero.
9. Procedimiento Cambiario.

Adicional a los puntos indicados por la Cámara de Comercio de Bogotá, se debe velar por el cumplimiento de las leyes propias del país que apliquen para el caso de la empresa.

4. Factores Tecnológicos

Los servicios en la nube están categorizados en tres modelos (IBM, 2023): PaaS, SaaS e IaaS. La selección de alguna de las categorías para el despliegue de una tienda en línea dependerá de qué tanto conocimiento técnico se posea, si se estima que se tendrá un tráfico de acceso a la página con bastantes picos, e incluso del modelo de tienda en línea.

A continuación, se define cada categoría:

a. IaaS – Infraestructura como Servicio

Este modelo es el más parecido a los sistemas tradicionales. Básicamente consiste en realizar el despliegue de infraestructura teniendo en cuenta variables como cantidad de almacenamiento (Disco Duro), cantidad de memoria y cantidad de procesamiento. También, se tiene a disposición recursos de red, o servidores ya disponibles para su uso. De los modelos propuestos es tal vez el que mayor conocimiento técnico requiere. La manera más común de desplegar infraestructura es haciendo uso de máquinas virtuales y de equipos físicos compartidos (IBM, 2023).

b. SaaS – Software como Servicio

Permite tener a disposición servicios o aplicaciones ya disponibles para su uso (IBM, 2023). De los modelos disponibles, es el que menos conocimientos

técnicos requiere. Los usuarios pagan una tarifa periódica normalmente mensual o anual, que incluye toda la infraestructura y esta es responsabilidad del prestador del servicio.

Cuando el usuario firma el contrato de servicio se garantiza un ANS (Acuerdo de Nivel de Servicio), también conocido como SLA por sus siglas en inglés (Service Level Agreement). Bajo estos ANS el prestador del servicio garantiza la disponibilidad, rendimiento y seguridad.

c. PaaS – Plataforma como Servicio

El último modelo de nube pone a disposición un conjunto de hardware y software para el usuario. El proveedor lo gestiona y permite el acceso del usuario a través de una interfaz gráfica.

Normalmente se usa para equipos de desarrollo y permite la colaboración entre los desarrolladores.

Análisis del MICROENTORNO

Cuando se habla de microentorno, se refiere a todos los factores que se vinculan directa o indirectamente con la empresa. En ese caso, aquellos que pueden afectar o variar las decisiones que se tomen.

1. CIU

Según la Cámara de Comercio de Bogotá, cada empresa constituida legalmente en Colombia a partir del año 2000 debe ubicarse en una de las actividades económicas que rigen internacionalmente CIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme).

El Código CIU lo creó la ONU (Organización de Naciones Unidas) y revisó localmente el DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística). (Cámara de Comercio de Bogotá, 2013).

Sección >>				
Seleccionar	Código CIUU	SHD	Descripción	Nota Explicativa
Seleccionar	1709		Fabricación de otros artículos de papel y cartón	Ver Nota
Seleccionar	4649	1	Comercio al por mayor de otros utensilios domésticos n.c.p.	Ver Nota
Seleccionar	4761	1	Comercio al por menor de libros, periódicos, materiales y artículos de papelería y escritorio, en establecimientos especializados	Ver Nota
Seleccionar	7410	1	Actividades especializadas de diseño	Ver Nota

Clasificación Secretaría de Hacienda Distrital		
Seleccionar	Seleccionar	Descripción
Seleccionar	1	Comercio al por menor y al por mayor de libros, textos escolares y cuadernos
Seleccionar	2	Comercio al por menor de periódicos, materiales y artículos de papelería y escritorio, en establecimientos especializados (excepto libros, textos escolares y cuadernos)

Según la actividad por usted elegida el código es:

CIUU				*SHD	
4	7	6	1	2	

*SHD: Secretaría de Hacienda Distrital

Ilustración 24 Análisis de Código CIUU para Empresas del Sector papelería o similares (Cámara de Comercio de Bogotá, 2023).

Para el análisis Macroeconómico, y de acuerdo con la clasificación del código **CIUU**, la actividad que corresponde es:

4761-2 Comercio al por menor de periódicos, materiales y artículos de papelería y escritorio, en establecimiento especializado (Excepto libros, textos escolares y cuadernos).

ESTUDIO DE MERCADEO

1. Demanda

La palabra demanda viene del latín “demandāre” que significa una solicitud o petición económicamente hablando. Quiere decir la cantidad de bienes que una persona necesita conseguir.

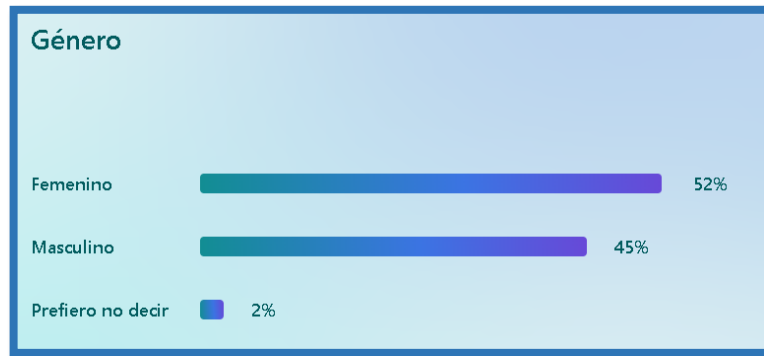


Ilustración 25 Resultado Encuesta – Género (Encuesta, 2023)

Se lanzó la encuesta a través de varias redes sociales (LinkedIn y Facebook, WhatsApp), en donde la mayoría de la población que respondió fueron mujeres.

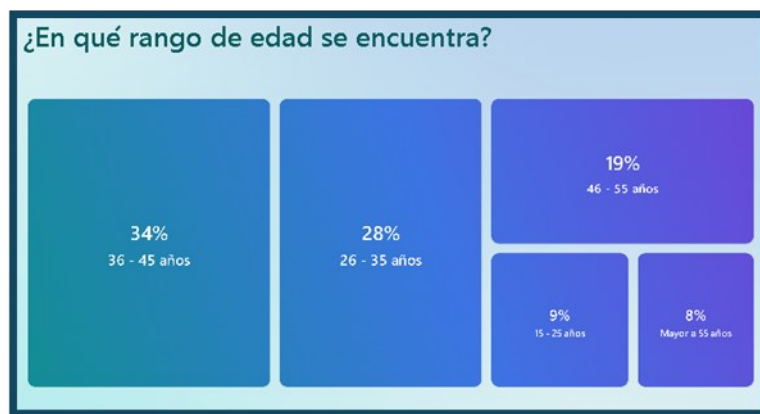


Ilustración 26 Resultado Encuesta – Edad (Encuesta, 2023)

Esta pregunta pretende dar claridad al público objetivo y la edad en que este oscila. Para este caso la mayoría está entre los 36 y 45 años, siendo un 34 por ciento, y el siguiente entre los 26 y 35 años un 28 por ciento. En consecuencia, se pueden enviar campañas enfocadas a este segmento, edades de los 26 a los 45 años que representa más del 50 por ciento.

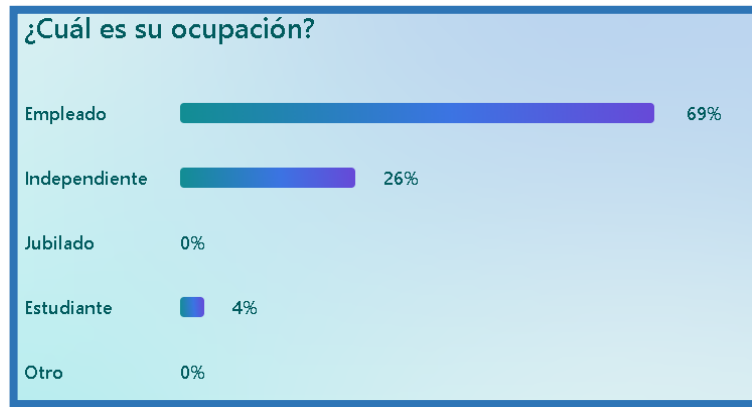


Ilustración 27 Resultado Encuesta – Ocupación (Encuesta, 2023).

Saber la Ocupación de los encuestados permite conocer el poder adquisitivo del público objetivo y cuánto están dispuestos a pagar mensualmente. Resulta interesante ver que el 69 por ciento son empleados, quienes podrían adquirir los productos. El siguiente mayor porcentaje con un 26 por ciento son independientes. Esto hace reevaluar la idea inicial de venderle a estudiantes de arte de universidades, y enfocarse en un público que hace compras por hobby y diversión, más que por obligación.

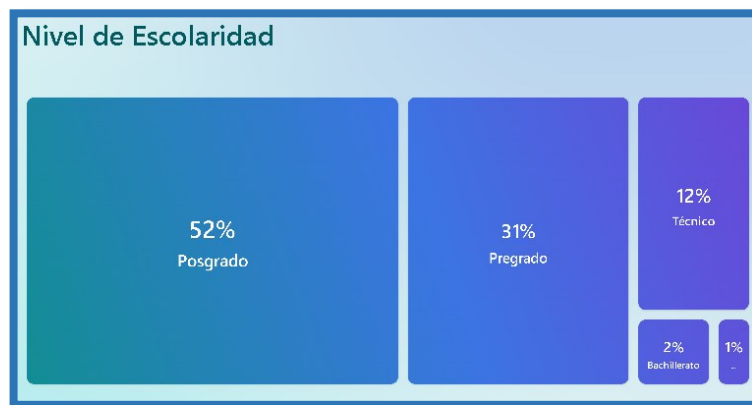


Ilustración 28 Resultado Encuesta – Escolaridad (Encuesta, 2023).

El nivel de escolaridad da por entendido la importancia de dirigir campañas a personas profesionales, ya que el 52 por ciento del público tiene algún posgrado, y el siguiente 31 por ciento es profesional en alguna carrera. Por ello la comunicación debe ser elegante y clara, explicando las características de los productos y las bondades de unos versus los otros. Es la mejor manera de atraer su atención con honestidad y transparencia en el mensaje.

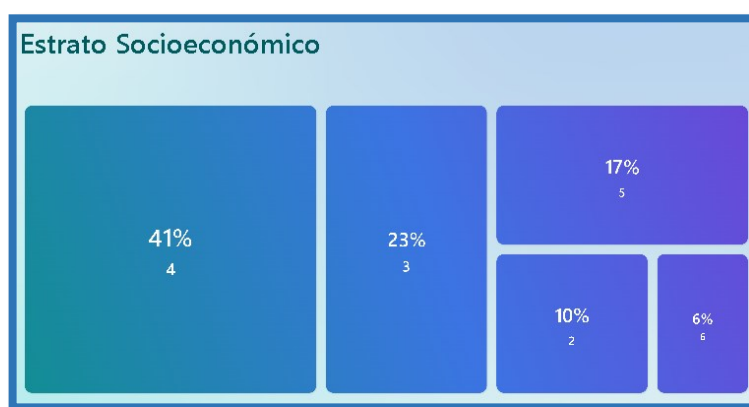


Ilustración 29 Resultado Encuesta – Estrato Socioeconómico (Encuesta, 2023).

Al inicio de este trabajo de grado se hacían conjeturas del público foco hacia el cual dirigir el proyecto. Y si bien, aunque se pensaba en estratos 4, 5 y 6, la encuesta precisa que el 41 por ciento son de estrato 4 y el siguiente porcentaje más alto, con un 23 por ciento, son estrato 3. Se trata de dos estratos medio alto en la economía nacional, cambiando el público objetivo.

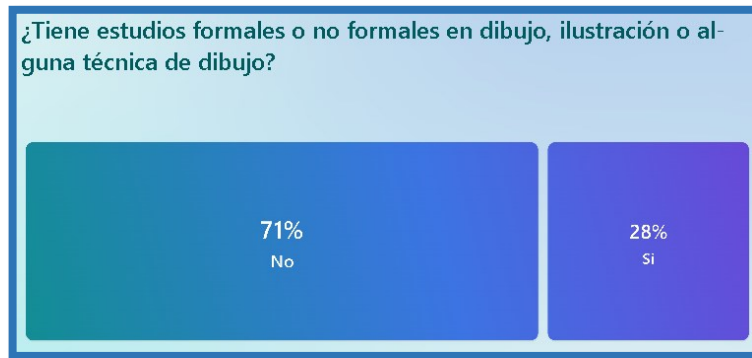


Ilustración 30 Resultado Encuesta – Estudios Formales (Encuesta, 2023).

Esta pregunta precisa que los hobbies cobran gran preponderancia en este momento, sabiendo que lo ratifica el 71 por ciento de los encuestados sin estudios formales.



Ilustración 31 Resultado Encuesta – Institución Educativa (Encuesta, 2023).

Esta nube de respuestas da una perspectiva de las instituciones de educación básica y educación superior que dan cursos, clases o acercamiento al arte. Todo esto para dirigir expectativas y esfuerzos ante campañas de marketing. Se puede ver que la Universidad Jorge Tadeo Lozano es aquella que brinda estudios superiores, diplomados y cursos cortos en Artes Plásticas.



Ilustración 32 Resultado Encuesta – Carrera (Encuesta, 2023).

La oferta académica, la actividad artística y los aristas hacen posible segmentar los materiales que más se tendrán en la tienda. Para este caso, Artes Plásticas es el que más preponderancia tiene.

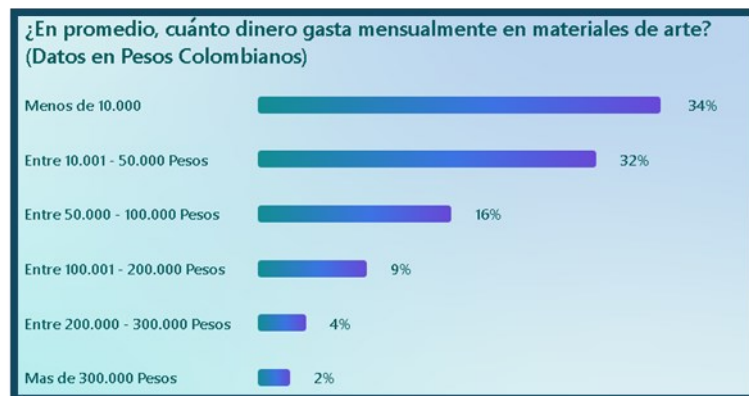


Ilustración 33 Resultado Encuesta – Dinero Mensual (Encuesta, 2023).

Preguntar por la cantidad de dinero que invierte o gasta en materiales de arte permite determinar cuántos clientes se deben tener mensualmente, en principio un punto de equilibrio y después un margen de ganancias. Se puede ver que la gran mayoría, un 34 por ciento compra al menudeo, menos de 10.000 COP mensuales, el 32 por ciento compra entre 11.000 COP y 50.000 COP, así que el objetivo

principal será llegar a aquellos que sobrepasan el 50 por ciento del mercado, la compra uno a uno.

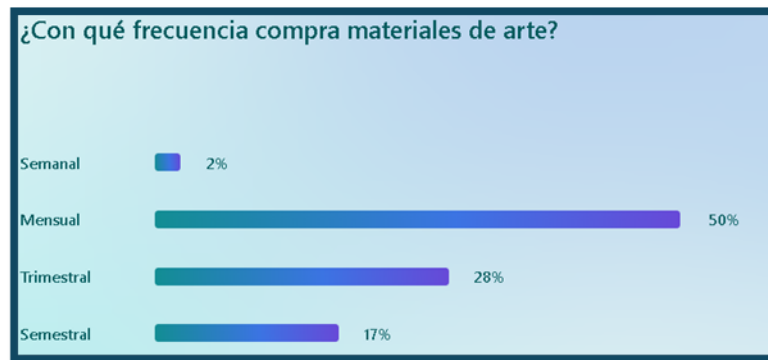


Ilustración 34 Resultado Encuesta – Frecuencia de Compra (Encuesta, 2023).

Conocer la frecuencia de compra de las personas da claridad del inventario local que se debe tener, así como de su rotación. Se observa que el 50 por ciento de los encuestados compran mensualmente. De ser así, se tendrá alta rotación de inventarios, lo que supone importar casi cada mes.

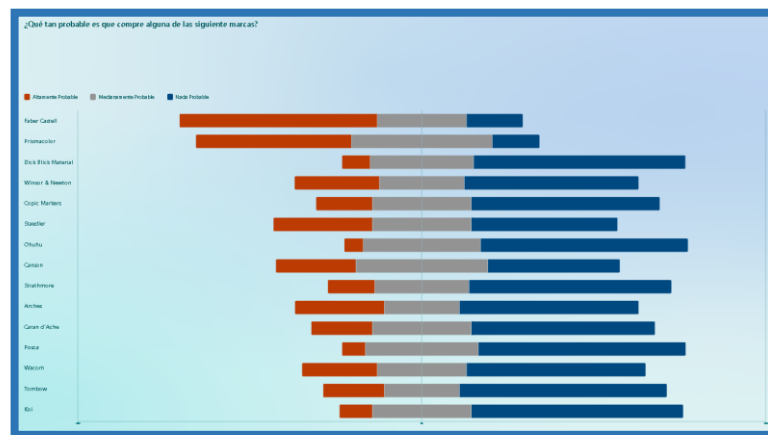


Ilustración 35 Resultado Encuesta – Probabilidad de Compra (Encuesta, 2023).

Saber qué probabilidad de compra de las marcas tiene el público objetivo, da la posibilidad de listar qué productos tener en el inventario y cuáles no. En

ese orden de ideas, Faber Castell, Prismacolor y Steadler son las marcas que más votos tienen y más rotarían. Por el contrario, KOI, Posca y Ohuhu, aunque se venderían son los que menos rotarían.

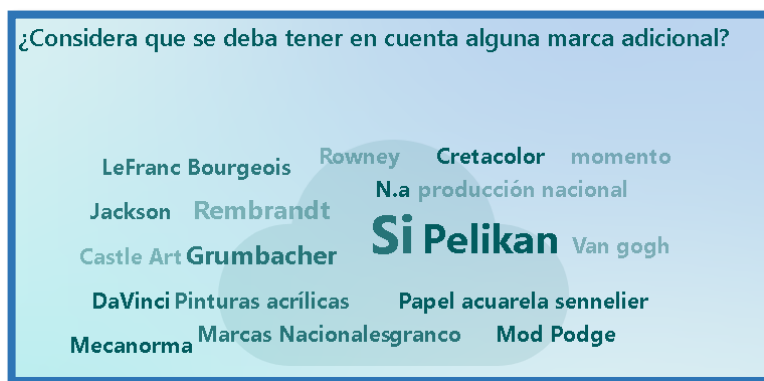


Ilustración 36 Resultado Encuesta – Marcas Adicionales a incluir (Encuesta, 2023).

De esta pregunta surgen algunas sugerencias y preferencias de los clientes que no estaban consideradas en la lista. Estas marcas podrían considerarse dentro del inventario.

Tabla 3 Marcas de Materiales de Dibujo

Cretacolor	Meca	Da Vinci
Momento	Norma	Grumbacher
Jackson	Mod Podge	Rowney
Rembrandt	Sennelier	Le Franc
Castle Art	Van Gogh	Bourgeois
Pelikan	Granco	Castle Art

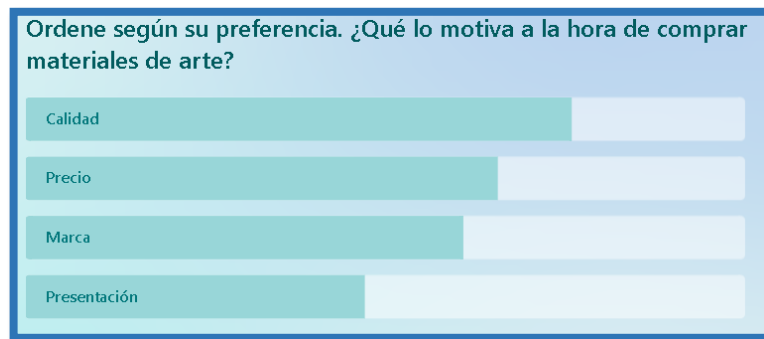


Ilustración 37 Resultado Encuesta – Preferencia / Motivos de compra.

Es bueno saber que la gente prefiere los materiales de arte por su calidad en primer lugar, aunque les sigue importando el precio. Esto da la posibilidad de hacer un balance entre uno y otro. No pueden ser materiales demasiado costosos, porque sobrepasan la línea de lo comprable y ante un material de mala calidad, la tienda perdería su finalidad real que es vender materiales de buena calidad en Colombia.

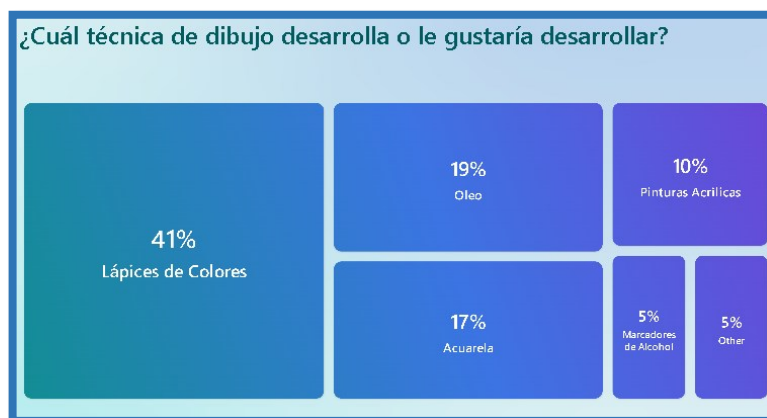


Ilustración 38 Resultado Encuesta – Técnica de Dibujo (Encuesta, 2023).

La pregunta relacionada con la probabilidad de compra, indica que las marcas de lápices de colores son las preferidas por ser la técnica por la que

muchos artistas comienzan sus estudios. Ello se complementa con otras técnicas como la acuarela, el óleo y las pinturas acrílicas.

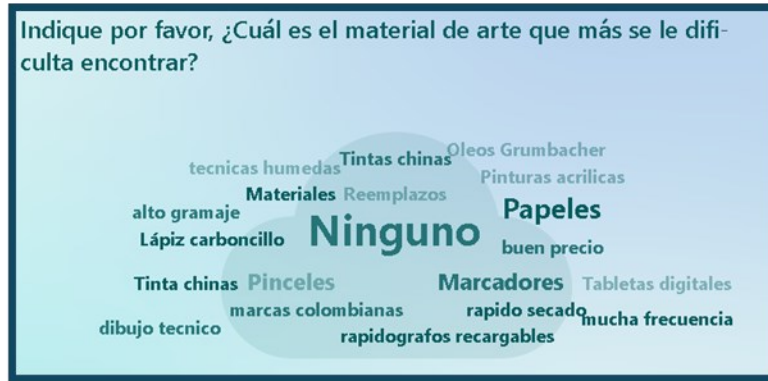


Ilustración 39 Resultado Encuesta – Dificultad para conseguir materiales de arte (Encuesta, 2023).

Por las tendencias se observa que no hay un material que sea completamente imposible de encontrar. La apertura de tiendas como Amazon y otras especializadas han facilitado que se consigan materiales. De allí se deduce que, entre los papeles, los marcadores y las tintas chinas aún existen dificultades para conseguirlas.

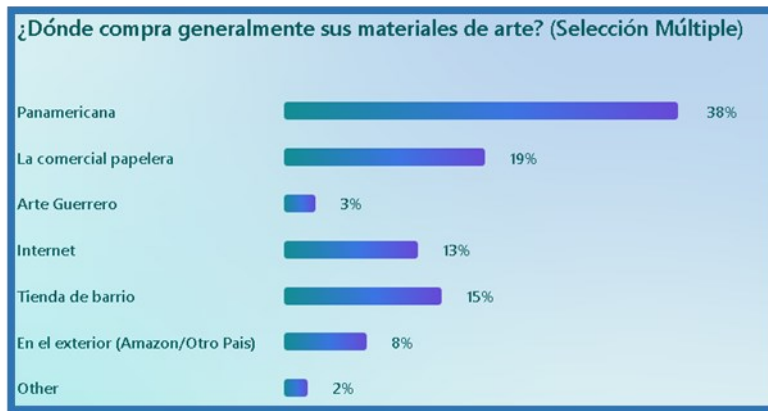


Ilustración 40 Resultado Encuesta – Lugar de compra de materiales de arte (Encuesta, 2023).

Panamericana y la Comercial Papelera son las tiendas por excelencia de materiales de arte en Bogotá, pero como se ha mencionado anteriormente, la variedad de productos en estas no es la mejor.

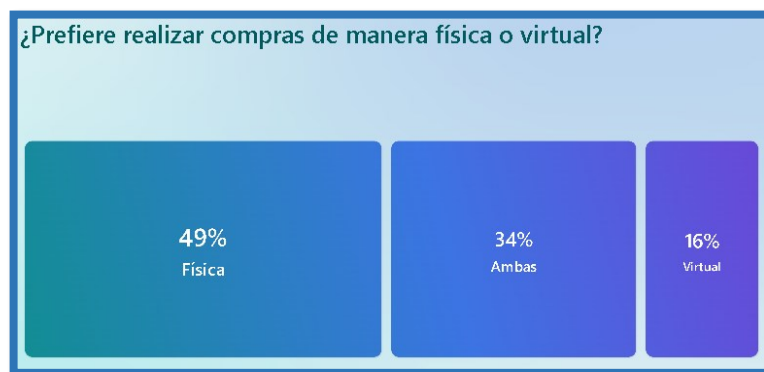


Ilustración 41 Resultado Encuesta – Preferencia de lugar de compra (Encuesta, 2023).

Las compras de manera presencial siguen cumpliendo un papel importante en los hábitos de consumo de los compradores,



Ilustración 42 Resultado Encuesta – Frecuencia de compra online (Encuesta, 2023).

Si bien las personas compran materiales de arte de manera mensual, su comportamiento en temas de compra en línea es diferente (semestral). Esto indica que se prefieren las compras tradicionales, es decir, de manera

presencial. La tienda en línea debe buscar la manera de que se mantenga la promesa de valor lograda en pandemia por muchas empresas. La experiencia del usuario debe ser tan buena que no se requiera ir de manera presencial.

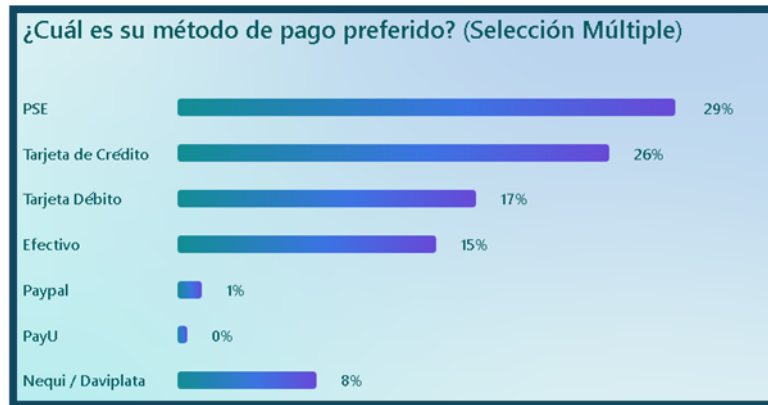


Ilustración 43 Resultado Encuesta – Preferencia de Método de pago (Encuesta, 2023).

En los últimos años PSE se ha consolidado como la plataforma por defecto de pagos en línea. Sin embargo, aún se deben tener en cuenta los medios de pago tradicionales, pues el 58 por ciento aun los usa. Este valor es el resultado de la suma de Tarjeta Débito, Crédito y Efectivo.

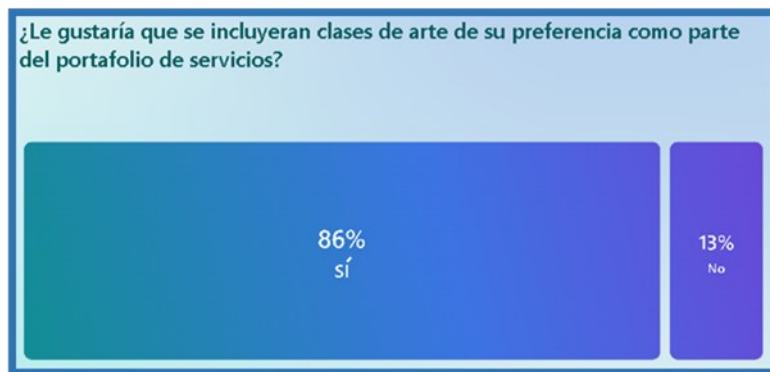


Ilustración 44 Resultado Encuesta – Inclusión de clases de arte virtuales (Encuesta, 2023).

En un 86 por ciento los encuestados están de acuerdo con que se incluyan en un futuro clases virtuales de arte. Este es un punto de evolución para la tienda en línea. Con esto se ve cuál podría ser el futuro del proyecto.

2. Oferta

Es aquella propiedad que se puede intercambiar cuando tiene un precio de por medio.

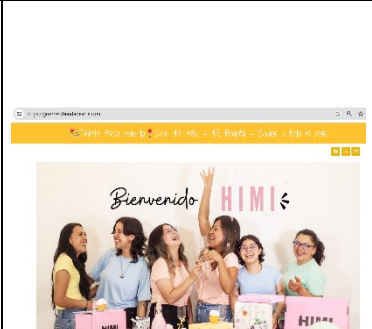
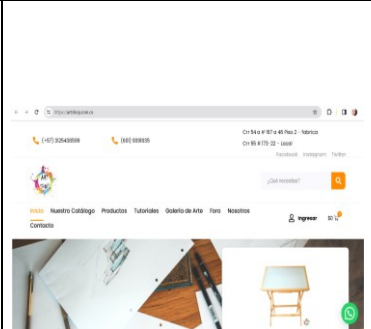
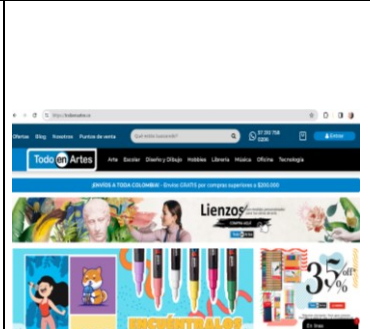
2.1 Análisis de Competidores

La tienda en línea busca en un principio enviar domicilios alrededor de Colombia. Se estima que el tiempo máximo de entrega sea de cinco días hábiles al departamento más lejano.

De esta manera, se programará la publicidad en Bogotá y Medellín, dos de las ciudades más grandes de Colombia.

Algunos de los competidores que se contemplan son:

Tabla 4 Comparación de Tiendas de arte

Nombre	Guerrero tienda de Arte	Art Shop	Todo en Artes
Ubicación	Calle 45 #18a – 45	Cra. 54 a # 167 a 46 Piso 2	Calle 26 sur # 48 - 158
Página WEB	https://guerrerotiadearte.com/	https://artshop.com.co/	https://todoenartes.co/tiendas
Tiempo en el Mercado	Guerrero Tienda de Arte abrió sus puertas en Bogotá en el 2018 con un portafolio de productos especializados para diseñadores, acuarelistas, pintores, dibujantes, caricaturistas, aerografías, amantes del arte, el lettering y público en general.	“Gracias al legado y experiencia de 50 años de mi padre Luis Hernando Moncada, nos hemos convertido en la solución del mercado artístico para papelerías, estudiantes y profesionales, donde nuestros clientes que son parte de la familia”.	Más de 35 años de experiencia
Estrategia	Su estrategia es dar a los artistas del país y clientes en general un excelente servicio a través de la atención personalizada y asesoría en la compra. Talleres dirigidos a una técnica en particular y personalizados, tus productos en la puerta de tu casa el mismo día o al siguiente.	ART SHOP no solo es comercializadora de implementos y mobiliario para las bellas artes, también es fabricante de muebles, lo cual permite estar atentos a los detalles y poder ofrecer productos de calidad.	Tiene entrega a domicilio, cuenta con 10 tiendas físicas alrededor de Medellín, ofrece productos locales y extranjeros.
Productos	Grabado, Pinceles, aerografía, Escultura, Lienzos, Marcadores, Gouache, Paletas, Posa, Vasos, Oleos, medios, barnices, bitácoras, colores, papel, plumas, bolígrafos.	Maniqués, tablas salva corte y cortadores, lápices pasteles, marcadores, fijadores, barniz, marcadores, muebles de arte, caballetes, mesas de dibujo, arquitectura, acrílicos, barniz, acuarela, oleo.	Caballetes, mesas, herramientas, lienzos, pinturas, pinceles, calculadoras, útiles, textos escolares, calendarios, tizas, delineado, lápices, marcadores, papeles, juegos, telescopios, binoculares, tejido, bordado, escritura fina, tableros, tecnología.
Desventajas	Adicionar productos de baja calidad a su portafolio (Marcas asiáticas).	No tienen existencias y es bajo pedido a más de 60 días.	Es un comercio sin foco, venden desde un lápiz a un árbol de navidad.
Imagen			

2.2 Productos

En el mundo del arte existen muchas marcas. A continuación, se muestran algunas de las más representativas.



Ilustración 45 Marcas de Materiales de Arte.

2.3 Estimación de ingresos.

Empresa	Enlace Emis	Año del reporte de ingresos	Ingresos reportados en EMIS
Guerrero Tienda de Artes SAS	https://www-emis-com.ezproxy.eafit.edu.co/php/companies/index?pc=C&O&cmpy=13572928	2022	COP 300.000.000,00
Art Shop	https://www-emis-com.ezproxy.eafit.edu.co/php/companies/index?pc=C&O&cmpy=13566088	2022	COP 25.000.000,00
Arqueta Materiales SAS	https://www-emis-com.ezproxy.eafit.edu.co/php/companies/index?pc=C&O&cmpy=13310760	2022	COP 439.179.000,00
Chantraine EU	https://www-emis-com.ezproxy.eafit.edu.co/php/companies/index?pc=C&O&cmpy=4924954	2022	COP 174.830.000,00
		Promedio	234.752.250,00

Teniendo presente que calcular los ingresos de la compañía de un listado de productos muy amplio, se tomarán los ingresos Pareto de empresas del mismo sector y de tamaños similares a los que la compañía quiere tener. Para ello se hará uso de la base de datos de EMIS (EMIS, 2023).

Al observar los datos de la tabla anterior se tiene que un valor promedio de 234.752.250 pesos. Por ello se tomará este valor como los ingresos mínimos de la compañía.

ESTUDIO TÉCNICO

Infraestructura y elementos tecnológicos necesarios para una tienda en línea.

El estudio técnico se desarrollará basado en los requerimientos a nivel de infraestructura y otros elementos tecnológicos para una tienda en línea.

GoDaddy, una de las plataformas en línea más usadas para adquirir servicios en línea, define los siguientes pasos para la creación de una tienda en línea (GoDaddy, 2023).

1. Definir el público objetivo.
2. Elige el método y la plataforma ideales para crearla.
3. Obtén un nombre de dominio para tu tienda en línea.
4. Elige un diseño para tu tienda.
5. Añade tus productos.
6. Crea categorías para tus productos.
7. Configura los métodos de pago.
8. Configura las opciones de envío.

Este capítulo se enfocará en la parte técnica. El punto 1 de la guía relacionado con el conocimiento de mercado y conocimiento del producto fueron desarrollados en el capítulo correspondiente de este documento (Ver estudio de mercado).

1. Despliegue de la tienda en línea.

Se definen dos formas de desplegar una tienda en línea. La primera, usar herramientas ya listas para la comercialización, y como segunda opción crear la tienda en línea desde cero.

a. Herramientas ya listas para comercializar.

En este caso se procederá a analizar los dos marketplace más grandes de Colombia.



MercadoLibre: Empresa fundada en 1999 en Argentina, con presencia en 18 países de Latinoamérica. Es una plataforma de comercio electrónico que permiten a sus usuarios negociar bienes y servicios (Mercado Libre, 2023b).

La plataforma permite hacer uso de la infraestructura disponible para publicar artículos y que estos aparezcan en las búsquedas de los clientes.

También ofrece servicios de envíos, bodegaje y plataforma de pagos.

Linio: Plataforma lanzada en México en el año 2012. Actualmente cuenta con operaciones en Colombia, Argentina, Venezuela, Perú, Chile Ecuador y Panamá. En agosto de 2018 fue adquirido por el grupo Falabella integrándose al ecosistema de la organización.

Tabla 5 Comparativo Mercado Libre vs Linio

	 mercado libre	 LINIO
Referencia	(Mercado Libre, 2023a)	(Linio, 2023)
Condiciones		
Precio Mínimo	COP 2.900	
Cargos de Venta según tipo de publicación	Clásica / Premium	
Acuarelas, Acrílicos, Cuadernos de dibujo, lápices, Pigmentos, Temperas, Oleos	16% / 20%	15%
Pinturas	14% / 18%	
Vinilos	15% / 19%	
Costo Adicional	COP 2.100 por ventas inferiores a COP 90.000	
Métodos de Pago		
Tarjetas de crédito	X	X
Tarjetas débito	X	X
Débito bancario	X	
Efectivo	X	X
Contraentrega		X
Otros Servicios		
Envíos	X	X

b. Plataformas de creación de tienda en línea.

Shopify: Shopify es una plataforma de comercio electrónico basada en suscripción que permite a las personas crear una tienda en línea y vender sus productos. Los usuarios pueden crear una tienda en línea básica en segundos o crear una tienda única con características que atraigan más tráfico y, finalmente, se traduzcan en ventas.

JumpSeller: Creada en 2009 como Vendder y luego renombrada JumpSeller en 2010, es una plataforma amigable para comercios pequeños, y no requiere de conocimientos técnicos para el despliegue de la tienda.

Tabla 6 Detalle JumpSeller


				
Características del plan				
	BASIC	PLUS	PRO	PREMIUM
	COP	COP	COP	COP
Precio	30.000/mes	60.000/mes	120.000/mes	240.000/mes
Cargos por Transacción	0%	0%	0%	0%
Ancho de Banda Ilimitado	X	X	X	X
Productos ilimitados	X	X	X	X
Dominio gratis durante el primer año	X	X	X	X
Venta cruzada de productos manualmente	X	X	X	X
Personalización del tema	X	X	X	X
Productos digitales	X	X	X	X
Instagram	X	X	X	X
Facebook	X	X	X	X
Whatsapp Business	X	X	X	X
Google Commerce	X	X	X	X
Mercado Libre		X	X	X
Promociones / Códigos de descuento			X	X
Registro de clientes			X	X
Recuperar carro de compra			X	X
Pedidos manuales			X	X
Reseña de producto			X	X
Filtros de producto				X
Dominio en los correos de la tienda				X
Cuentas de administración personalizadas				X
Búsqueda predictiva				X
Idiomas	1	2	4	8
Soporte por correo electrónico	Normal	Normal	Medio	Medio

Tabla 7 Detalle Shopify

			
Características del Plan			
	BASIC	SHOPIFY	ADVANCED
Precio	USD 25/mes	USD 65/mes	USD/399/mes
Productos Ilimitados	X	X	X
Cuentas para el personal	2	5	15
Atención 24/7	X	X	X
Canales de ventas	X	X	X
Creación manual de pedidos	X	X	X
Códigos de descuento	X	X	X
Recuperación de carrito abandonado	X	X	X
Tarjetas de regalo	X	X	X
Segmentación de clientes	X	X	X
Automatización de marketing	X	X	X
Contactos ilimitados	X	X	X
Automatización de ecommerce	X	X	X
Cargos por transacción	2,0%	1,0%	0,5%
Importar pedidos de marketplace	X	X	X
Conecta y publica productos	X	X	X
Shopify Payments	X	X	X
Más de 50 pedidos sincronizados con Shopify	1% hasta USD 99/mes	1% hasta USD 99/mes	1% hasta USD 99/mes

Para determinar cuál de las opciones se va a escoger se hará uso de dos matrices de decisión. La primera tendrá como objetivo decidir entre si se usará una herramienta de comercialización o una plataforma de tienda en línea. Y la segunda, permitirá tomar la decisión entre las opciones internas.

Matriz de decisión Herramientas vs Plataforma de Creación de tienda en línea

En este caso se tomará como idea principal las herramientas ya existentes.

Tabla 8 Matriz de Decisión - Plataforma de Tiendas en Línea vs Herramientas Listas

	Herramientas Listas para comercializar	Plataformas de Tienda en línea
Tiempo	-	-1
Costo	-	1
Flexibilidad	-	1
Personalización	-	1
Conexión con otras herramientas	-	1
Conocimientos Técnicos	-	-1
Gestión de Clientes	-	1
Manejo de Inventario	-	0
		3

Para el presente caso tienen mayor beneficio las plataformas de tienda en línea, teniendo en cuenta que permiten una mayor flexibilidad al momento de la creación de la tienda en línea. Así mismo, trae dentro de su abanico de beneficios la conexión con otras plataformas de venta.

Una desventaja es el tiempo que lleva el despliegue de la tienda en línea. Esto sumado a que se debe tener un poco más de conocimientos técnicos.

En consecuencia, la decisión debe centrarse en la selección de cuál de las opciones se va a tomar, Shopify o Jumpseller.

Tabla 9 Matriz de Decisión - Shopify vs Jumpseller

	Shopify	Jumpseller
Costos	-	1
Fees por transacción	-	1
Idioma del soporte	-	0
Conexión con Terceros	-	1
Dominio personalizado	-	0
Personalización	-	0
		3

Para este análisis la mejor opción es Jumpseller. Si bien, Shopify es una empresa más grande y con mayor recorrido, su plan básico en costo es mucho más alto que la versión básica de Jumpseller, que además maneja un valor fijo en pesos colombianos, de tal manera que no variará con el precio del dólar.

2. Dominio.

Para la creación de una tienda en línea se debe comprar un dominio. Google en su página de soporte técnico (Google Workspace, 2023) define el nombre de dominio como:

“Un nombre de dominio (a menudo denominado simplemente dominio) es un nombre fácil de recordar asociado a una dirección IP física de Internet. Se trata del nombre único que se muestra después del signo @ en las direcciones de correo y después de www. en las direcciones web. Por ejemplo, el nombre de dominio example.com se podría traducir a la dirección física 198.102.434.8. Otros ejemplos de nombres de dominio podrían ser google.com y wikipedia.org.”

Los dominios pueden ser adquiridos en muchas páginas de internet, lo importante es que refleje el nombre de la tienda en línea y que, de igual manera, sea de fácil recordación para los clientes.

Algunos precios de dominios son: (GoDaddy, 2024)

Tabla 10 Precios Dominios Web

Dominio	Precio	Validez del dominio
mitiendadearte.co	COP 47.960,00	Promoción por el primer año
mitiendadearte.com.co	COP 79.960,00	Promoción por el primer año
Paquete dominio: .store, .org, .info, .pro	COP 61.280,00	Promoción por el primer año

3. SEO / SEM

SEO – Search Engine Optimization

Se trata de posicionarse de manera natural entre los motores de búsqueda.

SEM – Search Engine Marketing

Se trata de posicionar la marca con ayuda de estrategias de Marketing.

4. Marca

Como Milton Glaser decía “Una Marca es un sueño”, así de hecho nace esta empresa, concebida desde hace mucho tiempo.

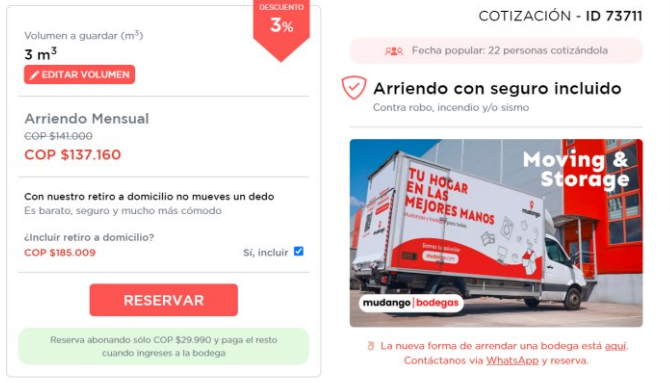


Y como una marca tiene que mostrarse qué es hasta con su nombre, este es sencillo y directo “Mi tienda de arte”, porque esta tienda es tuya, es mía, es del vecino, es de mi hija y mi esposa, es de mi jefe y mi amigo, es tuya también y es nuestra, es una “Fábrica de sueños”.



5. Bodegaje

Para la creación de una tienda se pretende tener Stock local de las referencias que podrían tener más ventas.

Tabla 11 Comparación Servicios de Bodegaje

Empresa	Página Web	Costo Aproximado Mensual 3x3x3 m
<p>Mudango</p>	<p>www.mudango.com</p>	 <p>COTIZACIÓN - ID 73711</p> <p>Fecha popular: 22 personas cotizándola</p> <p>Arriendo con seguro incluido Contra robo, incendio y/o sismo</p> <p>Arriendo Mensual COP \$141.000 COP \$137.160</p> <p>Con nuestro retiro a domicilio no mueves un dedo Es barato, seguro y mucho más cómodo</p> <p>¿Incluir retiro a domicilio? COP \$185.000 <input checked="" type="checkbox"/> Sí, incluir</p> <p>RESERVAR</p> <p>Reserva abonando sólo COP \$29.990 y paga el resto cuando ingreses a la bodega</p> <p>Moving & Storage TU HOGAR EN LAS MEJORES MANOS</p> <p>La nueva forma de arrendar una bodega está aquí. Contáctanos via WhatsApp y reserva.</p>
<p>Espacios Plus</p>	<p>www.espacioplus.co</p>	 <p>Nuestros Tipos de Mini Bodegas</p> <p>Bodega de 9 metros³</p> <p>¿Qué elementos puedes almacenar en este espacio?</p> <ul style="list-style-type: none"> Cama sencilla Nocheros Tocador Televisor Lavadora Cajas apilables <p>1,7 mts x 2,2 mts x 2,42 mts</p> <p>COTIZA TU BODEGA</p>
<p>Oikos Storage</p>	<p>www.oikos-storage.com</p>	 <p>1. Selección los artículos para tu bodega</p> <p>Oficina 1 m³</p> <p>Biblioteca 2 cuerpos 2 m²</p> <p>Biblioteca 1 cuerpo 1 m²</p> <p>Caja Grande 0.3 m³</p> <p>2. Esta es la simulación de tu bodega con los items seleccionados</p> <p>1 m³ 1 m³ 1 m³</p> <p>3. Espacio calculado, solicita tu bodega</p> <p>3 m³ Total de tamaño que ocupas</p> <p>5 m³</p> <p>Esta es la bodega que necesitas.</p> <p>SOLICITAR BODEGA</p>

6. Métodos de pago.






Es importante poder recibir diferentes formas de pago en la tienda en línea. Esto representa un beneficio para el comprador y se garantiza de alguna manera, que la compra pueda ser terminada satisfactoriamente.


El éxito del comercio electrónico está en hacerle la vida fácil al usuario, pero no hay que olvidar que se deben realizar las transacciones de manera segura.

Del lado del vendedor, se deben tener en cuenta que algunos de estos medios de pago cobran comisiones por las transacciones.

Los medios de pago más usados en Colombia y que están habilitados en Jumpseller se presentan a continuación: (Jumpseller, 2024b).

Tabla 12 Servicios de Pasarela de pagos

Medio de pago	Descripción
	Con ePayco reciben pagos en línea a través de múltiples medios de pago disponibles en Colombia, todo bajo una sola pasarela.
	Con PSE el débito se realiza online desde una cuenta bancaria, como si se estuviera pagando con tarjeta débito.
	Una solución que habilita los pagos en el mundo digital a través de diversas soluciones de integración adaptables a las necesidades de los clientes, con una vinculación simple y una oferta de valor que privilegia la experiencia de los usuarios.
	MercadoPago está diseñado para facilitar las transacciones en los mercados de e-commerce, proporcionando un mecanismo que permite a los usuarios de forma segura, fácil y rápida enviar y recibir pagos en línea.
	Addi es una pasarela de pago disponible en Colombia que financia las compras de clientes y recibe el pago de forma segura. Es Addi la que asume el riesgo y de los cobros,

	garantizando pagos mensuales por el valor total de las ventas financiadas.
	PayU Latam es un proveedor de servicios de pago líder con presencia en siete mercados en crecimiento en toda América Latina. Con la pre-integración entre PayU y Jumpseller se puede poner en marcha la tienda online de una forma más sencilla.

7. Medios de envío.

Una vez la mercancía es comprada, se debe garantizar que esta llegue a su destino. Dado que no es posible que la empresa se encargue de la logística del envío, se podrían usar mensajeros, pero este no sería el objetivo de la empresa. Por ello, se listan algunas empresas de envío de mercancía que pueden conectarse con la tienda en línea automáticamente (Jumpseller, 2024a).

Tabla 13 Detalle Medios de Envío

Medio de envío	Descripción
Servientrega	Actualmente, Servientrega es la empresa de mensajería más importante de su género en Colombia. Cuenta con múltiples tipos de servicios de encomienda que cubren todo el sector colombiano y se extiende a Ecuador.
mipaquete.com	Es la plataforma de envíos que conecta con las principales transportadoras de Colombia. Con tecnología y equipo de expertos logra entregas efectivas.
envia.com	Envia.com - Envíos de mensajería y mercancía con las mejores empresas de transporte del país. Tiene envíos locales, nacionales e internacionales.
pakke.com	Con la app de pakke, se puede cotizar cada envío, imprimir la guía y programar la recolección. Así mismo, se hace el seguimiento de los envíos, sin costo alguno. Además, ofrecen servicio de fulfillment a bajo costo.

Experiencia de usuario. Proceso de compra.

El siguiente gráfico simplifica el proceso de compra de un usuario en la tienda en línea. Las imágenes usadas son representativas, pues aún no se cuenta con la página.



Ilustración 46 Proceso de compra.

1. Ingreso a la tienda en línea

Para acceder a una página web se tienen varias alternativas. Por ejemplo, ingresar directamente haciendo uso del dominio web, a través de una búsqueda por buscadores.

Para este punto no se ha seleccionado el nombre de la tienda en línea, así que se usará “Mi tienda de arte” para ejemplificar todos los pasos.

a. Ingreso directo haciendo uso de dominio web.

Anteriormente se detalló lo qué es un dominio web, así que para la tienda en línea se tendrá un dominio www.mitiendadearte.co. Este podrá ser introducido directamente en los navegadores Web.

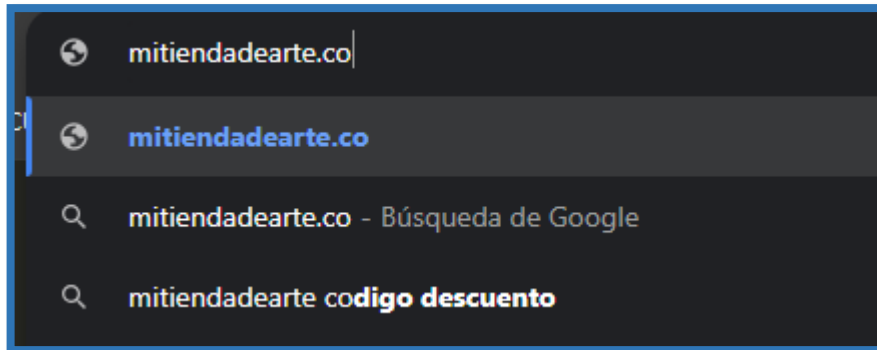


Ilustración 47 Dominio mitiendadearte.co en navegadores web.

b. Búsqueda en buscadores (Google / Bing / duckduckgo)

Si la persona no conoce el dominio de la tienda en línea, o si está realizando búsqueda de materiales de arte en internet, el objetivo es que la tienda aparezca entre las primeras opciones en la búsqueda. Para ello se tendrán que aplicar técnicas de posicionamiento en buscadores tipo SEO.

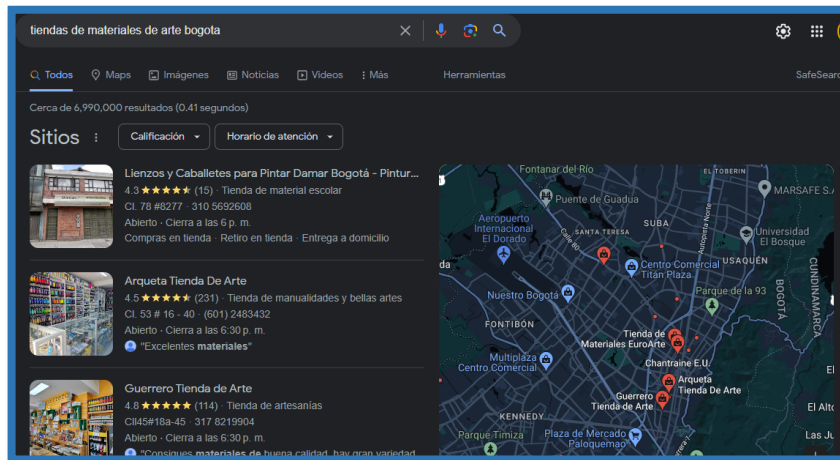


Ilustración 48 Resultado en Navegadores Web.

2. Búsqueda y selección de productos

Una vez el cliente ingresa a la tienda se encontrará con un catálogo de productos que podrá filtrar por las siguientes categorías:

Tabla 14 Categorías y Subcategorías en la tienda en línea

Categorías	Subcategoría	
Técnica	Acuarela	
	Lápices de colores	
	Oleo	
	Acrílico	
	Lápices de grafito	
	Carboncillo	
Rango de precio	<10.000	
	10.000 - 50.000	
	50.000 - 150.000	
	>150.000	
Marca	Faber Castell	Canson
	Prismacolor	Strathmore
	Dick Blick Materials	Arches
	Winsor & Newton	Caran d'ache
	Copic Markers	Posca
	Staedler	Wacom
	Ohuhu	Tombow
	Koi	

Una vez seleccionados los productos, podrá agregarlos al carrito de compra.

3. Confirmación del pedido

Cuando el cliente ya haya colocado la totalidad de los productos en el carrito de compras, podrá verificar que los productos estén correctos en cantidades, marcas, precios, entre otros.

4. Confirmación del método de entrega

Luego se hace la selección del método de entrega, donde se debe confirmar dirección, teléfono de contacto y datos de la persona está haciendo el pedido, así como de quién lo recogerá.

5. Pago del pedido

Una vez se llegue a este paso, el cliente pagará el pedido haciendo uso del método seleccionado; Tarjeta de Crédito, Tarjeta Débito, PSE, o pago en efectivo en puntos de pago tipo Efecty.

Estimación de la Inversión Inicial.

Para hacer esta estimación inicial se han hecho algunas consideraciones:

1. El primer año el dominio cuenta con un descuento por lo que para los siguientes hay que considerar un incremento del doble en el costo.
2. Se consideraron tres correos electrónicos durante el primer año.
3. Se estima una venta mensual de diez productos para cada uno de los seis ítems, que son los que más se están vendiendo.

Tabla 15 Detalle inversión Inicial Materiales de Arte

	Marca	Costo	Moneda	Cantidad para Stock
1	Acuarelas Windsor and Newton	\$ 83.164,00	Pesos	12 \$ 997.968,00
2	Marcadore Uhuhu	\$ 276.000,00	Pesos	8 \$ 2.208.000,00
	Copic	\$ 176.000,00	Pesos	18 \$ 3.168.000,00
3	Block Bristol	\$ 52.000,00	Pesos	12 \$ 624.000,00
4	Colores Prismacolor	\$ 104.000,00	Pesos	13 \$ 1.352.000,00
	Faber Castell	\$ 196.000,00	Pesos	12 \$ 2.352.000,00
5	Lápices Faber Castell	\$ 60.000,00	Pesos	14 \$ 840.000,00
6	Pinceles Windsor and Newton	\$ 52.000,00	Pesos	18 \$ 936.000,00
				\$ 12.477.968,00

4. Se consideró una Bodega de 3x3x3 metros para almacenamiento de los Stock local en Bogotá.

5. Los salarios que se consideran al principio serán solamente dos: Ventas y logística. Para empezar, se utilizará solamente una pequeña cantidad del precio para el manejo y posicionamiento SEO/SEM en la red.

Tabla 16 Detalle Inversión Inicial

Elemento	Cantidad	Unidad	TRM	COP
			Valor	Total
Dominio	1	Año		4.000,00
				\$ 47.960,00
Microsoft 365 (Office + Correo)	12	Meses	\$ 96.000,00	\$ 1.152.000,00
Mercancía	12	Meses	\$ 12.477.968,00	\$ 149.735.616,00
Bodegaje	12	Meses	\$ 137.160,00	\$ 1.645.920,00
Plataforma Tienda en línea	12	Meses	\$ 60.000,00	\$ 720.000,00
Salarios (Ventas y Logística)	12	Meses	\$ 5.710.000,00	\$ 68.520.000,00
Marketing (SEO/SEM)	12	Meses	\$ 200.000,00	\$ 2.400.000,00
Computadores	1		\$ 1.800.000,00	\$ 1.800.000,00
Software Contable Siigo	12	Meses	\$ 21.100,00	\$ 253.200,00
				\$ 226.274.696,00

Estudio Administrativo

Este estudio permite aclarar de manera formal la constitución, formalización y diagramación de la empresa en donde se tienen varios ítems importantes:

1. Organigrama

Es la representación gráfica de la estructura de una empresa. En esta se aprecia la relación de todos los miembros y sus cargos dentro de la organización.



Ilustración 49 Organigrama.

2. Funciones y tareas de cada cargo

Gerencia General

El Gerente General es la cabeza estratégica de la organización, se encarga de diseñar estrategias y liderar un equipo encaminado a resultados.

- Dirige todas las áreas de la organización, logística, operaciones, ventas, mercadeo, administración y recursos humanos, entre otras.
- Determina recursos para cada una de las áreas de la organización.
- Verifica y certifica que los objetivos planeados a principio de año se lleven en forma y orden. En caso de desviarse, hace que se vuelvan nuevamente a encausar hacia el objetivo.
- Muestra resultados de la compañía.
- Genera planes de expansión y crecimiento encaminados a resultados positivos en la compañía.

Logística y Operaciones

Este departamento busca traer la mercancía, almacenarla y administrarla en primera instancia. Así mismo, recibir los pedidos, empacarlos y enviarlos a los clientes finales.

- Garantiza la cantidad de producto localmente para poder distribuirlo.
- Define una estrategia en caso de no tener material.

- Supervisa que la gestión y el almacenamiento se hagan de manera correcta y acorde al manejo del material.

Compras, Ventas y Mercadeo

Se ponen estos tres departamentos juntos porque tienen que alinear estrategias y balancear recursos para lograr un objetivo.

Compras

- Garantiza el proceso de adquisición de materiales en cantidades necesarias para suplir la necesidad del mercado.
- Selecciona proveedores idóneos y materiales de la mejor calidad para garantizar la satisfacción del mercado.
- Controla el proceso desde el pedido de los materiales hasta que llegan al país.
- Promueve la eficiencia en el proceso de compra y mejora el mismo con cada una de ellas.
- Emiten órdenes de compra.

Ventas

- Garantiza los ingresos de la compañía.
- Diseña la estrategia de ventas y la ejecuta de principio a fin (Garantiza Su cumplimiento).
- Negocia con los clientes la forma de pago.
- Ofrece las clientes diferentes formas de pago.
- Se encarga de promocionar los materiales y garantiza que el margen adecuado.
- Genera promociones de los materiales con mucho tiempo de almacenamiento (120 días).

Mercadeo

- Diseña campañas de atracción para los clientes.

- Realiza investigaciones de mercado para buscar nichos y negocios alternativos a donde llegar.
- Dar a conocer los productos y soluciones de la compañía.
- Trabajar en equipo con el área comercial para mostrar los planes de marketing y alinear su estrategia de ventas.

Administración y Recursos Humanos

Estas dos áreas son responsables de velar por la rentabilidad y administrar al personal de la compañía.

- Mantiene la contabilidad al día.
- Controla los costos y gastos de la compañía.
- Paga la nómina de los empleados cada mes.
- Selecciona el personal idóneo para el cargo que se requiere en la compañía.

3. Remuneraciones

Se recurre a la página Talent.com (Talent.com, 2024a) que ha reunido estadísticas de personas en los cargos requeridos. Según esta información, se identificaron perfiles de algunos cargos requeridos en la compañía.

Ventas



Ilustración 50 Salario Vendedor Colombia (Talent.com, 2024e).

Logística



Ilustración 51 Salario Logística Colombia (Talent.com, 2024b).

Cálculo de la Nómina

A partir del primer día de cada año de cada año empieza a regir en Colombia un nuevo Salario Mínimo Legal Vigente. Su incremento se empieza a negociar algunos meses antes de terminar el anterior año y garantiza un pago justo para cada uno de los empleados. No obstante, este salario no solo contempla el pago de la nómina, sino algunos costos adicionales que afectan directamente a los gastos operacionales de la compañía. Estos son aportes por salud, pensión, cesantías, ARL, etcétera.

A continuación se presenta un estimado de cuánto sería este pago cada mes.

Tabla 17 Detalle Salarial

		Gerente General	Ventas	Logística	Administrador	Recursos Humanos
Salario mensual	\$1.160.000	\$4.000.000	\$1.308.165	\$1.500.000	\$1.756.865	\$1.550.000
Auxilio de transporte	\$140.606		\$140.606	\$140.606	\$140.606	\$140.606
Total del salario	\$1.300.606	\$4.000.000	\$1.448.771	\$1.640.606	\$1.897.471	\$1.690.606
Prestaciones sociales						
Primas legales	\$108.384	\$333.333	\$120.731	\$136.717	\$158.123	\$140.884
Cesantías	\$108.384	\$333.333	\$120.731	\$136.717	\$158.123	\$140.884
Vacaciones	\$580.000	\$2.000.000	\$654.083	\$750.000	\$878.433	\$775.000
Total prestaciones	\$796.768	\$2.666.667	\$895.544	\$1.023.434	\$1.194.678	\$1.056.768
Aportes parafiscales						
Caja de compensación	\$46.400	\$160.000	\$52.327	\$60.000	\$70.275	\$62.000
Total parafiscales	\$46.400	\$160.000	\$52.327	\$60.000	\$70.275	\$62.000
Seguridad social						
Aportes a salud	\$98.600	\$340.000	\$111.194	\$127.500	\$149.334	\$131.750
Aportes a pensión	\$139.200	\$480.000	\$156.980	\$180.000	\$210.824	\$186.000
Riesgos laborales (ARL)	\$5.800	\$20.000	\$6.541	\$7.500	\$8.784	\$7.750
Total seguridad social	\$243.600	\$840.000	\$274.715	\$315.000	\$368.942	\$325.500
Total costo de nómina mensual por empleados	\$2.387.374	\$7.666.667	\$2.671.357	\$3.039.040	\$3.531.365	\$3.134.874
				\$22.430.676		

ESTUDIO LEGAL

En este capítulo se desarrollarán aspectos como el registro y creación de la empresa y algunas leyes que se deben tener en cuenta.

Creación y Registro de Empresas en Colombia

1. Creación de Empresa

Según la Cámara de Comercio de Bogotá en su página web (Cámara de Comercio de Bogotá, 2023), los pasos para el registro de una empresa son:

1. Consultar la actividad económica de la empresa.
2. Consultar la disponibilidad del nombre.
3. Elegir el tipo de sociedad que se va a constituir
4. Registro de matrícula y documentos necesarios por la DIAN como el RUT y la generación del NIT.
5. Realización de trámites en la notaría pública de constitución de sociedad.
6. Creación de cuentas bancarias.
7. Inscripción en libros de comercio.

2. Posición Arancelaria

Una vez la empresa está registrada, se debe determinar la posición arancelaria de los elementos que se van a importar. La posición arancelaria identifica los productos en cualquier país (Cámara de Comercio de Bogotá, 2019b). Estos pueden ser consultados en la página de la DIAN.

Algunas de las posiciones arancelarias encontradas son:

Tabla 18 Códigos Arancelarios

Código Arancelario	Designación Arancelaria
9608	<p>Bolígrafos; rotuladores y marcadores con punta de fieltro u otra punta porosa; estilográficas y demás plumas; estiletes o punzones para clisés de mimeógrafo («stencils»); portaminas; portaplumas, portalápices y artículos similares; partes de estos artículos (incluidos los capuchones y sujetadores), excepto las de la partida 96.09.</p>
9603.30.10	<p>Manufacturas diversas</p> <p>Escobas y escobillas, cepillos, brochas y pinceles (incluso si son partes de máquinas, aparatos o vehículos), escobas mecánicas, sin motor, de uso manual, fregonas o mopas y plumeros; cabezas preparadas para artículos de cepillaría; almohadillas o muñequillas y rodillos, para pintar; rasquetas de caucho o materia flexible análoga.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pinceles y brochas para pintura artística, pinceles para escribir y pinceles similares para aplicación de cosméticos: - - Para la pintura artística
3213.10.10	<p>Extractos curtientes o tintóreos; taninos y sus derivados; pigmentos y demás materias colorantes; pinturas y barnices; mástiques; tintas</p> <p>Colores para la pintura artística, la enseñanza, la pintura de carteles, para matizar o para entretenimiento y colores similares, en pastillas, tubos, botes, frascos o en formas o envases similares.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Colores en surtidos: - - Pinturas al agua (témpera, acuarela)

En esta consulta se establecen cuáles son los elementos gravables con IVA y la unidad de medida para su importación.

3. Régimen de Importación

Igualmente, se debe determinar el Régimen de Importación, entre Libre (Productos que se pueden importar libremente teniendo en cuenta el cumplimiento de requisitos), Previa (Productos que antes de la nacionalización deben contar con la aprobación del Gobierno Nacional), y por último, Prohibido (Productos que no pueden ser importados al país).

4. VUCE -Ventanilla Única de Comercio Exterior

En este paso se tramita la licencia de importación, la cual puede ser realizada por la empresa directamente en la ventanilla VUCE (Vuce, 2024) o puede ser gestionada por un agente aduanero en nombre del importador.

5. Contrato de Compraventa Internacional.

Con el objetivo de que la empresa quede cubierta ante eventualidades en la transacción, la Cámara de Comercio recomienda la firma de un contrato de compraventa internacional, cuyo modelo se puede encontrar en la página web de INTRACEN (Intracen, 2024a).

**CONTRATO MODELO ITC PARA LA
COMPRVENTA COMERCIAL INTERNACIONAL
DE MERCADERÍAS (VERSIÓN CORTA)**

PARTES:

Vendedor

Nombre (razón social)

Forma legal (por ejemplo sociedad de responsabilidad limitada)

País de constitución y (de ser apropiado) número de registro mercantil

Domicilio (establecimiento del Vendedor, teléfono, fax, correo electrónico)

Representada por (nombre y apellido, domicilio, cargo, título legal de representación)

.....

Comprador

Nombre (razón social)

Forma legal (por ejemplo sociedad de responsabilidad limitada)

País de constitución y (de ser apropiado) número de registro mercantil

Domicilio (establecimiento del Comprador, teléfono, fax, correo electrónico)

Representada por (nombre y apellido, domicilio, cargo, título legal de representación)

.....

En lo sucesivo denominadas como "las Partes"

Ilustración 52 Contrato Modelo de Compraventa Internacional (Intracen, 2024b)

6. Términos de Negociación Internacional – Incoterms

La función de los INCOTERMS es la de definir los costos a los que cada parte debe incurrir en la transacción de importación. También, define los alcances, los riesgos y las obligaciones de las dos partes. Las siguientes definiciones son tomadas de la guía de INCOTERMS de GoForwarder. (GoForwarder, 2023).

a. ExW – ExWorks / En Fábrica

El vendedor pone la mercancía a disposición del comprador en su ubicación (fábrica o almacén). El comprador se encarga de todos los costos y riesgos de transporte.

b. FCA – Free Carrier / Franco Transportista

El vendedor entrega la mercancía al transportista designado por el comprador en un lugar específico acordado. El vendedor es

responsable de los costos de carga, mientras que el comprador asume los costos y riesgos a partir de ese punto.

c. CPT – Carriage Paid To / Transporte Pagado Hasta

El vendedor entrega la mercancía al transportista o al agente designado por él, asumiendo los costos de transporte hasta el lugar de destino acordado. El comprador es responsable de los costos y riesgos a partir de ese punto.

d. CIP – Carriage and Insurance Paid To / Transporte y seguros pagados hasta

El vendedor entrega la mercancía al transportista o al agente designado por él, asumiendo los costos de transporte y seguro hasta el lugar de destino acordado. El comprador asume los costos y riesgos a partir de ese punto.

e. DAT – Delivered at Terminal / Entregada en Terminal

El vendedor entrega la mercancía al comprador en el terminal de destino acordado. El vendedor asume todos los costos y riesgos hasta que la mercancía llegue al terminal.

f. DAP – Delivered at Place / Entregado en lugar

El vendedor entrega la mercancía al comprador en el lugar de destino acordado. El vendedor asume todos los costos y riesgos hasta que la mercancía llegue al lugar de destino, pero sin descargarla.

g. DDP – Delivered Duty Paid / Entregados derechos pagados

Entregada derechos pagados): El vendedor entrega la mercancía al comprador en el lugar de destino acordado, asumiendo todos los costos y riesgos, incluidos los derechos de aduana e impuestos.

- i. FAS – Free Alongside Ship / Franco al costado del buque**
El vendedor pone la mercancía a disposición del comprador en el puerto de carga acordado. El vendedor es responsable de los costos y riesgos hasta que la mercancía esté junto al buque, pero no se encarga de la carga a bordo.
- ii. FOB – Free on Board / Franco a Bordo.**
El vendedor es responsable de entregar la mercancía a bordo del buque en el puerto de carga acordado. A partir de ese momento, el comprador asume los costos y riesgos.
- iii. CFR – Cost and Freight / Costo y Flete**
El vendedor se encarga de los costos y riesgos de transporte hasta que la mercancía llegue al puerto de destino acordado. Sin embargo, el comprador asume los costos de seguro.
- iv. CIF – Cost, Insurance and Freight / Costo, Seguro y Flete.**
El vendedor se encarga de los costos y riesgos de transporte y seguro hasta que la mercancía llegue al puerto de destino acordado.
- v. CPT – Carriage Paid To / Transporte pagado hasta.**
El vendedor entrega la mercancía al transportista o al agente designado por él, asumiendo los costos de transporte hasta el lugar de destino acordado. El comprador asume los costos y riesgos a partir de ese punto.
- vi. CIP – Carriage and Insurance Paid To / Transporte y Seguros pagados hasta.**
El vendedor entrega la mercancía al transportista o al agente designado por él, asumiendo los costos de transporte y seguro

hasta el lugar de destino acordado. El comprador asume los costos y riesgos a partir de ese punto.

A continuación, se tiene una gráfica que facilita la comprensión de los términos descritos anteriormente.

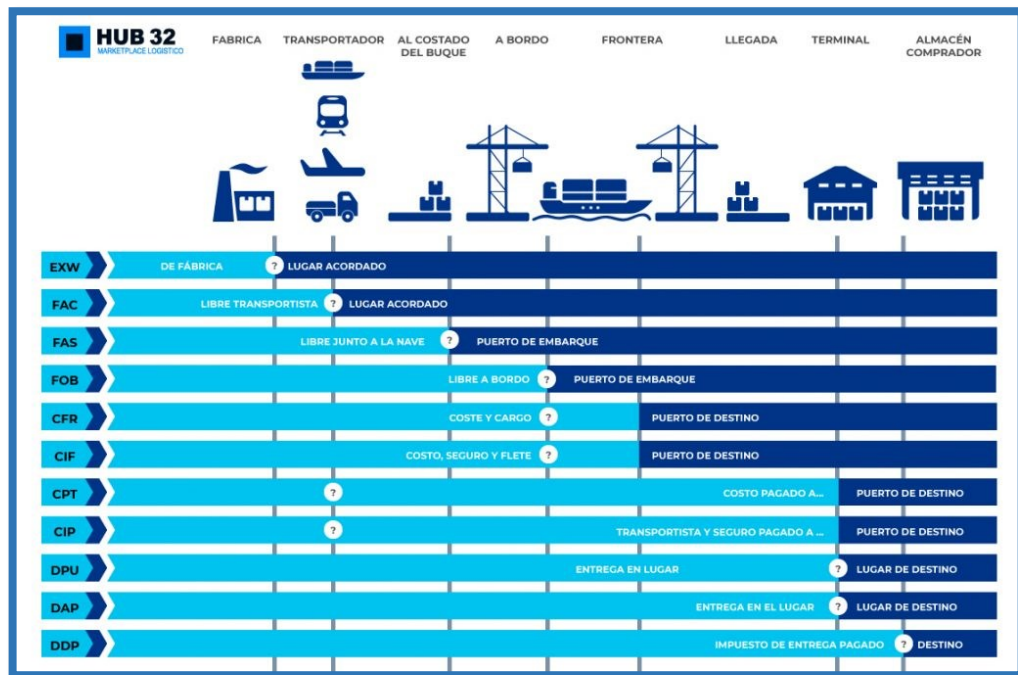


Ilustración 53 Términos de Negociación (Adonde exportar, 2023).

7. Manejo Logístico de la Importación

La logística es algo que puede ser engorroso y más para una Pyme. Por ello existen dos alternativas para esta operación. La primera que efectivamente sea la empresa la que realice toda la gestión, o que contrate una empresa especializada en estos movimientos. Esta última, puede ser más costosa, pero se debe sopesar el tiempo que puede llevar esta operación.

Leyes aplicables a la compañía

A continuación, se listan algunas de las leyes aplicables a las empresas en Colombia.

Tabla 19 Leyes e impuestos aplicables

Documento	Descripción / Título
Ley 527 de 1999	Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones.
Ley 1581 de 2012	Por la que se dictan disposiciones generales para proteger datos personales.
Decreto 3466 de 1982	Por el cual se dictan normas relativas a la idoneidad, la calidad, las garantías, las marcas, las leyendas, las propagandas y la fijación pública de precios de bienes y servicios, la responsabilidad de sus productores, expendedores y proveedores, y se dictan otras disposiciones.
Ley 2069 del 31 de diciembre de 2020	Por medio del cual se impulsa el emprendimiento en Colombia".
LEY 590 DE 2000	Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas.
IVA (Impuesto al Valor Agregado)	El Impuesto al valor Agregado es una tarifa que se aúna al valor bruto de cualquier bien. El valor bruto de un bien es el precio que el productor le pone a su producto terminado o al servicio que ofrece. Este costo general cubre los costos de producir el bien y alguna ganancia determinada.
ICA (Impuesto de Industria y Comercio)	Es el impuesto de industria y Comercio que se genera por la realización de actividades industriales de forma directa o indirecta, por venta de productos o servicios, desarrollados de forma permanente u ocasional.
Impuesto sobre la Renta	Este impuesto es creado con el fin de gravar los ingresos generados, tanto de personas naturales como jurídicas.
GMF (gravamen a los movimientos Financieros)	Impuesto indirecto del orden nacional que se aplica todas las transacciones financieras realizadas por todos los usuarios del sistema.

ANÁLISIS FINANCIERO

Comportamiento de Ingresos

Para estimar el comportamiento de ingresos de la empresa, se analizarán los crecimientos de empresas del mismo sector.

Tabla 20 Comportamiento de Ingresos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Totales	\$ 234.752.250,00	\$ 237.099.772,50	\$ 239.470.770,23	\$ 241.865.477,93	\$ 244.284.132,71
Crecimiento Sector		1,0%	1,0%	1,0%	1,0%

	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
	\$ 246.726.974,03	\$ 249.194.243,77	\$ 251.686.186,21	\$ 254.203.048,07	\$ 256.745.078,55
	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%

Comportamiento de Costos y Gastos

Con el objetivo de estimar los costos hasta 2034 (Año 10 en la tabla), se considerará un incremento del 1 por ciento anual.

Tabla 21 Comportamiento de Costos y Gastos

Incremento Real de Costos	1%				
TRM	COP 4.000,00				
Elemento	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Dominio	\$ 47.960,00	\$ 48.439,60	\$ 48.924,00	\$ 49.413,24	\$ 49.907,37
Correos Electrónicos corporativos	\$ 1.152.000,00	\$ 1.163.520,00	\$ 1.175.155,20	\$ 1.186.906,75	\$ 1.198.775,82
Mercancía	\$ 149.735.616,00	\$ 151.232.972,16	\$ 152.745.301,88	\$ 154.272.754,90	\$ 155.815.482,45
Bodegaje	\$ 1.645.920,00	\$ 1.662.379,20	\$ 1.679.002,99	\$ 1.695.793,02	\$ 1.712.750,95
Plataforma Tienda en línea	\$ 720.000,00	\$ 727.200,00	\$ 734.472,00	\$ 741.816,72	\$ 749.234,89
Salarios (Ventas y Logística)	\$ 68.520.000,00	\$ 69.205.200,00	\$ 69.897.252,00	\$ 70.596.224,52	\$ 71.302.186,77
Marketing (SEO/SEM)	\$ 2.400.000,00	\$ 2.424.000,00	\$ 2.448.240,00	\$ 2.472.722,40	\$ 2.497.449,62
Computadores	\$ 1.800.000,00	\$ 1.461.600,00	\$ 1.123.200,00	\$ 784.800,00	\$ 446.400,00
Software Contable Siigo	\$ 253.200,00	\$ 255.732,00	\$ 258.289,32	\$ 260.872,21	\$ 263.480,94
	\$ 226.274.696,00	\$ 228.181.042,96	\$ 230.109.837,39	\$ 232.061.303,76	\$ 234.035.668,80

	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	Total
	\$ 50.406,44	\$ 50.910,51	\$ 51.419,61	\$ 51.933,81	\$ 52.453,15	\$ 244.644,20
	\$ 1.210.763,58	\$ 1.222.871,21	\$ 1.235.099,93	\$ 1.247.450,92	\$ 1.259.925,43	\$ 5.876.357,77
	\$ 157.373.637,27	\$ 158.947.373,65	\$ 160.536.847,38	\$ 162.142.215,86	\$ 163.763.638,02	\$ 763.802.127,39
	\$ 1.729.878,46	\$ 1.747.177,25	\$ 1.764.649,02	\$ 1.782.295,51	\$ 1.800.118,46	\$ 8.395.846,17
	\$ 756.727,24	\$ 764.294,51	\$ 771.937,45	\$ 779.656,83	\$ 787.453,40	\$ 3.672.723,61
	\$ 72.015.208,63	\$ 72.735.360,72	\$ 73.462.714,33	\$ 74.197.341,47	\$ 74.939.314,88	\$ 349.520.863,29
	\$ 2.522.424,12	\$ 2.547.648,36	\$ 2.573.124,85	\$ 2.598.856,09	\$ 2.624.844,65	\$ 12.242.412,02

	\$ 108.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 5.616.000,00
	\$ 266.115,74	\$ 268.776,90	\$ 271.464,67	\$ 274.179,32	\$ 276.921,11	\$ 1.291.574,47
	\$ 236.033.161,49	\$ 238.284.413,10	\$ 240.667.257,24	\$ 243.073.929,81	\$ 245.504.669,11	\$ 1.150.662.548,91

Depreciación

La depreciación de un computador portátil varía de acuerdo con distintos factores a considerar, como la marca, el modelo, la duración de uso y las condiciones en las que se encuentra. En promedio, la vida útil de un computador se calcula entre tres a cinco años, por lo que se podría considerar una depreciación anual del 20 por ciento para el ejemplo propuesto. Es importante tener en cuenta que estos valores son estimados y pueden variar.

Tabla 22 Depreciación

Depreciación aplicando método de línea recta			
Valor Computador	\$	1.800.000,00	
Valor Residual	\$	108.000,00	
Valor Computador - \	1.800.000 - 108.000	\$	1.692.000,00
		1.692.000/5	\$ 338.400,00

Préstamo Bancario

Se toma como referencia BANCOLOMBIA para hacer el ejercicio de un préstamo a un tiempo determinado, considerando adicionalmente los intereses que esto causará y el capital abonado año tras año.

El interés de 29,04 por ciento se toma del ejercicio tomado de la página web, y según esta información, los cálculos son de la siguiente manera:

Tabla 23 Comportamiento del Crédito Bancario

Periodo	Cuota	Interés	Capital	Saldo	TIR
0	0	0	0	\$ 200.000.000,0000	\$ 200.000.000,0000
1	\$ 63.001.621,1609	\$ 58.080.000,0000	\$ 4.921.621,1609	\$ 195.078.378,8391	\$ 63.001.621,1609
2	\$ 63.001.621,1609	\$ 56.650.761,2149	\$ 6.350.859,9461	\$ 188.727.518,8930	\$ 63.001.621,1609
3	\$ 63.001.621,1609	\$ 54.806.471,4865	\$ 8.195.149,6744	\$ 180.532.369,2186	\$ 63.001.621,1609
4	\$ 63.001.621,1609	\$ 52.426.600,0211	\$ 10.575.021,1399	\$ 169.957.348,0787	\$ 63.001.621,1609
5	\$ 63.001.621,1609	\$ 49.355.613,8821	\$ 13.646.007,2789	\$ 156.311.340,7998	\$ 63.001.621,1609
6	\$ 63.001.621,1609	\$ 45.392.813,3683	\$ 17.608.807,7927	\$ 138.702.533,0072	\$ 63.001.621,1609
7	\$ 63.001.621,1609	\$ 40.279.215,5853	\$ 22.722.405,5757	\$ 115.980.127,4315	\$ 63.001.621,1609
8	\$ 63.001.621,1609	\$ 33.680.629,0061	\$ 29.320.992,1548	\$ 86.659.135,2767	\$ 63.001.621,1609
9	\$ 63.001.621,1609	\$ 25.165.812,8844	\$ 37.835.808,2766	\$ 48.823.327,0001	\$ 63.001.621,1609
10	\$ 63.001.621,1609	\$ 14.178.294,1608	\$ 48.823.327,0001	\$ 0,0000	\$ 63.001.621,1609

Flujo de Caja

A pesar de que las estadísticas de Confecámaras (Confecámaras, 2023) de 2023 dice que solamente el 33,5 por ciento de las empresas sobreviven los cinco primeros años, este flujo de caja (en contra de todo pronóstico) se hace a diez años, no solamente por asertividad de tener un panorama a largo plazo y claro, sino por la cobertura total de cada uno de sus ítems considerados.

Para este fin se consideran varios hitos importantes considerados en el año 5:

1. Se considera un ingreso no operativo la venta del computador.
2. El valor en libros del activo después de haberse depreciado cinco años es de \$ 108.000.
3. En ese mismo año es necesario invertir en un nuevo computador, por lo que se tiene una inversión en Activos Fijos, que nuevamente se deprecia transcurridos los cinco años.

Tabla 24 Flujo de caja del proyecto

Concepto	Año 0	1	2	3	4	5
Ingresos Operativos	\$ -	\$ 234.752.250,00	\$ 237.099.772,50	\$ 239.470.770,23	\$ 241.865.477,93	\$ 244.284.132,71
Ingresos No Operativos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 900.000,00
TOTAL INGRESOS	\$ -	\$ 234.752.250,00	\$ 237.099.772,50	\$ 239.470.770,23	\$ 241.865.477,93	\$ 245.184.132,71
Gastos Totales	\$ -	\$ 226.274.696,00	\$ 228.181.042,96	\$ 230.109.837,39	\$ 232.061.303,76	\$ 234.035.668,80
Costos Totales	\$ -	\$ 226.274.696,00	\$ 228.181.042,96	\$ 230.109.837,39	\$ 232.061.303,76	\$ 234.035.668,80
TOTAL EGRESOS	\$ -	\$ 226.274.696,00	\$ 228.181.042,96	\$ 230.109.837,39	\$ 232.061.303,76	\$ 234.035.668,80
UTILIDAD BRUTA	\$ -	\$ 8.477.554,00	\$ 8.918.729,54	\$ 9.360.932,84	\$ 9.804.174,16	\$ 11.148.463,91
Depreciación	\$ -	\$ 338.400,00	\$ 338.400,00	\$ 338.400,00	\$ 338.400,00	\$ 338.400,00
Amortización de Diferidos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Valor en Libros Activos Vendidos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS E INTERESES	\$ -	\$ 8.139.154,00	\$ 8.580.329,54	\$ 9.022.532,84	\$ 9.465.774,16	\$ 10.702.063,91
Gastos Financieros	\$ -	\$ 58.080.000,0000	\$ 56.650.761,2149	\$ 54.806.471,4865	\$ 52.426.600,0211	\$ 49.355.613,8821
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ -	\$ 49.940.846,00	\$ 48.070.431,67	\$ 45.783.938,65	\$ 42.960.825,86	\$ 38.653.549,98
Impuesto Renta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Impuesto 4x1000	\$ -	\$ 939.009,00	\$ 948.399,09	\$ 957.883,08	\$ 967.461,91	\$ 980.736,53
UTILIDAD NETA	\$ -	\$ 50.879.855,00	\$ 49.018.830,76	\$ 46.741.821,73	\$ 43.928.287,77	\$ 39.634.286,51
Depreciación	\$ -	\$ 338.400,00	\$ 338.400,00	\$ 338.400,00	\$ 338.400,00	\$ 338.400,00
Amortización de Diferidos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Amortización a Capital	\$ -	\$ 4.921.621,16	\$ 6.350.859,95	\$ 8.195.149,67	\$ 10.575.021,14	\$ 13.646.007,28
Valor en Libros Activos Vendidos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 108.000,00
Ingresos por Prestamos	\$ -	\$ 200.000.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.800.000,00
Inversión Activos Fijos	\$ -	\$ 100.000.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	\$ -	\$ 55.463.076,16	\$ 55.031.290,71	\$ 54.598.571,41	\$ 54.164.908,91	\$ 54.633.893,79
Inversión Propia	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Concepto	6	7	8	9	10
Ingresos Operativos	\$ 246.726.974,03	\$ 249.194.243,77	\$ 251.686.186,21	\$ 254.203.048,07	\$ 256.745.078,55
Ingresos No Operativos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL INGRESOS	\$ 246.726.974,03	\$ 249.194.243,77	\$ 251.686.186,21	\$ 254.203.048,07	\$ 256.745.078,55
Gastos Totales	\$ 236.033.161,49	\$ 238.284.413,10	\$ 240.667.257,24	\$ 243.073.929,81	\$ 245.504.669,11
Costos Totales	\$ 236.033.161,49	\$ 238.284.413,10	\$ 240.667.257,24	\$ 243.073.929,81	\$ 245.504.669,11
TOTAL EGRESOS	\$ 236.033.161,49	\$ 238.284.413,10	\$ 240.667.257,24	\$ 243.073.929,81	\$ 245.504.669,11
UTILIDAD BRUTA	\$ 10.693.812,54	\$ 10.909.830,67	\$ 11.018.928,98	\$ 11.129.118,27	\$ 11.240.409,45
Depreciación	\$ 338.400,00	\$ 338.400,00	\$ 338.400,00	\$ 338.400,00	\$ 338.400,00
Amortización de Diferidos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Valor en Libros Activos Vendidos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS E INTERESES	\$ 10.355.412,54	\$ 10.571.430,67	\$ 10.680.528,98	\$ 10.790.718,27	\$ 10.902.009,45
Gastos Financieros	\$ 45.392.813,3683	\$ 40.279.215,5853	\$ 33.680.629,0061	\$ 25.165.812,8844	\$ 14.178.294,1608
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 35.037.400,82	\$ 29.707.884,92	\$ 23.000.100,03	\$ 14.375.094,62	\$ 3.276.284,71
Impuesto Renta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Impuesto 4x1000	\$ 986.907,90	\$ 996.776,98	\$ 1.006.744,74	\$ 1.016.812,19	\$ 1.026.980,31
UTILIDAD NETA	\$ 36.024.308,72	\$ 30.704.561,89	\$ 24.006.844,77	\$ 15.391.906,81	\$ 4.303.265,03
Depreciación	\$ 338.400,00	\$ 338.400,00	\$ 338.400,00	\$ 338.400,00	\$ 338.400,00
Amortización de Diferidos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Amortización a Capital	\$ 17.608.807,79	\$ 22.722.405,58	\$ 29.320.992,15	\$ 37.835.808,28	\$ 48.823.327,00
Valor en Libros Activos Vendidos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ingresos por Prestamos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversión Activos Fijos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	\$ 53.294.716,51	\$ 53.088.567,47	\$ 52.989.436,93	\$ 52.889.315,09	\$ 52.788.192,03
Inversión Propia	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Indicadores Financieros

Para evaluar la factibilidad del proyecto se hará uso de algunos indicadores financieros.

INDICADORES FINANCIEROS	
TIR	La Tasa Interna de Retorno o TIR es la tasa de interés o de rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, que la Tasa Interna de Retorno es el porcentaje de beneficio o pérdida que conlleva cualquier inversión.
VPN	Es un método que permite determinar el valor actual de los flujos de caja futuros estimados o proyectados en una inversión.
PRI	Es un indicador que mide en cuánto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente.
RBC	Es un indicador que toma la relación costo beneficio de los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto.
BAUE	Es un indicador utilizado en la evaluación de proyectos de inversión y corresponde a todos los ingresos y desembolsos convertidos en una cantidad anual uniforme equivalente que es la misma cada período.

Para resumir los datos usados en los cálculos, se tiene la siguiente tabla:

Tabla 25 Resumen de Datos

AÑO	FLUJO DE CAJA	FLUJO DE CAJA ACUMULADO	TOTAL INGRESOS	TOTAL EGRESOS
0	\$ 100.000.000,00			
1	-\$ 55.463.076,16	-\$ 55.463.076,16	\$ 234.752.250,00	\$ 226.274.696,00
2	-\$ 55.031.290,71	-\$ 110.494.366,87	\$ 237.099.772,50	\$ 228.181.042,96
3	-\$ 54.598.571,41	-\$ 165.092.938,28	\$ 239.470.770,23	\$ 230.109.837,39
4	-\$ 54.164.908,91	-\$ 219.257.847,19	\$ 241.865.477,93	\$ 232.061.303,76
5	-\$ 54.633.893,79	-\$ 273.891.740,97	\$ 245.184.132,71	\$ 234.035.668,80
6	-\$ 53.294.716,51	-\$ 327.186.457,49	\$ 246.726.974,03	\$ 236.033.161,49
7	-\$ 53.088.567,47	-\$ 380.275.024,95	\$ 249.194.243,77	\$ 238.284.413,10
8	-\$ 52.989.436,93	-\$ 433.264.461,88	\$ 251.686.186,21	\$ 240.667.257,24
9	-\$ 52.889.315,09	-\$ 486.153.776,97	\$ 254.203.048,07	\$ 243.073.929,81
10	-\$ 52.788.192,03	-\$ 538.941.968,99	\$ 256.745.078,55	\$ 245.504.669,11

Con base en esta información, el cálculo de los indicadores queda de la siguiente manera:

Tabla 26 Indicadores Financieros

INDICADORES FINANCIEROS	
Tasa Mercado	12,75%
TIRM	1,12%
VPN	-\$ 197.078.921,04
VPN INGRESOS	\$ 1.533.753.177,49
VPN EGRESOS	\$ 1.730.772.827,69
VPN INGRESOS + INVERSIÓN	\$ 1.633.753.177,49
PRI	Mayor a 10 años
RBC	\$ 0,89
BAUE	-\$ 35.957.429,72

Se usa la tasa de mercado dada por el Banco de la República en su página Web. (Banco de la República, 2024).

Algunas conclusiones al respecto:

1. Para que un proyecto sea viable la VPN debe tener un valor positivo. En este caso no tiene.

2. El RBC tiene que ser mayor a uno para que el proyecto sea viable y, aunque queda relativamente cerca, el valor está por debajo, lo que disminuye la factibilidad del éxito del proyecto. El proyecto no cumple con las expectativas del inversionista.

Análisis IRVA (Inversión Recuperada y Valor Agregado)

Con base en esta información, el cálculo de los indicadores queda de la siguiente manera:

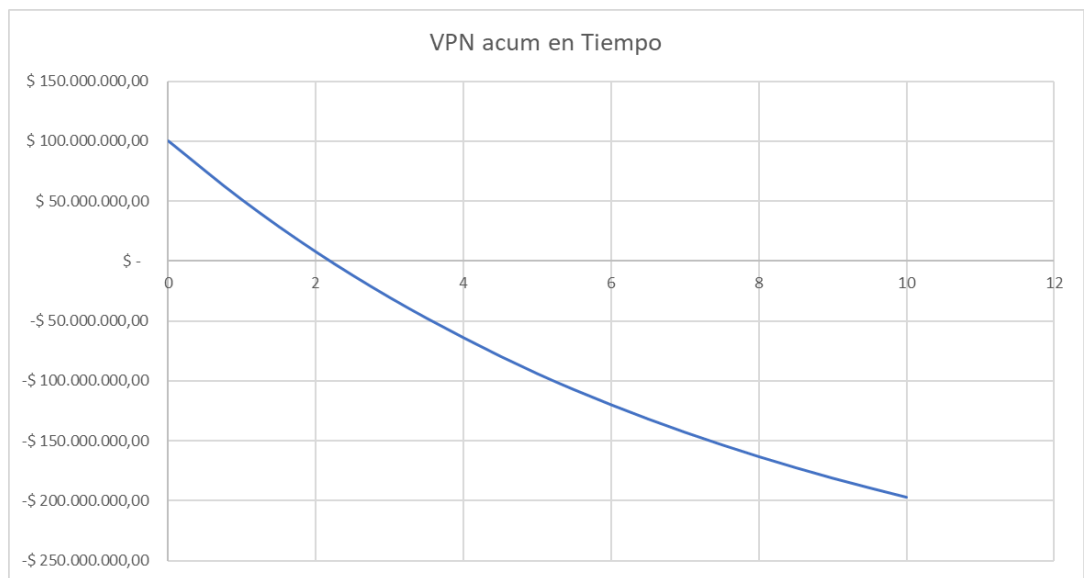


Ilustración 54 VPN Acumulado en el Tiempo.

Al tener en cuenta el flujo de caja acumulado, no se ve una recuperación de la inversión antes de los diez primeros años analizados. Esto va en línea con los indicadores que se calcularon anteriormente.

Tabla 27 Análisis IRVA

T	Inversión por recuperar al inicio	Costo del capital invertido	Amortización de la inversión y valor agregado	Flujo de Caja	Inversión por recuperar al final del período	Tasas de descuento	VPN acum En t
0					100.000.000		
1	100.000.000	12.750.000	- 42.713.076	- 55.463.076	57.286.924	12,75%	
2	57.286.924	7.304.083	- 47.727.208	- 55.031.291	9.559.716	12,75%	
3	9.559.716	1.218.864	- 53.379.708	- 54.598.571	- 43.819.992	12,75%	
4	- 43.819.992	- 5.587.049	- 59.751.958	- 54.164.909	- 103.571.950	12,75%	
5	- 103.571.950	- 13.205.424	- 67.839.317	- 54.633.894	- 171.411.267	12,75%	
6	- 171.411.267	- 21.854.937	- 75.149.653	- 53.294.717	- 246.560.920	12,75%	
7	- 246.560.920	- 31.436.517	- 84.525.085	- 53.088.567	- 331.086.005	12,75%	
8	- 331.086.005	- 42.213.466	- 95.202.903	- 52.989.437	- 426.288.907	12,75%	
9	- 426.288.907	- 54.351.836	- 107.241.151	- 52.889.315	- 533.530.058	12,75%	
10	- 533.530.058	- 68.025.082	- 120.813.274	- 52.788.192	- 654.343.332	12,75%	- 197.078.921

Durante todo el flujo, no se logra que el IRVA > 0, en ningún momento se recupera la inversión.

ANÁLISIS DE RIESGO

Para la construcción de la matriz de riesgos se hará uso de la guía ISO 31000, específicamente de la publicada por la compañía ISOTools (ISOTools, 2024) llamada “Norma ISO 31000 El valor de la gestión de riesgos en las organizaciones”.

Además, se usará el modelo definido de PESTEL para organizar los riesgos y su análisis específico. Al final se tendrá una matriz en la cual visualmente se determine cuáles son los riesgos y su prioridad de abordaje.

Riesgos Políticos

Son todos aquellos riesgos que se derivan de las acciones y decisiones tomadas por las instituciones políticas en Colombia. Para este caso, principalmente se ve afectado por cambio en el gobierno o cambios en las políticas comerciales. Adicional a los riesgos de naturaleza política, también se unen los derivados de actos terroristas o similares.

Riesgos Económicos y Financieros

Entre estos riesgos se categorizan los **económicos** como aquellos que tienen relación estrecha con la actividad económica de la empresa, básicamente las pérdidas que puede sufrir una organización por malas decisiones. Y se tienen los riesgos **financieros**, relacionados con la gestión financiera de la organización, en palabras sencillas con los movimientos financieros, cambios en la tasa de interés, liquidez, cambio.

Riesgos Tecnológicos

Al hacer uso de infraestructura SaaS, existen riesgos tecnológicos inherentes a esta. La agilidad que brinda dicho modelo de servicio se da gracias a que una empresa es encargada de administrar y alojar el servicio. Sobre el usuario (en este caso la tienda de arte) recae el uso de la plataforma, pero aun así existen riesgos que deben tenerse presente y tomar medidas para no afectar la operación de la compañía.

Riesgos Legales

Estos riesgos pueden afectar la operación de la empresa desde el punto de vista legal, presentando obstáculos por la necesidad de cumplir una ley o una nueva normativa que deba ser firmada por el gobierno. Esto indica que los riesgos legales están relacionados con los riesgos de carácter político.

Construcción de la Matriz de Riesgo

Para la construcción de la matriz se hará uso de la fórmula de riesgo

$$\text{Riesgo} = \text{Probabilidad} * \text{Impacto}$$

Donde;

Probabilidad = Probabilidad de que el riesgo se materialice.

Tabla 28 Probabilidad

Clasificación de la Probabilidad	
Valor	Clasificación
1	Raro
2	Improbable
3	Moderado
4	Probable
5	Seguro

Impacto = Gravedad de la materialización del riesgo

Tabla 29 Impacto

Clasificación del Impacto	
Valor	Clasificación
1	Insignificante
2	Menor
3	Significativo
4	Mayor
5	Grave

Clasificación del Nivel de riesgo

Tabla 30 Nivel de Riesgo

Nivel de Riesgo	
Valor	Clasificación
1-4	Aceptable
5-9	Adecuado
10-16	Tolerable
17-25	Inaceptable

Tabla 31 Evaluación del Riesgo Parte 1

Riesgo ID	Tipo de Riesgo	Descripción del Riesgo	Evaluación				Control
			Probabilidad	Impacto	Valor	Clasificación	
1	Político	Guerra	3	3	9	Alto	Dependerá mucho de las políticas nacionales e internacionales, así como del relacionamiento del país con los vecinos
2	Político	Paros Armados Locales	2	2	4	Medio	Con la situación social del país existen tensiones en las ciudades principales en aumento. No está dentro del control de empresa.
3	Político	Expropiación	2	4	8	Alto	Los cambios en las políticas y gobierno podrían llevar a modelos de expropiación de los bienes privados. No está en el control propio de la empresa
4	Político	Pandemia	3	4	12	Alto	Si bien existe la probabilidad de una nueva pandemia, esta hace que se aumente el consumo de materiales de arte. Se debe tener la capacidad de prestación de servicios.
5	Económico / Financiero	Variación del Dólar	4	5	20	Muy Alto	Comprar Stock de materiales a un dólar bajo para poder soportar variaciones a la alza
6	Económico / Financiero	Niveles bajos de ventas	3	4	12	Alto	Existe el riesgo de no vender lo suficiente, se deben ejecutar medidas de marketing, promoción para aumentar las ventas
7	Económico / Financiero	Recesión Económica	4	4	16	Alto	Se deben tener estrategias de stock o de manejos de márgenes para poder adoptar precios competitivos .
8	Económico / Financiero	Tasas de Interés en aumento	4	3	12	Alto	Negociar con los bancos tasas de interés fijas durante la financiación.
9	Económico / Financiero	Problemas para pago de nomina	3	2	6	Medio	Poder realizar provisiones con el objetivo de no afectar la nomina de la empresa
10	Económico / Financiero	Corrupción	2	2	4	Medio	En un país como Colombia no considerar la corrupción sería un error, se debe tener en cuenta en cada plan, en cada estrategia en cada riesgo, para poderse mitigar, para poderse aplicar de alguna manera
11	Social	Extorsión	3	3	9	Alto	El aumento considerable de los bienes hace un blanco fácil para extorsiones

Tabla 32 Evaluación del Riesgo Parte 2

12	Social	Obras prolongadas en las ciudades	3	4	12	Las obras constantes en la ciudad hacen que cada vía, cada acceso se encuentre temporalmente cerrado, lo que dificulta el desplazamiento a algunas zonas tanto para recoger mercancía como para hacer entregas.
13	Tecnológico	Suplantación de Identidad	4	3	12	Hacer uso de sistemas de identificación y autenticación robustos, así como sistemas de múltiples factores de autenticación.
14	Tecnológico	Robo de bases de datos de clientes	3	3	9	Las bases de datos donde se almacenan los datos de clientes están alojadas en la plataforma SaaS, se debe solicitar el cifrado de la información por parte del prestador de servicios.
15	Tecnológico	Disponibilidad de la plataforma	4	5	20	Al ser un comercio electrónico, la disponibilidad es sumamente importante. Las plataformas SaaS garantizan una disponibilidad de 99,99%. Para poder cubrir alguna falla se deben tener opciones de venta diferente a la página en línea.
16	Tecnológico	Suplantación de Tienda en Línea	4	2	8	Las páginas web son fácilmente copiadas, se deben tomar medidas de detección de copiado de páginas web. Esto se hace con algunas soluciones de terceros
17	Tecnológico	Intentos de compra fraudulentos	3	2	6	Hacer uso de validación de transacciones, al ser un servicio SaaS ya cuenta con estos sistemas. Sin embargo, es responsabilidad del usuario de la plataforma configurarlo.
18	Legal	Cambios en las leyes de importación	3	2	6	Las normas cambian constantemente, de hecho pueden hacerlo cada cambio de gobierno previendo que podría ser cada 4 años, situación que se debe considerar entre los riesgos.
19	Legal	Cumplimiento con las normas de protección de datos	3	2	6	La ley 1581 de 2012, conocida como la Ley de Protección de datos, obliga a las empresas a velar por los datos almacenados de los clientes. Esto implica que se deben tomar las medidas de protección.
20	Legal	Perdidas Comerciales debido a Embargos	3	3	9	La variabilidad en el mercado hace que se vea reflejado en las ventas, lo que de alguna manera llevará algunos retrasos en los pagos y a largo plazo de varios, llevando finalmente a embargos inesperados.
21	Ambiental	Afectación en el servicio de bodegaje por factores ambientales	2	2	4	Las bodegas toman medidas necesarias para la protección de los elementos almacenados en su interior.
22	Ambiental	Retrasos en las entregas por mal clima	2	3	6	El clima en Colombia es variable e impredecible, poder pronosticar no es acertado lo que podría llevar a retrasos en entregas, tanto hacia la empresa como las entregas a los clientes finales.

CONCLUSIONES

1. El mercado de los artículos de arte está en crecimiento, debido a la priorización que las personas le han dado a sus hobbies, a su espacio para encontrarse consigo mismo y a ponerse en primer lugar en la vida.
2. Aunque el mercado sigue en crecimiento, se considera que el mejor momento de montar la tienda hubiera sido un año antes de pandemia justamente, en donde se posicionaba la marca y se incentiva la compra en línea ante la pandemia.
3. El valor agregado que tiene la empresa es ofrecer materiales de arte de buena calidad en Colombia, a un precio razonable.
4. Cobra relevancia pensar en un asesor de marcas, que sugiera los mejores materiales para traer al país. Esto teniendo presente la gran variedad que existen en el mercado y que se desconocen.
5. En un principio se consideraron unas cantidades e ítems supuestos, en cuanto al mercado que tiene la competencia. Estas estimaciones cambiarán a lo largo de los primeros meses, basándose en información real de las compras y las necesidades de los clientes.
6. El trasfondo de ser una empresa digital está basado en el crecimiento de las compras en línea en el mercado colombiano y latinoamericano, adicional a todas las garantías que este incremento ha traído consigo. La confianza de poder dejar los datos y los medios de pago (tarjetas de crédito o débito) ha sido vital para el funcionamiento y crecimiento de esta.
7. Desafortunadamente, bajo el escenario planteado para este estudio de prefactibilidad se muestra un panorama poco viable. El análisis financiero muestra que, bajo el escenario construido, el retorno de la inversión no será visible después de los diez años, un tiempo algo desalentador.
Por ello se ha considerado un escenario interesante a considerar y evaluar, si se logran mayores crecimientos en ventas a los proyectados inicialmente

aumentarían los ingresos lo que indica que se llegará al equilibrio antes de lo proyectado.

Para lograr mayores crecimientos se debe aumentar el valor de la mercancía, lo que iría en contracorriente con la premisa del estudio de prefactibilidad, traer productos de buena calidad a un precio costo eficiente al país.

8. El mercado de los materiales de arte de buena calidad seguirá siendo un mercado muy apetecido, pero la aparición de jugadores como Amazon con precios muy buenos y con tiempos de entrega realmente rápidos hace difícil que se pueda entrar en este nicho. Esto se ve reflejado en que las tiendas que fueron especializadas diversifiquen su portafolio de productos para poder competir y seguir vigentes.

REFERENCIAS

- Adondeexportar. (2023). *Términos de Negociación Incoterms*.
<https://www.adondeexportar.com/incoterms/>
- Artists Network. (2023). *Artists Network - Guide to Art Paper, Canvas and Panels: Find the Right Substrate for Your Artwork*. <https://www.artistsnetwork.com/art-techniques/guide-to-art-paper-canvas-and-panels-find-the-right-substrate-for-your-artwork/>
- Banco de la República. (2023a). *Producto Interno Bruto - PIB*.
<https://www.banrep.gov.co/es/glosario/producto-interno-bruto-pib>
- Banco de la República. (2023b). *¿Qué tanto sabe sobre la inflación?*
<https://www.banrep.gov.co/es/banrep-educa/econo-cimientos/que-tanto-sabe-sobre-inflacion#:~:text=La%20inflaci%C3%B3n%20al%20consumidor%20es,los%20hogares%20de%20un%20pa%C3%ADs.>
- Banco de la República. (2023c). *Variación TRM - Peso por dolar*.
[https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/trm#:~:text=Tasa%20Representativa%20del%20Mercado%20\(TRM%20%2D%20Peso%20por%20d%C3%B3lar\)](https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/trm#:~:text=Tasa%20Representativa%20del%20Mercado%20(TRM%20%2D%20Peso%20por%20d%C3%B3lar))
- Banco de la República. (2024, January). *Tasa del Mercado*.
<https://www.banrep.gov.co/es/noticias/jdbr-decidio-mayoria-reducir-tasa-interes-enero-2024>
- BID. (2004). *GESTIÓN DE RIESGOS PARA PROYECTOS DE DESARROLLO*.
<https://cursos.iadb.org/sites/default/files/GUIA%20TEORICA%20GRP%20-%20Gesti%C3%B3n%20de%20riesgos%20para%20proyectos%20de%20desarrollo.pdf>

- Cámara de Comercio de Bogotá. (2013). *Acerca del CIIU*.
https://recursos.ccb.org.co/ccb/instructivos/acerca_CIIU/01.html
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2019a). *Guía práctica: Proceso General de una Importación en Colombia*. <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/items/9a20df4d-9dfb-46e8-b2cc-46fff07c69c7/full>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2019b). *Posicion Arancelaria*.
<https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefMenuConsultas.faces>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2023). *Cámara de Comercio - Prepárate para crear empresas*. <https://www.ccb.org.co/empresarial/crear-empresa/prepares-para-crear-empresa>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2023). *Código CIIU*.
<https://linea.ccb.org.co/descripcionciiu/>
- Confecámaras. (2023, May). *Confecamaras - Estudio tiempo de vida empresas en Colombia*. <https://confecamaras.org.co/noticias/884-segun-estudio-de-confecamaras-el-33-5-de-las-empresas-del-pais-sobreviven-al-termino-de-5-anos>
- Copic Markers. (2023). *Copic Markers - Marcadores a base de alcohol*.
www.copicmarkers.com
- DANE. (2023, February). *Comportamiento PIB - 2006 2022*.
- Dick Blick Holdings, I. (2023). *Dick Blick*. Dick Blick - How It All Began.
<https://www.dickblick.com/about-blick/history/>
- EMIS. (2023). *Perfil de Compañías*. <https://www-emis-com.ezproxy.eafit.edu.co/php/companies?pc=CO&cmpy=13572928>
- Encuesta (2023).
- GoDaddy. (2023). *¿Cómo hacer una tienda en línea? - GoDaddy*.
<https://co.godaddy.com/blog/crear-tu-tienda-online-desde-cero-pasos/>

- GoDaddy. (2024). *Precios Dominios Públicos - GoDaddy*.
<https://www.godaddy.com/es/domainsearch/find?domainToCheck=mitiendadearte>
- GoForwarder. (2023). *Guía Completa Incoterms 2023 Significado y explicación de cada término*. <https://www.goforwarder.com/incoterms-2023/>
- Google Workspace. (2023). *Conceptos básicos de dominios - Google*.
- Grasso, L. (2016). *Encuestas: elementos para su diseño y análisis*. Córdoba, Argentina: Encuentro Grupo Editor.
- IBM. (2023). *IaaS vs PaaS vs SaaS*. <https://www.ibm.com/topics/iaas-paas-saas>
- ILPES. (2001). *Guía para la presentación de proyectos (21 25a)*. México Siglo Veintiuno.
- Intracen. (2024a). *Intracen . Contrato de Compraventa Internacional*.
<http://www.intracen.org/itc/exportadores/modelos-de-contratos/>
- Intracen. (2024b). *Modelo de Contratos en Español*.
<https://intracen.org/file/contratosmodelopdf>
- ISOTools. (2024). *ISO 31000: El valor de la gestión de riesgos en las organizaciones*. <https://info.isotools.us/sistema-gestion-riesgos-iso-31000>
- JICA. (2004, September). *Lineamientos de la JICA para la Evaluación de Proyectos*.
https://www.jica.go.jp/Resource/english/our_work/evaluation/tech_and_grant/guides/pdf/guideline_s.pdf
- JumpSeller. (2024a). *Medios de Envío - JumpSeller*. <https://jumpseller.co/shipping-methods/>
- JumpSeller. (2024b). *Pasarelas de pago aceptadas - JumpSeller*.
<https://jumpseller.co/payment-gateways/>

- Linio. (2023). *Costos de Venta - Linio*.
https://comunicacion.linio.com/CO/Comunicados/Enero/Comisiones_Linio_Marketplace_Colombia_2023.pdf
- Méndez, R. (2020). *Formulación y evaluación de proyectos: enfoque para emprendedores* (10th ed.). Bogotá Ecoe.
- Mercado Libre. (2023a). *Costos de Venta - Mercado Libre*.
https://www.mercadolibre.com.co/ayuda/Costos-de-vender-productos_870
- Mercado Libre. (2023b). *¿Que Hacemos? - Mercado Libre*.
<https://www.mercadolibre.com.co/institucional/hacemos/mercado-libre-nuestro-marketplace>
- Ministerio de Educación. (2022). *Ministerio de Educación*. Bases Consolidadas.
<https://snies.mineducacion.gov.co/portal/ESTADISTICAS/Bases-consolidadas/>
- PANAMERICANA LIBRERÍA Y PAPELERÍA S.A. (2023). *Panamericana*. Quienes Somos. <https://www.panamericana.com.co/links-interes/quienes-somos>
- Periódico La República. (2022, May 4). *La inflación no llegaría al rango meta antes del primer trimestre de 2024, dijo BanRep*.
<https://www.larepublica.co/economia/la-inflacion-no-llegaria-al-rango-meta-antes-del-primer-trimestre-de-2024-banrep-3356188>
- Periódico La República. (2023a). Banco Central bajó la previsión del PIB 2023 de 1,3% a 1,6% en el informe de política. *La Republica*.
<https://www.larepublica.co/economia/el-banco-central-bajo-la-prevision-del-pib-2023-3672785>
- Periódico La República. (2023b). *Consumo de los hogares*.
<https://www.larepublica.co/economia/el-consumo-de-los-hogares-ha-aumentado-40-en-la-primer-mitad-de-enero-de-2022-3291190>

- Periódico La República. (2023c, October 7). *La inflación ya cayó por sexto mes consecutivo y quedó en 10,99% para septiembre*. La inflación ya cayó por sexto mes consecutivo y quedó en 10,99% para septiembre
- Population Pyramid. (2023). *Evolución de la población en Colombia*. <https://www.populationpyramid.net/colombia/2023/>
- Pugh, S. (1981). *Concept selection: a method that works*.
- Spidersab. (2023). *Archivo Propio - Spidersab*. www.instagram.com/spidersab
- Staedler. (2023). *Staedler - Rapidografos*. <https://www.staedtler.com/es/es/productos/materiales-de-arte/rotuladores-fineliner-y-marcadores-met-licos/pigment-liner-308-fineliner-308-sb6p/>
- Talent.com. (2024a). *Salario de empleados por cargo*. <https://co.talent.com/es/>
- Talent.com. (2024b). *Salario Logistica Colombia*. <https://co.talent.com/salary?job=logistica>
- Talent.com. (2024c). *Salario Vendedor Colombia*. <https://co.talent.com/salary?job=vendedor>
- The Michaels Companies, Inc. (2023). *Michaels*. Michaels - About Us. <https://www.michaelspressroom.com/about>
- Trademap. (2023). *Trademap*. https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx
- Universidad EAFIT. (2024). *Sistema de Gestión de Riesgos*. <https://entrenos.eafit.edu.co/gestion-administrativa/sigyc/sistema-gestion-riesgos/Paginas/glosario.aspx>
- Vuce. (2024). *Vuce*. <http://www.vuce.gov.co/>
- Wikimedia. (2007a, May 19). *Wikimedia - Carboncillos*. https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Charcoal_sticks_051907.jpg

Wikimedia. (2007b, October 14). *Wikimedia - Lapices de Colores*.
https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Colouring_pencils.jpg

Wikimedia. (2008, May 12). *Wikimedia - Tinta China*.
[https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Sailor_Kiwaguro_carbon_black_ink_\(2485615681\).jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Sailor_Kiwaguro_carbon_black_ink_(2485615681).jpg)

Wikimedia. (2011, May 22). *Wikimedia - Lapiz de Grafito*.
https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Pencil_tip_closeup_2.JPG

Wikimedia. (2019, May 31). *Wikimedia - Acuarelas*.
<https://commons.wikimedia.org/w/index.php?search=watercolors&title=Special:MediaSearch&go=Go&type=image>

ANEXOS

PREGUNTAS DE LA ENCUESTA

1	Género	Femenino
		Masculino

2	¿En qué rango de edad se encuentra?	15 - 25 Años
		26 - 35 Años
		36 - 45 Años
		46 - 55 Años
		Mayor de 55 Años

3	¿Cuál es su Ocupación?	Empleado
		Independiente
		Jubilado
		Estudiante
		Ama de Casa

4	¿A qué Estrato Socioeconómico Pertenece?	2
		3
		4
		5
		6

5	¿Cuál es su nivel de Escolaridad?	Bachillerato
		Técnico
		Pregrado
		Posgrado

6	Hablando de arte, tiene estudios formales o no formales en dibujo, ilustración o alguna otra técnica?	Si
		No

7	¿En qué institución Educativa?	
---	--------------------------------	--

8	¿Qué carrera o estudio tiene?	
---	-------------------------------	--

9	¿En promedio cuánto dinero utiliza mensualmente para comprar materiales de arte?	Menos de 10.000 pesos
		10.000 - 50.000 pesos
		50.001 - 100.000 pesos
		100.001 - 200.000 pesos
		200.001 - 300.000 pesos
		Más de 300.000 pesos

10	¿Qué tan probable es que usted compre alguna de las siguientes marcas?	Faber Castell
		Prismacolor
		Winsor & Newton
		Copic Markers
		Staedler
		Ohuhu
		Canson
		Strathmore
		Arches
		Caran d'ache
		Posca
		Wacom
		Tombow
Koi		

11	¿Considera que se deba tener en cuenta alguna marca?	
----	--	--

12	Ordene según su preferencia. ¿Qué lo motiva a la hora de comprar materiales de arte?	Marca
		Precio
		Presentación
		Calidad

13	¿Cuál técnica de dibujo desarrolla o le gustaría desarrollar?	Acuarela
		Oleo
		lápices de colores
		Pinturas acrílicas
		Marcadores de Alcohol
		Otro

14	¿Dónde compra generalmente sus materiales de arte?	Panamericana
		La Comercial Papelera
		Arte Guerrero
		Internet
		Tienda de su barrio
		En el Exterior

15	¿Prefiere realizar compras de manera física o virtual?	Físico
		Virtual

16	Con qué frecuencia realiza compras online	Semanal
		Mensual
		Trimestral
		Semestral

17	Método de pago preferido	PSE
		Tarjeta de crédito
		Tarjeta débito
		Efectivo
		Paypal

	PayU
	Nequi / Daviplata

18	¿Le gustaría recibir clases del arte de su preferencia?	Si
		No