	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL	VIGENCIA: 2017-11-16
	REPOSITORIO INSTITUCIONAL	PAGINA: 1 de 7

Código de la dependencia.

FECHA viernes, 26 de enero de 2019

Señores
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
 BIBLIOTECA
 Ciudad

UNIDAD REGIONAL	Seccional Girardot
TIPO DE DOCUMENTO	Trabajo De Grado
FACULTAD	Ciencias Administrativas Económicas y Contables
NIVEL ACADÉMICO DE FORMACIÓN O PROCESO	Pregrado
PROGRAMA ACADÉMICO	Administración de Empresas

El Autor(Es):

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS	No. DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN
RUIZ ALFONSO	ANGELA ROCIO	39.582.356

Director(Es) y/o Asesor(Es) del documento:

TÍTULO DEL DOCUMENTO
EVOLUCIÓN Y PROYECCION DE "PINCEL Y CHOCOLATE", UN CASO DE EMPRENDIMIENTO GESTADO EN LA UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA DEL PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS SECCIONAL GIRARDOT.



Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
 Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 01800976000
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
 NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
 Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*



**MACROPROCESO DE APOYO
PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO
DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL
REPOSITORIO INSTITUCIONAL**

**CÓDIGO: AAAR113
VERSIÓN: 3
VIGENCIA: 2017-11-16
PAGINA: 2 de 7**

**SUBTÍTULO
(Aplica solo para Tesis, Artículos Científicos, Disertaciones, Objetos
Virtuales de Aprendizaje)**

**TRABAJO PARA OPTAR AL TÍTULO DE:
Aplica para Tesis/Trabajo de Grado/Pasantía
ADMINISTRADOR DE EMPRESAS**

AÑO DE EDICIÓN DEL DOCUMENTO	NÚMERO DE PÁGINAS
24/01/2019	89

**DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS
(Usar 6 descriptores o palabras claves)**

ESPAÑOL	INGLÉS
1. EMPRENDIMIENTO	PERFORMANCE
2. CREACION DE EMPRESA	COMPANY CREATION
3. INNOVACION	INNOVATION
4. POSICIONAMIENTO	POSITIONING
5. EVOLUCION	EVOLUTION
6. EMPRESA	COMPANY

**RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS
(Máximo 250 palabras – 1530 caracteres, aplica para resumen en español):**

En Colombia, para crear empresa es una incertidumbre, ya que las condiciones sociales, económicas y políticas lo ameritan. En Colombia el emprendimiento lleva pocos años surgiendo, pero sabemos que es la mejor forma de crecer y desarrollar al país. Es por eso que crear empresa en el país está dividido por dos razones: la primera, se crea empresa por necesidad de conseguir dinero para subsistir; y la segunda, se crea por cumplir sueños y por un crecimiento personal y financiero.

El objetivo de este trabajo, es demostrar que los jóvenes estudiantes universitarios, pueden crear empresa. Las universidades brindan las herramientas y conocimientos necesarios para condensar la idea de negocio y ponerla en marcha. La universidad es el puente que conecta al estudiante hacia el camino del emprendimiento, teniendo en cuenta que existen infinitudes de apoyo y herramientas para adquirir el mayor conocimiento y relacionarlo con el arte y la pasión que surge en el emprendedor.

8

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*



MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
	PAGINA: 3 de 7


En el trabajo se presenta una empresa denominada "Pincel y chocolate", es una familia que cuenta con 6 años de experiencia en el mercado, cuidando el bienestar de uñas, cuerpo y piel; ofrece servicios personalizados de alta calidad en un ambiente relajante. Hemos diseñado junto a un equipo de trabajo en belleza y estética, tratamientos para revitalizar la mente y cuerpo. El análisis de la proyección y de los antecedentes del comportamiento de la empresa, reveló números muy alentadores acerca del crecimiento y comportamiento del mercado de SPA a nivel del sector y la provincia Alto magdalena.

In Colombia, to create a company is an uncertainty, since social, economic and political conditions warrant it. In Colombia, entrepreneurship has been emerging for a few years, but we know that it is the best way to grow and develop the country. That is why creating a company in the country is divided into two reasons: the first, a company is created because of the need to get money to subsist; and the second, is created by fulfilling dreams and personal and financial growth. The objective of this work is to demonstrate that young university students can create a company. Universities provide the necessary tools and knowledge to condense the business idea and put it into operation. The university is the bridge that connects the student to the path of entrepreneurship, bearing in mind that there are infinities of support and tools to acquire the greatest knowledge and relate it to the art and passion that sur-ge in the entrepreneur. In the work a company named "Brush and chocolate" is presented, it is a family that has 6 years of experience in the market, taking care of the goods-tar of nails, body and skin; offers high quality personalized services in a relaxing environment. We have designed together with a team working in beauty and aesthetics, treatments to revitalize the mind and body. The analysis of the projection and of the antecedents of the behavior of the company, revealed very encouraging numbers about the growth and behavior of the SPA market at the sector level and the Alto Magdalena province.

AUTORIZACION DE PUBLICACIÓN

Por medio del presente escrito autorizo (Autorizamos) a la Universidad de Cundinamarca para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre mí (nuestra) obra las atribuciones que se indican a continuación, teniendo en cuenta que, en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL	VIGENCIA: 2017-11-16
	REPOSITORIO INSTITUCIONAL	PAGINA: 4 de 7

En consecuencia, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente licencia se autoriza a la Universidad de Cundinamarca, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad; así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Universidad tenga perfeccionado una alianza, son:

Marque con una "X":


AUTORIZO (AUTORIZAMOS)	SI	NO
1. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer.	X	
2. La comunicación pública por cualquier procedimiento o medio físico o electrónico, así como su puesta a disposición en Internet.	X	
3. La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previa alianza perfeccionada con la Universidad de Cundinamarca para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones.	X	
4. La inclusión en el Repositorio Institucional.	X	

De acuerdo con la naturaleza del uso concedido, la presente licencia parcial se otorga a título gratuito por el máximo tiempo legal colombiano, con el propósito de que en dicho lapso mi (nuestra) obra sea explotada en las condiciones aquí estipuladas y para los fines indicados, respetando siempre la titularidad de los derechos patrimoniales y morales correspondientes, de acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización.

Para el caso de las Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, de manera complementaria, garantizo(garantizamos) en mi(nuestra) calidad de estudiante(s) y por ende autor(es) exclusivo(s), que la Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi(nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro (aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos de la Tesis o Trabajo de Grado es de mí (nuestra) competencia exclusiva,

81

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
 Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000
 www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
 NIT: 890.680.062-2

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL	VIGENCIA: 2017-11-16
	REPOSITORIO INSTITUCIONAL	PAGINA: 5 de 7

eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

Sin perjuicio de los usos y atribuciones otorgadas en virtud de este documento, continuaré (continuaremos) conservando los correspondientes derechos patrimoniales sin modificación o restricción alguna, puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación de los derechos patrimoniales derivados del régimen del Derecho de Autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, “*Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores*”, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. En consecuencia, la Universidad de Cundinamarca está en la obligación de RESPETARLOS Y HACERLOS RESPETAR, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

NOTA: (Para Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía):

Información Confidencial:

Esta Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, contiene información privilegiada, estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o hace parte de la investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado.

SI ___ **NO** X.

En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos), en carta adjunta tal situación con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.

LICENCIA DE PUBLICACIÓN

Como titular(es) del derecho de autor, confiero(erimos) a la Universidad de Cundinamarca una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

- a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, por un plazo de 5 años, que serán prorrogables indefinidamente por el tiempo que dure el derecho patrimonial del autor. El autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito. (Para el caso de los Recursos Educativos Digitales, la Licencia de Publicación será permanente).
- b) Autoriza a la Universidad de Cundinamarca a publicar la obra en formato y/o soporte digital, conociendo que, dado que se publica en Internet, por este hecho circula con un alcance mundial.
- c) Los titulares aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.



Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
 Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000
 www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
 NIT. 890 680.062-2



MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
	PAGINA: 6 de 7

- d) El(Los) Autor(es), garantizo(amos) que el documento en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi (nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro(aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos es de mí (nuestro) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.
- e) En todo caso la Universidad de Cundinamarca se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.
- f) Los titulares autorizan a la Universidad para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.
- g) Los titulares aceptan que la Universidad de Cundinamarca pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.
- h) Los titulares autorizan que la obra sea puesta a disposición del público en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en el "Manual del Repositorio Institucional AAAM003"
- i) Para el caso de los Recursos Educativos Digitales producidos por la Oficina de Educación Virtual, sus contenidos de publicación se rigen bajo la Licencia Creative Commons: Atribución- No comercial- Compartir Igual.



- j) Para el caso de los Artículos Científicos y Revistas, sus contenidos se rigen bajo la Licencia Creative Commons Atribución- No comercial- Sin derivar.



Nota:

Si el documento se basa en un trabajo que ha sido patrocinado o apoyado por una entidad, con excepción de Universidad de Cundinamarca, los autores garantizan que se ha cumplido con los derechos y obligaciones requeridos por el respectivo contrato o acuerdo.

La obra que se integrará en el Repositorio Institucional, está en el(los) siguiente(s) archivo(s).



MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
	PAGINA: 7 de 7

Nombre completo del Archivo Incluida su Extensión (Ej. PerezJuan2017.pdf)	Tipo de documento (ej. Texto, imagen, video, etc.)
1. EVOLUCIÓN Y PROYECCION DE "PINCEL Y CHOCOLATE", UN CASO DE EMPRENDIMIENTO GESTADO EN LA UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA DEL PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS SECCIONAL GIRARDOT.	IMÁGENES, CUADROS DE EXCEL, ARCHIVO PDF

En constancia de lo anterior, Firmo (amos) el presente documento:

APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS	FIRMA (autógrafo)
ANGELA ROCIO RUIZ ALFONSO	

87
12.1.50

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*

**EVOLUCIÓN Y PROYECCIÓN DE “PINCEL Y CHOCOLATE”, UN CASO DE
EMPRENDIMIENTO GESTADO EN LA UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
DEL PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS SECCIONAL
GIRARDOT.**

**ANGELA ROCIO RUIZ ALFONSO
EDWIN SANTIAGO CASTAÑEDA ALFONSO**

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONOMICAS Y CONTABLES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
GIRARDOT – CUNDINAMARCA
2018**

**EVOLUCION Y PROYECCION DE “PINCEL Y CHOCOLATE”, UN CASO DE
EMPRENDIMIENTO GESTADO EN LA UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
DEL PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS SECCIONAL
GIRARDOT.**

**ANGELA ROCIO RUIZ ALFONSO
EDWIN SANTIAGO CASTAÑEDA ALFONSO**

PROYECTO DE GRADO

**DIRECTOR
JUAN ANDRES GODOY**

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONOMICAS Y CONTABLES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
GIRARDOT – CUNDINAMARCA**

Nota de Aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

RESUMEN

En Colombia, crear empresa es una incertidumbre, ya que las condiciones sociales, económicas y políticas lo ameritan. En Colombia el emprendimiento lleva pocos años surgiendo, pero sabemos que es la mejor forma de crecer y desarrollar al país. Es por eso que crear empresa en el país está dividido por dos razones: la primera, se crea empresa por necesidad de conseguir dinero para subsistir; y la segunda, se crea por cumplir sueños y por un crecimiento personal y financiero.

El objetivo de este trabajo, es demostrar que los jóvenes estudiantes universitarios, pueden crear empresa. Las universidades brindan las herramientas y conocimientos necesarios para condensar la idea de negocio y ponerla en marcha.

En el trabajo se presenta una empresa llamada "Pincel y chocolate", es una familia que cuenta con 6 años de experiencia en el mercado, cuidando el bienestar de uñas, cuerpo y piel; ofrece servicios personalizados de alta calidad en un ambiente relajante. Hemos diseñado junto a un equipo de trabajo en belleza y estética, tratamientos para revitalizar la mente y cuerpo. El análisis de la proyección y de los antecedentes del comportamiento de la empresa, revelo números muy alentadores acerca del crecimiento y comportamiento del mercado de **SPA** a nivel del sector y la provincia alto magdalena.

ABSTRACT

In Colombia, creating a company is an uncertainty, since the social, economic and political conditions warrant it. In Colombia, entrepreneurship has been growing for years, but we know that it is the best way to grow and develop the country. That is why creating a company in the country is divided for two reasons: the first, a company is created by the need to obtain money to survive; and the second, is created by fulfilling dreams and personal and financial growth.

The objective of this work is to demonstrate that young university students can create a company. Universities provide the necessary tools and knowledge to condense the business idea and put it into operation.

In the work we present a company called "Brush and chocolate", it is a family that has 6 years of experience in the market, taking care of the well-being of nails, body and skin; offers high quality personalized services in a relaxing environment. We have designed together with a team working in beauty and aesthetics, treatments to revitalize the mind and body.

AGRADECIMIENTOS

Le agradezco a DIOS por permitirme hacer lo que hago, a mi mama que me ha mantenido PINCEL Y CHOCOLATE. Agradezco a mis clientes a todas aquellas mujeres que trabajan para mí, a mi familia por tener paciencia y permitirme dedicarme más a pincel, a mis profesores por formarme para crear una empresa, gracias a todos ellos soy lo que soy Una Empresaria, mama y persona, me dije desde el día que empecé la universidad que el paso por ella no iba a ser cualquiera y dejaría huella en ese lugar.

Gracias a la universidad por hacer de los estudiantes algo mejor, por el tiempo dedicado. Pincel y chocolate hay para rato y solo sé que es el principio de algo que se convertirá en algo muy bueno para la sociedad y les dejo un mensaje NO TENGAMOS MIEDO ARRIEZGARNOS, SIMPLEMENTE ESFUERCENZE, EL TIEMPO ES AHORA. De una historia y no un fin.

1. Contenido

AGRADECIMIENTOS	5
1.Contenido	7
2.TITULO	12
3.AREA, LINEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACION	13
3.1. AREA DE INVESTIGACION:.....	13
3.2. LINEA DE INVESTIGACION.....	13
3.3. PROGRAMA	13
4.FORMULACION DEL PROBLEMA	14
4.1. DESCRIPCION DEL PROBLEMA.....	14
4.2. FORMULACION DEL PROBLEMA	16
5.OBJETIVOS	16
5.1. OBJETIVO GENERAL	16
5.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	16
6.JUSTIFICACION	17
7.MARCO REFERENCIAL	18
7.1. ANTECEDENTES	18
8.MARCO TEORICO	22
9.MARCO CONCEPTUAL	24
9.1. EMPRENDIMIENTO	24
9.1.1. Fondo Emprender.....	25
9.1.2. Bancoldex.....	26
9.1.3. Innpulsa	26
9.1.4. Centro de Innovación y Desarrollo Tecnológico – País del Conocimiento	26
9.1.5. Gestando	27
9.1.6. Colombia digital	27
9.1.7. COLCIENCIAS	28
9.2. CREACION DE EMPRESA.....	28
9.3. INNOVACION.....	30
9.4. PPOSICIONAMIENTO	31
10.DISEÑO METODOLOGICO	34
10.1. TIPO DE INVESTIGACION.....	35
10.2. CARACTERIZACION DE LA POBLACION.....	35
10.2.1. MUESTRA.....	37
10.3. TECNICAS DE RECOLECCION DE INFORMACION	38

10.4.	ENCUESTA	38	
10.5.	RESULTADOS.....	39	
Semanal	Quincenal	Mensual	42
10.6.	CONCLUSION	48	
10.7.	EVOLUCION DE PINCEL Y CHOCOLATE	49	
10.7.1.	ANTECEDENTES DE PINCEL Y CHOCOLATE	49	
10.7.2.	CREACION DE PINCEL Y CHOCOLATE	53	
10.7.3.	ACTUALIDAD DE PINCEL Y CHOCOLATE.....	55	
11.	HERRAMIENTAS UTILIZADAS EN LA EVOLUCION DE PINCEL Y CHOCOLATE.....	64	
11.1.	HERRAMIENTAS UTILIZADAS EN LA EVOLUCION DE PINCEL Y CHOCOLATE SUMINISTRADAS POR LA UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA 67		
12.	ANÁLISIS SITUACIONAL	70	
12.1.	EL ENTORNO EXTERNO	70	
12.2.	ESTUDIO LEGAL.....	71	
12.4.	IMAGEN CORPORATIVA.....	76	
12.5.	CICLO DE VIDA DE LA EMPRESA	76	
12.6.	ORGANIGRAMA.....	80	
13.	PROYECCION DE PINCEL Y CHOCOLATE	81	
13.1.	PROYECCION FINANCIERA	82	
14.	Diseño administrativo	85	
14.1.	Recurso humano.....	¡Error! Marcador no definido.	
14.2.	Recursos financieros.....	86	
14.3.	Recursos institucionales	87	
15.	Impacto de Pincel y Chocolate en la región.....	88	
15.1.	Impacto Económico para la región.....	88	
15.2.	Impacto Social	88	
15.3.	Impacto ambiental.....	88	
16.	Conclusiones.....	89	

Tabla de Ilustraciones

Ilustración 1	24
Ilustración 2	27
Ilustración 3	36
Ilustración 4	41
Ilustración 5	42
Ilustración 6	76
Ilustración 7	79
Ilustración 8	80

Lista de Tablas

Tabla 1	75
Tabla 2	82
Tabla 3	83
Tabla 4	84
Tabla 5	86
Tabla 6	87

INTRODUCCION

En los últimos años hemos visto que el mercado ha tenido un proceso cambiante en cuanto a los nuevos modelos de negocio conexos con el cuidado de la belleza corporal y espiritual, inculcando procesos de canje en la salud y la estética.

En la actualidad observamos como el ser humano vive en un estado de estrés y un ritmo de vida apresurado. Esto conlleva a que florezca una serie de necesidades para el cuerpo.

La industria de la belleza en los últimos 5 años ha tomado mucha fuerza con el desarrollo de productos, servicios y un amplio concepto socio-económico, donde encontramos distintos campos estéticos. Más allá de comprar un producto o servicio, se ha creado la necesidad para el consumo del mismo con el objetivo de buscar una estabilidad en ese aspecto tan impactado por las condiciones actuales del diario vivir., conllevando esto a la satisfacción corporal y espiritual.

Este trabajo busca aprovechar el mercado de la región, el cual es un lugar turístico y su clima acogedor promueve tranquilidad y descanso, siendo este el mercado perfecto para este campo de belleza integral.

2. TITULO

EVOLUCION Y PROYECCION DE "PINCEL Y CHOCOLATE", UN CASO DE EMPRENDIMIENTO GESTADO EN LA UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA DEL PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS SECCIONAL GIRARDOT.

3. AREA, LINEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACION

3.1. AREA DE INVESTIGACION:

Creación de empresa

3.2. LINEA DE INVESTIGACION

Emprendimiento

3.3. PROGRAMA

La investigación está contenida dentro del programa Administración de Empresas.

4. FORMULACION DEL PROBLEMA

4.1. DESCRIPCION DEL PROBLEMA

El emprendimiento se ha fortalecido en los últimos años con base al crecimiento y sostenibilidad del país, ya que con el emprendimiento surgen ideas nuevas de empresas. Así mismo empieza el desarrollo del emprendimiento por parte de aquellas personas que crean una empresa ya sea por una necesidad o una meta personal.

Por otra parte surge una problemática nacional que es el desempleo, siendo este un factor relevante para que las personas busquen de una u otra manera adquirir dinero para subsistir.

“El grupo de edad en que se presenta una mayor proporción de iniciativas empresariales está entre 16 y 25 años, siendo más relevante en el grupo de 19 a 25 años. En los grupos de edad subsiguientes la iniciativa disminuye ostensiblemente llegando a menos del 2% en rangos de edad igual o superiores a 35 años. Esto confirma una tendencia global, ya que según el informe GEM (2009) en general, son las personas más jóvenes las que emprenden en mayor proporción. Este informe señala además que este comportamiento está asociado al aumento del costo de oportunidad del individuo en el mercado laboral, a medida que aumenta la edad; al aumento en la percepción del riesgo, a medida que los individuos asumen obligaciones con el paso de los años; y también a la menor capacidad de desarrollar conocimientos y habilidades con el paso del tiempo.” (Oscar Alvarado Muñoz, 2011)

En el proyecto del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), por el cual nos indica cierta identificación de dos clases de emprendedores, teniendo en cuenta los motivos que los llevan a desarrollar nuevas empresas, como primera instancia están aquellos que, por no tener otra alternativa de generación de ingresos, acometen a

la actividad emprendedora como única alternativa. Este se denomina “emprendimiento por necesidad”.

En segundo lugar, están quienes, al realizar la actividad emprendedora, han realizado un análisis a varias alternativas disponibles, y han determinado como una nueva oportunidad la creación de un nuevo proyecto. La investigación señala que el país tiene una tasa de actividad emprendedora (TEA), en la característica de oportunidad de creación de un nuevo proyecto del 15,9 %, mientras que los emprendedores por necesidad son del 5,4%.

Esto significa que una mínima parte de los colombianos poseen de espíritu emprendedor, lo cual es un dato negativo en cuanto al desarrollo empresarial y emprendedor. Pero de esta información se puede salvar guardar a los emprendedores que crearon empresas porque observaron y analizaron las oportunidades, ya que tienen un porcentaje mayoritario a aquellos que lo hicieron por necesidad.

La universidad de Cundinamarca ha logrado por su desempeño de muchos años la creación de varias empresas que se han consolidado en la región como una de las mejores en su mercado tales como Pincel y Chocolate que es una empresa que se encarga del cuidado y belleza de la mujer, Mompets Gourmet la cual vende artículos para mascotas y presta otros servicios de atención para ellos y La Puentana Finca Vacacional allí se ha destinado un área para el descanso, diversión y aprovechamiento paisajístico de las personas que lo visitan.

Actualmente la universidad de Cundinamarca cuenta con programas de emprendimiento como lo son el STARTUP WEEKEND y BOOTCAMP que se encargan de motivar a pequeños emprendedores a forjar empresas que sean competitivas en el mercado actual y logren innovar en nuevos productos, maneras nuevas de vender, y creación de empleos, ayudando con el desarrollo social de la región.

4.2. FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Fueron utilizadas las herramientas de emprendimiento dadas por la universidad de Cundinamarca para crear una empresa rentable y escalable?

5. OBJETIVOS

5.1. OBJETIVO GENERAL

Describir la evolución de pincel y chocolate como emprendimiento realizado en el programa de administración de empresas seccional Girardot.

5.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Redactar la evolución histórica de pincel y chocolate.
- Determinar las herramientas que fueron utilizadas durante su evolución.
- Analizar las herramientas que se implementaran en pincel y chocolate a una proyección de 10 años.

6. JUSTIFICACION

El emprendimiento se describe como “una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades; planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad.¹

En la actualidad observamos día a día la creación de nuevas empresas, debido a una necesidad, ya sea económica, social, y otros. Esto hace que las personas decidan lanzarse a aventurar con sus ideas, sus proyectos, y empezar a generar una formación de emprendimiento.

Es de suma importancia que desde niños generemos la cultura y formación emprendedora, el cual ayudara a enriquecer los conocimientos sobre negocios y formar una vida independiente. Es por ello que las instituciones educativas están agregando a sus pensum la línea de emprendimiento fortaleciendo dichas acciones.

En el viaje empresarial que nos lleva a la creación de empresa, el punto de referencia es encontrar una necesidad y enfocarnos en la idea que tenemos para satisfacerla con el fin de que nos permita llegar del viaje, es decir, poner en marcha la empresa.

La universidad de Cundinamarca seccional Girardot ha llevado a cabo un semillero de emprendimiento, con el fin de brindar las herramientas para saber manejar, enfrentar y superar los retos que establecen generar un plan de empresa. También se ha inculca dentro de los proyectos de grado presentar la creación de su empresa.

Esta investigación gestiona y abarca información para los estudiantes que están dispuestos a conocer con claridad los conceptos del área de emprendimiento y de tal forma darle valor agregado al pensum a través de los semestres que han influido para el desarrollo de creación de empresas. Lo que se busca es que a través de

¹ SECRETARIA DEL SENADO LEY 1014, <http://www.secretariasenado.gov.co/leyes/L1014006.HTM>

esta investigación los estudiantes puedan conocer cuales herramientas brinda la universidad y como estas se aplican en un caso real y exitoso de tal manera que pueda ser una guía para la implementación de sus ideas de negocio.

7. MARCO REFERENCIAL

7.1. ANTECEDENTES

El emprendimiento es tan antiguo como la misma humanidad. Hace algunos millones de años, los primeros homoides se dieron cuenta de que las manos no eran suficientes para hacer excavaciones en superficies duras o para cortar madera. A uno o más se les ocurrió que requerían usar la piedra para cumplir tales tareas e inventaron las herramientas hechas de la misma. Posteriormente necesitaron calor para protegerse del frío y cocinar y así nació el fuego, luego reconocieron que, para transportar cosas pesadas, requerían hacer plataformas capaces de moverse sin mayor esfuerzo e inventaron la rueda de madera.

Fue a partir de los primeros siglos después de terminado el Oscurantismo, cuando comenzó una nueva etapa de progreso en Italia, en las llamadas ciudades estados de Florencia, Génova y Venecia, entre los siglos XIII y XVI. En ellas, emprendedores inventaron el seguro marítimo, la contabilidad de doble partida, la compañía como ente jurídico, la Banca como se conoce actualmente y otros grandes descubrimientos.

Hasta iniciado el siglo XVIII, los navegantes sólo podían calcular la latitud, lo que frecuentemente ocasionaba que los barcos encallaran y destruyeran, con pérdidas de vida y bienes materiales. En 1714, el Parlamento de Inglaterra pasó la Ley de Longitud que, entre otros fines, estableció un premio de 20,000 libras esterlinas (un

millón de dólares de la actualidad) para el inventor del equipo que determine la posición longitudinal de las naves, con variación no superior a medio grado. El invento del cronómetro marítimo de John Harrison en 1737, transformó el comercio marítimo al reducirse pérdidas humanas y materiales.

Estados Unidos es un claro ejemplo de capacidad innovadora. Alfred Chandler, en su libro *Una nación transformada por la información*, describe la obsesión del estadounidense desde la colonia por mantenerse informado. El sistema postal creado permitió entregar el periódico y correo puerta a puerta. Para fines del siglo XVIII, ese país tenía algunas publicaciones entre diarios y revistas. El telegrama y teléfono, creados en el siglo XIX, En la primera mitad del XX, nació la máquina de escribir y la televisión y en la segunda mitad, el télex, computadora, fax, televisión por cable e Internet. Ese país no se quedó con la paloma mensajera, con el transcurso del tiempo fue encontrando medios más veloces para transmitir información y lo lograron.

La breve narración de la evolución histórica del emprendimiento tiene algo en común. El ser humano funciona en base a incentivos; si están disponibles hay progreso humano, si se coartan prevalece el estancamiento o atraso. Hacia 1400, China era el país más avanzado del mundo en ingeniería marina; su flota, con naves de hasta 10 mástiles y 160 metros de largo, fue muy superior a las europeas. Comandada por el almirante Zheng-He, estuvo en África y llegó al Nuevo Mundo antes de Cristóbal Colón. La obra *1421: Año en que China descubrió América*, detalla sus siete viajes. Pocos años más tarde, un nuevo emperador de la Dinastía Ming decretó como ofensa capital la construcción de barcos con más de dos mástiles y prohibió el comercio internacional. La nueva política de total aislamiento y restricción de libertades, terminó con los incentivos de emprendimiento y con el transcurso de las décadas, China se convirtió en país pobre y atrasado.

Desde el siglo XVII, Holanda garantizó las libertades individuales, protegió el estado de derecho y permitió el ingreso de perseguidos religiosos. Llegaron los hugonotes de Francia y judíos de España, quienes contribuyeron a convertir Ámsterdam en el centro financiero mundial y Holanda en el país más próspero y avanzado del planeta; su renta por habitante fue el doble de la inglesa y triple de la francesa. Cuando a fines del siglo XVIII, Malthus escribía sobre el grave problema de la sobrepoblación y la hambruna, un siglo antes los holandeses habían encontrado solución a la escasez de alimentos al tener los métodos agrícolas más avanzados de la época. Les tomó a los ingleses hasta la mitad del siglo XIX, tener el mismo nivel de vida que los holandeses.

El mundo fue progresando a través de los siglos hasta llegar a la actualidad. Cada nuevo siglo fue superior al anterior en bienestar. La calidad y esperanza de vida mejoraron, las condiciones de trabajo progresaron, los bienes de consumo se incrementaron, el porcentaje de pobres disminuyó y la clase media creció. Todos estos logros se atribuyen a los emprendedores.

El emprendimiento en Colombia se ve fundamentalmente documentado desde las primeras mujeres emprendedoras como de los principales emprendedores en el país. En Colombia “la historiografía da cuenta de antioqueñas, costeñas y santafereñas, dedicadas a actividades económicas en la época de la Colonia y en el siglo XIX y religiosas de varias congregaciones que desarrollaron una destacada labor empresarial.

El caso de las Clarisas y su compleja organización administrativa es quizá el más representativo hasta bien entrado el siglo XIX. María Centeno es la primera mujer con fama y reconocimiento en la historia colonial por su actividad empresarial, en minería, para lo cual se sobrepuso a las normas morales, sociales y jurídicas establecidas por la costumbre y la legislación española. En la Colonia, algunas mujeres,

en particular las viudas, asumieron con frecuencia la atención de sus bienes y los de su familia.

La precaria situación con una realidad económica y social limitada, las obligaba a administrar el patrimonio, no obstante que se trataba de una sociedad fuertemente jerarquizada y dominada por los hombres. El caso de la Centeno no es excepcional, al menos en su propensión al trabajo productivo y al liderazgo en la economía regional. El número de rebeldes heroínas en Santander durante el levantamiento comunero de finales del siglo XVIII lo explica su vínculo con el comercio Monografía de Emprendimiento 49 y la industria artesanal de tejidos, fuertemente afectada por las reformas fiscales impuestas por los Borbones que perjudicaban su actividad. El grupo de mujeres del pueblo (negras, mestizas, indias, mulatas y blancas pobres) dedicadas al trabajo duro en las labores agrícolas, artesanales, mineras y comerciales, continúa en ascenso a lo largo del siglo XX, mientras que el de las empresarias y negociantes sigue siendo muy reducido y poco visible”

8. MARCO TEORICO

8.1. ESTUDIO DE CASO.

Hoy en día la creación de empresa es un asunto tan importante en el ámbito social, económico, político, y se ha desarrollado a través del tiempo; lo que hace que en la actualidad un aspecto básico para el desarrollo mundial. Cada año observamos nuevas empresas, nuevos productos, nuevos modelos negocios, que surgen por la capacidad que tiene el ser humano para crear o cambiar necesidades y costumbres, que nos conllevan a ser consumidores

Para poder entender y explicar el mundo de las organizaciones existen infinitos métodos que asimilan teorías viables, sustentables y exitosas para que representen el trabajo de grado. Pero en este caso, se tuvo en cuenta el estudio de caso, el cual se caracteriza por ser completamente realista, inmóvil e íntegro, esto implica establecer resultados verídicos.

El estudio de caso se basa en la idea epistémica que construye un camino de unión de la experiencia para la trasmisión del conocimiento y se enriquece cuando se origina la relación cognitiva y las acciones de campo. “En la sociedad existen relaciones complejas de “origen causal” y estas relaciones pueden ser estudiadas a través de estudio de casos”.²

Para diseñar un estudio de caso es de vital importancia establecer los objetivos y elaborar la estructura de la actividad a llevar a cabo, en este caso dentro del trabajo de grado. Cabe aclarar que el diseño conlleva a la guía de la interpretación de la ejecución del mismo. Todo esto nos comporta a la actividad de recolección de información y por último analizar la evidencia.

“La importancia de los estudios de casos es que demuestren credibilidad y rigor al ser leídos. La validez es la cualidad más importante ya que implica la relación entre

² GUERRA, FRANCISCO, 2005, BUENOS AIRES, Working Paper El estudio de caso como metodología de investigación: Teoría, mecanismos causales, validación

el estudio final y el cumplimiento de los objetivos generales y específicos. Esta validez se puede clasificar en cuatro tipos por medio de lo cual se demuestra que esta se va desarrollando a lo largo de todo el estudio realizado, por lo que es esencial que absolutamente todos los procesos se monitoreen adecuadamente y así poder asegurar la validez del resultado final. Cuatro tipos de validación:

- La validez de las construcciones conceptuales implica operacionalizar las métricas que se utilizarán durante el estudio para poder inferir legítimamente, a partir de estas métricas, hacia las construcciones conceptuales que les dieron origen. En la realidad las probabilidades para medir las construcciones conceptuales aumentan si estas son obtenidas de un proceso formal en donde se utilice un diseño previo, diferentes fuentes de evidencia y revisión durante todo el proceso.

- La validez interna es la lógica de la causalidad de un estudio explicativo, y está vinculada con la verdad de las inferencias que se realizan para determinar las causas de los fenómenos. En este punto es usual mencionar la importancia de evitar las correlaciones no causales y las correlaciones ecológicas.³³ La clave de la validez interna es mostrar que lo que ocurrió con tales variables efectivamente causó lo que ocurrió en tales otras.

- La validez externa establece el dominio al cual pueden generalizarse los hallazgos del estudio. En muchos casos se suele asociar la validez externa con la idea de muestreo y obtención de muestras representativas. En el estudio de casos, como vimos, la validez que nos interesa es la que lleva a la generalización analítica, por la cual los resultados se generalizan hacia una teoría más amplia, que permita en el futuro identificar otros casos en que los resultados del primero sean válidos.

- La fiabilidad demuestra que las operaciones de un estudio pueden repetirse con los mismos resultados. Está vinculada con la calidad de la medición. Un estudio es más fiable cuanto mayor es la consistencia de sus mediciones. Para asegurar la

fiabilidad de un estudio de caso es importante llevar un registro de los procedimientos de las tareas que se realizarán en el estudio y de cada uno de los pasos dados.”³

En resumen, los estudios de casos se enfocan en el aprendizaje práctico entrando al mundo moderno y globalizado, cumpliendo su objetivo y transformando las teorías y negocios en herramientas para obtener un desarrollo empresarial.

9. MARCO CONCEPTUAL

9.1. EMPRENDIMIENTO

El emprendimiento es un término globalizado, se caracteriza por la necesidad de muchas personas que buscan laborar como independientes y manejar una estabilidad económica. Todo ello nace de la actualidad a la que nos enfrentamos, ya que las empresas existentes ofrecen un salario para sobrevivir, pero no para obtener una calidad de vida como todo ser humano se merece. Por otro lado, podemos observar, aquellas personas que fluyen por la necesidad de subsistir y esto implica a generar ideas de negocio.

Según la página web “fluup movimiento emprendedor” desarrollaron un test de emprendimiento, sobresaliendo la pregunta:

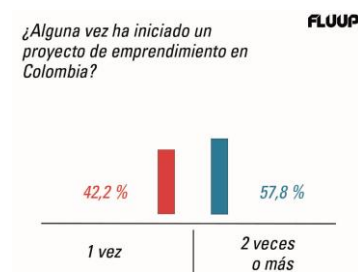


Ilustración 1

Esto nos indica que en el colombiano tiene espíritu emprendedor y que afronta las adversidades de tal manera que lo intentan en varias ocasiones tratando de buscar su calidad de vida. Esta circunstancia es por la falta de conocimiento que presenta

³ ENRIQUE, 2009, BOGOTÁ, COLOMBIA, UNIVERSIDAD JAVERIANA, El Estudio de Casos como Metodología de Investigación. Universidad del CEMA, <http://www.cema.edu.ar/publicaciones/download/documentos/296.pdf>.

la cultura colombiana frente a la creación de empresa, por tal motivo los índices de creación de empresas son altos igual que el índice de las empresas que quiebran en menos de un año.

Para llegar al emprendimiento, existe una barrera descomunal conocido como “confort” y para sobrepasarla se deberá renunciar a la estabilidad económica que ofrece ser empleado y arriesgarse postulándose como empresario, igualmente tener muy en cuenta la variabilidad de sus ingresos que depende de la utilidad que le genere, no como lo obtiene un empleado el cual cada mes asume con seguridad un ingreso fijo que le permite sobrevivir.

Los gobiernos tienen claro el porcentaje de importancia que tiene el emprendimiento en el país, lo cual lo han obligado a crear programas de apoyo para los emprendedores, con el objetivo de ser un trampolín a la creación de su idea y convertirla en empresa.

En Colombia, de acuerdo con cifras del ministerio de comercio industria y turismo, las microempresas, empresas medianas y pequeñas (MiPymes) representan el 95% de las empresas nacionales, esto revela un pensamiento estipulado de emprendimiento bastante alto y con factores positivos para el país, que contribuyen a la generación de empleo, al desarrollo económico, a la innovación, y todo lo relacionado al desarrollo empresarial.

El banco BBVA selecciono 25 entidades que existen en Colombia, que prestan sus servicios dirigidos a los emprendedores, entre las más conocidas se encuentran:

9.1.1. Fondo Emprender

Es un fondo de capital semilla creado por el gobierno nacional y que está adscrito al Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA). Tiene como objetivo financiar iniciativas empresariales creadas por aprendices o asociaciones entre aprendices, practicantes universitarios o profesionales.

Sitio web: <http://www.fondoemprender.com/SitePages/Home.aspx>

9.1.2. Bancoldex

Bancoldex es el banco para el desarrollo empresarial y el comercio exterior. Financia cualquier necesidad de crédito que tengan las empresas, con destinaciones para capital de trabajo, inversión fija, consolidación de pasivos y capitalización empresarial. Estos financiamientos están disponibles para micros, pequeñas, medianas y grandes empresas de todos los sectores económicos.

Sitio web: <http://bancoldex.com/>

9.1.3. Innpulsa

Es la institución del Gobierno Nacional para apoyar y promover iniciativas de negocio que puedan crecer de manera rápida, rentable y sostenida. Se enfocan en detectar y vencer los obstáculos que impiden el crecimiento de las empresas, en trabajar las barreras mentales que frenan del proceso creativo y en incentivar el desarrollo de las empresas en las regiones.

Sitio web: innpulsacolombia.com

9.1.4. Centro de Innovación y Desarrollo Tecnológico – País del Conocimiento

El CIDT es una fundación sin ánimo de lucro dedicada a ofrecer servicios de consultorías, asesorías, interventorías, capacitación, investigación, desarrollo e innovación, y ejecución de proyectos relacionados con las TIC y el emprendimiento.

Sitio web: paisdelconocimiento.org

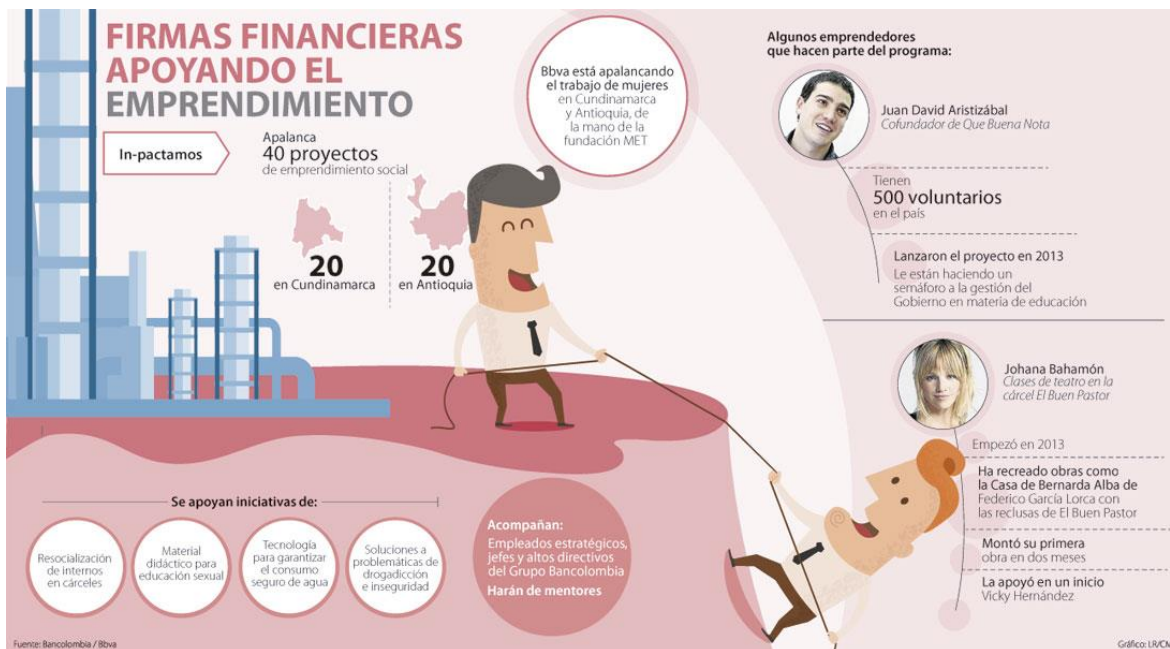


Ilustración 2

Fuente suministrada por <https://www.larepublica.co/responsabilidad-social/bancolombia-y-bbva-le-apuestan-a-los-emprendedores-2255206>

9.1.5. Gestando

Es una incubadora de empresas del sector solidario. Se dedica a apoyar la creación y fortalecimiento de empresas innovadoras y sostenibles mediante el uso de la tecnología. Ofrece un Modelo de Acompañamiento empresarial, dirigido a la generación de una cultura de emprendimiento solidario.

Sitio web: <http://www.gestando.coop/>

9.1.6. Colombia digital

Es una organización conformada por universidades, empresas e instituciones públicas dedicadas a la promoción del uso de las TICs en el país. Sus tareas están relacionadas con fortalecer la adopción y uso de las TIC, promover la competitividad de

empresas, organizaciones públicas y privadas y apoyar la formulación, implementación y apropiación de políticas TIC.

Sitio web: colombiadigital.net

9.1.7. COLCIENCIAS

Colciencias es la entidad del Estado que promueve las políticas públicas para fomentar la ciencia, la tecnología y la innovación en Colombia. Su plan anual de convocatorias ofrece oportunidades de formación, investigación e innovación para emprendedores en el área de las TIC.

Sitio web: colciencias.gov.co

9.2. CREACION DE EMPRESA

Crear empresa es una actividad que no todas las personas están dispuestas a realizar; se necesita valor, decisión, despedirse del miedo y muchos más factores que para algunos será un reto imposible de realizar. El concepto de empresa está estipulado en la Ley 1014 de 2006, la creación de empresas es “la iniciación de operaciones de las empresas para que alcancen su maduración en el corto plazo y se garantice su auto sostenibilidad. Buscar mecanismos para resolver problemas de comercialización e incentivar la investigación de nuevos mercados y nuevos productos.”⁴

Existen diversos autores que solventaron su propia definición de creación de empresas:

⁴ ART, LEY 1014 DE 2006. DE FOMENTO A LA CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO.

Ricardo Romero, autor del libro "Marketing", define la empresa como "el organismo formado por personas, bienes materiales, aspiraciones y realizaciones comunes para dar satisfacciones a su clientela" ⁵

Julio García y Cristóbal Casanueva, autores del libro "Prácticas de la Gestión Empresarial", definen la empresa como una "entidad que mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados"⁶

Para Simón Andrade, autor del libro "Diccionario de Economía", la empresa es "aquella entidad formada con un capital social, y que aparte del propio trabajo de su promotor puede contratar a un cierto número de trabajadores. Su propósito lucrativo se traduce en actividades industriales y mercantiles, o la prestación de servicios" ⁷

El Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., define a la empresa como una "unidad económica de producción, transformación o prestación de servicios, cuya razón de ser es satisfacer una necesidad existente en la sociedad" ⁸

El Diccionario de la Real Academia Española, en una de sus definiciones menciona que la empresa es una "unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos" ⁹

La creación de empresa como tal es un proceso de estudio que se lleva a cabo por mucho tiempo, es importante analizar y efectuar un proyecto de factibilidad para afianzar el futuro de la empresa. Antes de dar el paso a la creación de empresa se debe generar una idea de negocio donde se establezcan todas las herramientas

⁵ ROMERO, RICARDO, 2006, PALMIRA, COLOMBIA, DEL LIBRO: MARKETING, EDITORA PALMIR E.I.R.L., PÁG. 9. <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definicion-concepto.html>

⁶ DEL LIBRO: PRÁCTICAS DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL, DE JULIO GARCÍA DEL JUNCO Y CRISTÓBAL CASANUEVA ROCHA, MC GRAW HILL, PÁG. 3

⁷ DEL LIBRO: DICCIONARIO DE ECONOMÍA, TERCERA EDICIÓN, DE ANDRADE SIMÓN, EDITORIAL ANDRADE, PÁG. 257.

⁸ DEL LIBRO: DICCIONARIO DE MARKETING, DE CULTURAL S.A., PÁG. 110.

⁹ DEL SITIO WEB: WWW.RAE.ES, DEL DICCIONARIO DE LA LENGUA ESPAÑOLA, DE LA REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, URL DE LA PÁGINA WEB = <http://www.rae.es/>.

instaladas que sostengan el proceso de crecimiento de la empresa. Por último determinar la inversión que necesita la idea para poner en marcha y buscar las diferentes entidades de financiación que prestan sus servicios. Para muchos empresarios la empresa es un hijo que se debe tener un cuidado especial.

9.3. INNOVACION

Existen muchos conceptos sobre innovación, el cual esta palabra es compatible con cualquier actividad que un ser humano realice. La innovación hace referencia a la creación de nuevos productos, servicios o actividades con la funcionalidad de ser productivo. Otras definiciones más puntuales son:

- “INNOVAR proviene del latín innovare que significa, acto o efecto de innovar, tornarse nuevo o renovar, introducir al mercado una novedad... INNOVAR también significa, alterar, cambia, mudar modificar transformar, transmutar, variar corregir, rectificar y muchas más acciones que utilizamos para establecer cambios físicos de algo”.¹⁰
- “Innovación es la transformación de CONOCIMIENTO en nuevos productos y servicios. No es un evento aislado sino la respuesta continua a circunstancias cambiantes”.¹¹
- Charles Leadbetter argumenta que la innovación dejó de ser un tema exclusivo del sector profesional. Hoy día, aficionados apasionados y emprendedores utilizan nuevas herramientas para crear productos y paradigmas que las empresas no pueden.

¹⁰ DEL SITIO WEB: <https://es.wikipedia.org/wiki/Innovaci%C3%B3n>

¹¹ Bob Nelson, 1001 Ways to Take Initiative, - “Innovación es la explotación exitosa de las ideas”. UK Department Trade and Industry.

En base a las definiciones anteriormente mencionadas podemos concluir que la innovación es un proceso fundamental en las organizaciones, por el cual fluyen ideas nuevas, y como resultado es un valor agregado a los productos o servicios que ofrece la empresa.

Se debe considerar la innovación como un proceso continuo, sustentado en una metodología que genere conocimiento, el aprovechamiento de nuevas tecnologías, o la generación de oportunidades de innovación.

9.4. PPOSICIONAMIENTO

El posicionamiento juega en la actualidad un papel muy importante para las empresas, ya que permite ubicar de manera específica el lugar que ocupa una empresa o un producto en la mente de los consumidores. Cuando las empresas han decidido finalmente en qué segmento quieren estar o en cuál quieren entrar, tienen que decidir qué posición quieren dentro de este. “La posición de un producto es la forma en que los consumidores definen el producto con base en sus atributos importantes: el lugar que el producto ocupa en la mente de los consumidores, en relación con los productos de la competencia. El posicionamiento implica implantar los beneficios distintivos y la diferenciación de la marca en la mente de los consumidores.”¹²

Cuando los consumidores tienen que tomar la decisión de compra lo hacen rápidamente por lo que tienen en sus mentes y por las ideas que llevan anticipadamente. No siempre evalúan las posibilidades, ventajas y desventajas de cada producto en el momento de adquirirlo.

PASOS Y ESTRATEGIAS PARA EL POSICIONAMIENTO

¹² KOTLER, Philip; Fundamentos de Marketing, Pág. 260

Los consumidores pueden posicionar una marca en su cabeza a partir de uno solo de los componentes de la mezcla de mercadeo (producto, plaza, promoción y precio). Sin embargo, las empresas tienen que escoger el componente por el cual se van a distinguir y decidir cuál es la mejor.

Cada paso se debe entender así:

Cuando se habla de identificar las posibles ventajas competitivas se refiere a conocer al cliente, sus necesidades, sus requerimientos, y sobre todo conocerlo mejor que los competidores para así poder llegar a ellos de manera adecuada. La ventaja competitiva debe ser entendida como las características que tiene la empresa en cuanto a producto, precio, plaza y promoción que identifican a la compañía y que la hace diferente con respecto a la competencia, ya que es algo difícil de imitar. La ventaja competitiva debe ser importante, distintiva, superior, comunicable, exclusiva, asequible y rentable.

“En la medida que una empresa se pueda posicionar como proveedor de más valor a los mercados meta seleccionados, obtiene ventaja competitiva”¹³ Esto es de lo que se habla, esta ventaja es la que se necesita sobre la competencia. Sin embargo, esto no es tan sencillo pues en realidad se tienen que buscar los agentes diferenciadores ya que a los clientes se les tiene que ofrecer lo prometido. No se puede ilusionar al cliente o hablar de productos y de características que realmente no existen pues de esta manera se estaría causando el efecto contrario, es decir que se estaría alejando a los compradores del producto.

Para diferenciar un producto de otro se deben considerar una variedad de puntos. Existe la diferenciación del producto como tal, es decir por qué un producto resulta mejor que otro bien sea refiriéndose a calidad, durabilidad, separabilidad, confiabilidad, entre otros, y también existe el ambiente externo al producto, todo lo que tiene que ver con él pero de

¹³ KOTLER, Philip; Fundamentos de Marketing, Pág. 261

Manera indirecta, es decir que acompaña al producto, como son entendidas como las funciones terciarias del producto (empaquete, presentación, tamaño, etc.). Esto sería como diferenciar los servicios que acompañan el producto. Entre estos se encuentran las instalaciones, el servicio como tal que se ofrece, los horarios de funcionamiento, la atención brindada por parte de los vendedores, las comodidades del establecimiento, etc.

Ahora bien, otro aspecto por el que podemos diferenciar un producto es por su servicio de capacitación a los clientes o consultorías, que para el caso de la empresa que trabajaremos en el estudio se refiere al servicio al cliente tanto en el almacén como en la instalación y servicio postventa. Al hacer esto se logra que los clientes se sientan importantes y satisfechos con el servicio que se les está brindando y así generamos motivación lo que finalmente incrementará las ventas para la empresa. En el momento en que los consumidores se sientan de una u otra manera parte de la empresa se logrará una recordación por parte de ellos y de la misma manera una lealtad hacia el producto o servicio que se ofrece.

También encontramos empresas que practican la diferenciación de canal, y de esta manera obtienen la ventaja por la forma en que establecen los conocimientos y el desempeño del canal utilizado. Otro aspecto a considerar en la obtención de ventajas competitivas es la diferenciación de personas, es decir el material humano o personal con el que trabajamos. Al hacer correcta la selección de personal y al capacitar bien a los empleados se obtiene mejores resultados dado que cumplen con su trabajo eficaz y eficientemente acorde con los lineamientos de la compañía.

Es claro que la parte humana de la empresa es, si no lo más importante, uno de los factores relevantes para que ésta funcione correctamente. Es por esto que se debe considerar la contratación del personal adecuado para cumplir las metas y aprovechar las ventajas fácilmente.

Adicional a lo anterior se debe considerar la diferenciación de imagen, bien sea de la empresa o de la marca como tal. Una buena imagen debe expresar los beneficios y los aspectos distintivos del producto, motivo por el cual se requiere de intenso trabajo y creatividad. Si de imagen se trata, se puede hablar de los símbolos pues estos, en muchos casos, son los encargados de darle la importancia o de dar el valor agregado al producto que se desea adquirir.

Después de hacer este análisis y de entender esto se tiene en cuenta el segundo punto, la selección correcta de las ventajas competitivas y la estrategia de posicionamiento. Una empresa puede descubrir varias ventajas competitivas y tiene que decidir cuantas y cuales son mejores para promoverlas. Cuando se habla de esto se encuentran diferentes opiniones. Hay mercadologías que piensan que cuando se tiene un producto no se debe tener más de una ventaja pues se puede confundir al cliente. Es mejor tener sólo una, pero trabajarla bien y sacarle todo el provecho que se pueda, lo principal es que sea una ventaja sostenible, no temporal.

Otro concepto es que un producto o servicio debe compartir más de una ventaja pues se estaría abarcando más y sería un trabajo más completo. También es útil hacerlo pues no se sabe si la competencia está usando la misma ventaja y no está permitiendo la diferenciación deseada. Aunque el tener tantas ventajas puede despertar incredulidad y desconfianza en el cliente convirtiendo esto en un error, por lo cual vale la pena aclararle al cliente las ventajas puntuales del producto o servicio.

10. DISEÑO METODOLOGICO

Esta investigación es de tipo descriptivo, dado que se busca una descripción exacta del proceso evolutivo de la empresa objeto de estudio, en este caso PINCEL Y CHOCOLATE, siendo este un trabajo de grado tipo creación de empresa.

10.1. TIPO DE INVESTIGACION

En este apartado se presenta la metodología que se siguió para llevar a cabo cada una de las diferentes etapas de este proyecto. Durante esta investigación, se empleara el método descriptivo, el cual comprende procesos cualitativos que se utilizan en investigaciones que tienen el objetivo de evaluar algunas características de una población o situación particular.

Por medio de esta, se podrá obtener un panorama que permite perfilar las situaciones que se buscan como posicionamiento y satisfacción del cliente.

10.2. CARACTERIZACION DE LA POBLACION

Pincel y chocolate enfoca sus servicios principalmente en las mujeres, en un rango de edades de 25 a 54 años de la ciudad de Girardot. Teniendo en cuenta el gusto y deseo propio por el cuidado corporal, salud integral y limpieza en sus manos y pies.

La población total de la ciudad de Girardot, según un estudio del DANE para el año 2016, es de 105.701 habitantes, siendo el 96 % de la población de zona urbana y el 4% restante pertenece a una zona rural. De acuerdo a esta investigación y el segmento de la empresa Pincel y chocolate, se tendrá en cuenta el total de mujeres de la ciudad de Girardot que implanta por 55.782 mujeres girardoteñas, correspondientes al 52% de la población total.

En el siguiente cuadro se puede apreciar el mercado disponible y el mercado potencial.

GRUPOS DE EDAD	2016				
	TOTAL H-M	HOMBRES	%	MUJERES	%
0 -4	7.755	3.918	50	3.837	49
5 A 9	7.835	3.871	49	3.964	50
10 a 14	8.017	3.887	48	4.130	51
15 a 19	8.095	3.898	48	4.197	51
20 a 24	8.904	4.275	48	4.629	51
25 a 29	9.119	4.526	49	4.593	51
30 a 34	7.446	3.462	46	3.984	53
35 a 39	6.650	3.210	48	3.440	52
40a 44	6.258	2.946	47	3.313	53
45 a 49	6.840	3.194	46	3.646	54
50 a 54	7.081	3.327	47	3.754	53
55 a 59	6.019	2.747	45	3.272	55
60 a 64	4.790	2.131	44	2.659	56
65 a 69	3.815	1.692	44	2.123	56
70 a 74	2.764	1.175	42	1.589	58
75 a 79	2.138	844	39	1.294	61
80 y mas	2.175	817	37	1.358	63
TOTAL	105.701	49.920		55.782	

Ilustración 3

El mercado disponible es un total de 55.782 mujeres que habitan en la ciudad de Girardot, y el mercado potencial concierne a las mujeres que se encuentran en el rango de edad de 25 hasta 54 años, por ende, es un total de 22.730 mujeres habitantes de la ciudad de Girardot.

Siendo este valor el 40% del mercado disponible.

10.2.1. MUESTRA

Frente al muestreo, dentro de la investigación descriptiva, estas son las condiciones que se utilizarán basados en la siguiente fórmula

N = tamaño de la muestra

Z = margen de confiabilidad

P = probabilidad de que se realice el trabajo

Q = probabilidad que no se realice el evento

E = error permitido

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \times P \cdot Q}{(N-1) \times E^2 + Z^2 \times P \cdot Q}$$

$$n = \frac{22.730 \cdot (1,96)^2 \times (0,5) \cdot (0,5)}{(22.730-1) \times (0,005)^2 + (1,96)^2 \times (0,5) \cdot (0,5)}$$

$$n = \frac{22.730 \cdot (3,8416) \times (0,25)}{(22.729) \times (0,0025) + (3,8416) \times (0,25)}$$

$$n = \frac{87.315,72 \times (0,25)}{56,82 + 0,9604}$$

$$n = \frac{21.828,93}{57,7804}$$

$$n = 377,79$$

$$n = 378$$

10.3. TECNICAS DE RECOLECCION DE INFORMACION

El instrumento a utilizar en esta investigación serán las encuestas, con el fin de investigar la satisfacción y el posicionamiento de la empresa pincel y chocolate. Se les realizara encuestas a mujeres que habiten en la ciudad de Girardot y que se encuentren en el rango de edad de 25 a 54 años. Para ello visitaremos empresas públicas y privadas de la región; igualmente, se llevarán encuestas a los barrios cercanos al establecimiento.

10.4. ENCUESTA

Para poder llevar a cabo la encuesta, se tuvo en cuenta dos factores importantes en el momento de definir las preguntas, los cuales fueron definir concretamente el posicionamiento de la empresa y la satisfacción del cliente. Como resultados se presenta la siguiente encuesta:

1. Nombre el primer spa de uñas que tenga en su mente

2. ¿Con que frecuencia visita estos lugares?

Semanal Quincena Mensual

3. ¿conoce la empresa pincel y chocolate?

Sí No

4. ¿Cómo califica el servicio de pincel y chocolate?

Malo Bueno Muy bueno

5. ¿Por qué medio se enteró de esta empresa?

Redes sociales vos a vos emisora

6. ¿Cuál de estos factores cree usted que exista en pincel y chocolate y lo haga diferente a los demás?

Calidad servicio

¿Decoración del lugar otro cuál? _____

7. ¿Recomendaría usted esta empresa?

Si no

10.5. RESULTADOS

Después de haber encuestado a 378 personas de la ciudad de Girardot, se llevó a cabo la organización de las encuestas y posteriormente a tabular la información. Luego de este procedimiento, se detalla cada una de las preguntas contestadas por

los encuestados, por ende, se realiza un análisis para determinar el posicionamiento y el servicio de la empresa Píncel y Chocolate.

A continuación, se presentan los resultados por cada pregunta de la encuesta

1. Nombre el primer spa de uñas que tenga en su mente

Esta pregunta contiene un factor determinante que revela cuales son las empresas que logran penetrar los pensamientos de los consumidores y consiguen ese TOP OF MIND tan anhelado por muchos y alcanzado por pocos. Como resultados de 378 mujeres encuestadas, nombraron un total de 19 empresas de Girarot.

EMPRESA	ENCUESTADOS
almacen felipe	98
pincel y chocolate	77
felipe garzon	60
uñas finas	41
spa karen	36
agata	18
arte en tus uñas	14
princess	8
glam	5
innova	4
bloom nails	4
nails art	3
cielo rosa	2
free girls	2
spa mediterraneo	2
stefanny avila	1
la nena	1
laskmi nails spa	1
spa joa	1
TOTAL	378

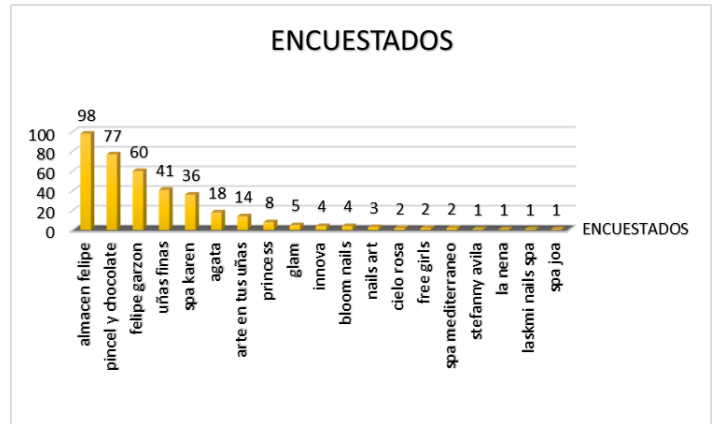


Ilustración 4

Con los resultados de esta pregunta, analizamos que la empresa “Almacén Felipe” es la más recordada por las personas encuestadas, ya que 98 personas la nombraron, siendo esta una fracción del 25,92 % del total de la muestra. Seguida de Pincel y Chocolate con un total de 77 personas y un porcentaje del 20,37%, ubicándola en la segunda posición. Como análisis se puede determinar que una empresa en crecimiento como lo es Pincel y chocolate, se ve reflejado el trabajo que han realizado para lograr permanecer en las mentes de estas personas.

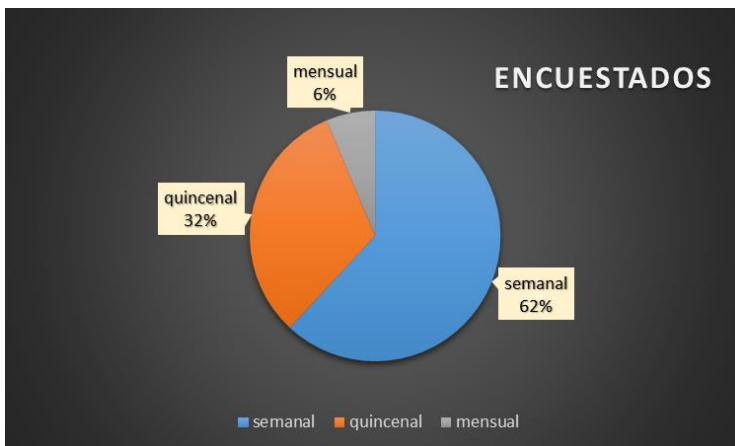
2. ¿Con que frecuencia visita estos lugares?

Semanal Quincenal Mensual

frecuencia de visita	ENCUESTADOS
semanal	234
quincenal	120
mensual	24
TOTAL	378

Ilustración 5

En esta pregunta, se dio a conocer las repeticiones que un cliente puede ir a un spa de uñas durante el mes, en el cual 234 mujeres respondieron que asisten 4 veces durante el mes, esto es equivalente al 62% de la muestra. Mientras que el otro 38% se reparte visitando un spa quincenal (120 mujeres; 32%) y mensual (24 mujeres; 6%).



3. ¿conoce la empresa pincel y chocolate?

Sí No

conoce esta empresa	ENCUESTADOS
si	316
no	62

En esta pregunta, se manifestó un factor muy importante, el cual es el reconocimiento que tiene las personas con la empresa, en este caso con Pincel y Chocolate; por el cual, se brindó datos favorables con un 83,59% de la muestra conoce la empresa, mientras que el restante desconocía completamente la empresa. Con esta pregunta y los datos suministrados, se sigue analizando las respuestas de las siguientes preguntas, es decir, el número de encuestados para las siguientes preguntas es 316 personas.

4. ¿Cómo califica el servicio de pincel y chocolate?

Malo Bueno Muy bueno

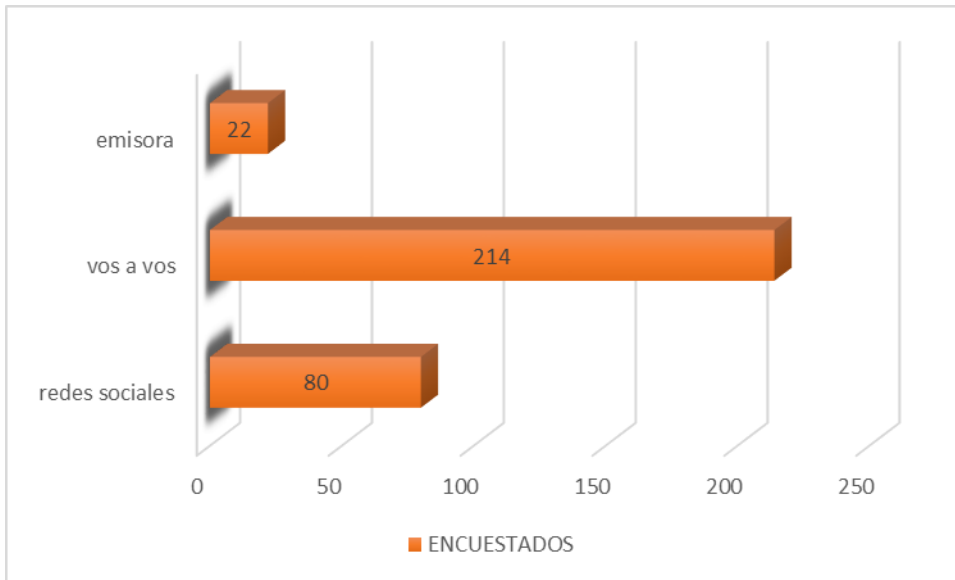
calificacion	ENCUESTADOS
malo	10
bueno	59
muy bueno	247
TOTAL	316

El análisis a esta pregunta, hace referencia a las personas que han visitado la empresa y según las experiencias vividas en los momentos visitados, han calificado como malo, bueno o muy bueno. Por lo tanto, podemos decir que de las 316 personas que han visitado pincel y chocolate, han gozado momentos felices en sus visitas, ya que calificaron el servicio como “muy bueno”.

Por otra parte, un 18,6% de la muestra han calificado el servicio al cliente como bueno, esto indica que no han llenado las expectativas con las que pensaban que iban a obtener de esta empresa. Por ultimo, 10 personas de las 316 encuestadas, afirmaron haber tenido una mala experiencia con el servicio, y por ende lo calificaron como “malo”.

5. ¿Por qué medio se enteró de esta empresa?

Redes sociales vos a vos emisora



La empresa Pincel y Chocolate, ha realizado pocas estrategias de publicidad, solamente han acogido la herramienta de emisora y redes sociales. Para esta pregunta se tuvo tres ítems que el encuestado pudiera escoger como fue la forma en la que se enteró que esta empresa existía, y revelando los resultados, la mayor fuente para dar a conocer esta empresa fue el vos a vos con un total de 214 mujeres, seguido de las redes sociales por 80 personas y por ultimo 22 personas que escucharon ciertas cuñas en emisoras.

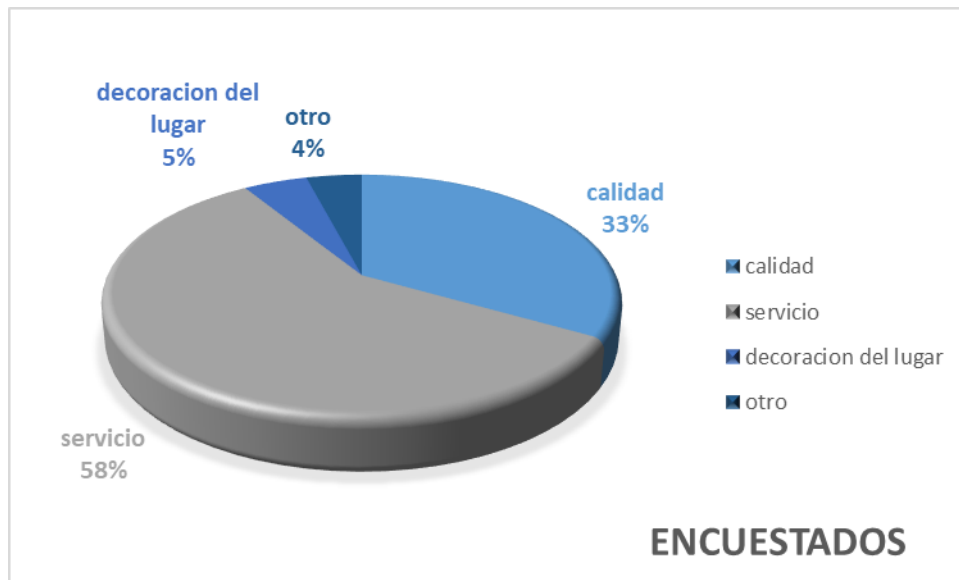
6. ¿Cuál de estos factores cree usted que exista en pincel y chocolate y lo haga diferente a los demás?

Calidad

servicio

Decoración del lugar otro cuál?

diferencia	ENCUESTADOS
calidad	105
servicio	183
decoracion del lugar	15
otro	13
TOTAL	316



El valor agregado es la característica extra que un producto o servicio ofrece con el propósito de generar mayor valor dentro de la percepción del consumidor. Éste término puede ser el factor determinante entre el éxito o el fracaso que una empresa tenga, debido a que se encarga, también, de diferenciarla de la competencia.

Es de vital importancia conocer que piensa los consumidores sobre los factores que se implantaron; y como resultado con un 58% piensan que la gran

diferencia de Pincel y chocolate frente a sus competidores es el servicio al cliente.

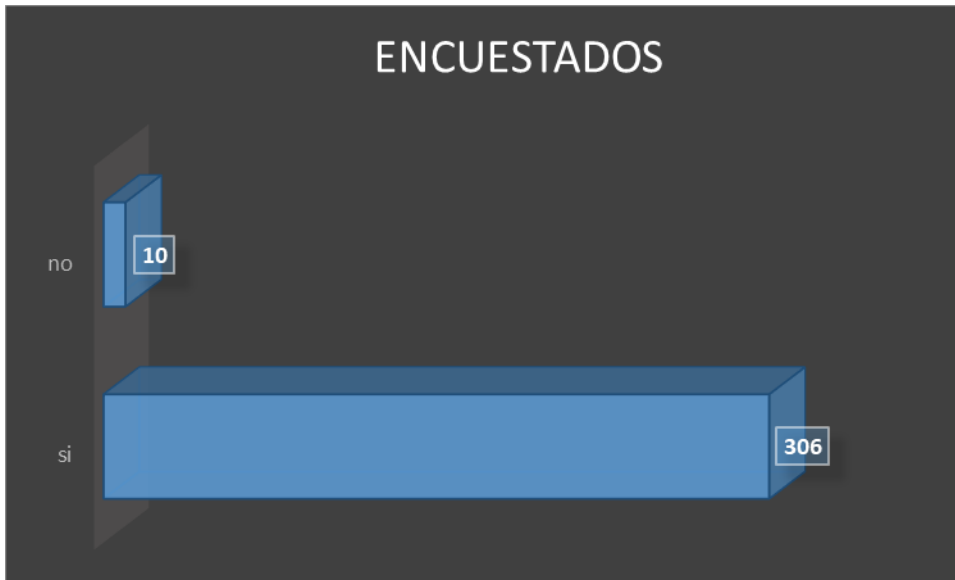
Pincel y chocolate ha tratado de fortalecer esta ventaja que posee, implementando estrategias, capacitaciones y diversas herramientas para que los clientes se sientan lo más felices y cómodos posibles.

Como segundos ítems se encuentra la calidad con el 33 %, ya que pincel maneja una estrategia de precios bastante agresiva, eso hace pensar que la calidad no sea la mejor; por el contrario, la calidad de sus servicios son garantizados, la clave está en sustituir el precio de venta alto por el volumen de venta, incrementando el público.

Luego abarcan la decoración del lugar con un 5%, siendo este un centro de atención con colores llamativos y esculturas originales. Por ultimo existe un 4% de personas que marcaron el ítem de "otro", el cual corresponde a 13 encuestados que 10 de ellos no marcaron ningún factor y los 3 restantes se refirieron al servicio de bar que la empresa ofrece, ya que en Girardot no hay otro lugar similar.

7. ¿Recomendaría usted esta empresa?

Si no



Como última pregunta de la encuesta, se preguntó si recomendaría la empresa Píncel y chocolate, y como deducción 306 personas dijeron que si y 10 decidieron que no era una buena opción. Por lo cual se ve reflejado el nivel de satisfacción en alto.

10.6. CONCLUSION

Como conclusión de esta investigación podemos analizar que la empresa Píncel y chocolate refleja un alto nivel de confiabilidad y de posicionamiento, ya que un mayor porcentaje de los encuestados la conocen y visitan el lugar.

Con una trayectoria mayor se encuentra Almacén Felipe; cuenta con más de 20 años prestando sus servicios, y según la información recolectada por la encuesta anteriormente nombrada, es la empresa más conocida por los encuestados.

Como resultado final se puede aclarar que Píncel y chocolate va por buen camino, con tan solo 7 años en el mercado, ha sido capaz de penetrar la mente de muchos girardoteños y convencerlos de que compren sus servicios.

10.7. EVOLUCION DE PINCEL Y CHOCOLATE

10.7.1. ANTECEDENTES DE PINCEL Y CHOCOLATE

Todas las personas pueden cumplir sus sueños y metas, solo deben actuar y no quedar en la mente y los pensamientos.

La vida comparte las mismas posibilidades a cada uno de las personas, la única diferencia es la actitud que se guarda cuando deciden emprender.

La protagonista es ANGELA ROCIO RUIZ ALFONSO, nació en Bogotá el 10 de noviembre de 1983, su madre se llama FLOR ALBA ALFONSO y su padre EDGAR RUIZ dos personas emprendedoras.

Vivió y nació en un hogar disfuncional, lleno de odio, maltrato y un futuro perdido, pero con una abuela estupenda que la cuidaba y le enseñaba el sentido de la familia. Durante esa etapa, sus padres no le brindaron el cariño necesario por la convivencia que se trataba en ese hogar; pero esos días se iban acabar, y fue cuando su madre decidió cambiar de vida, dejando definitivamente a su pareja; desde entonces la cuestión económica iba ser un factor relevante ya que ella sola generaba menos ingresos para el sostenimiento de Ángela, por este motivo, la menor tuvo que aprender a trabajar.

Principalmente su madre se vio en la tarea de trabajar como empleada de aseo en hogares junto con Ángela, desde las 5 am hasta las 9 am; y al mismo tiempo laboraba en un almacén de ropa, en ese lapso de tiempo, Ángela Ruiz se presentaba en la escuela. Pasaron cuatro años de vida con esa trayectoria, hasta que observaron una oportunidad de vida más fácil en una ciudad mucho más pequeña como lo es Girardot. Pero surgían más problemas, el sustento económico no era suficiente para que la señora Flor pudiera trasladarse con su hija Ángela, así que la decisión más oportuna fue dejarla en manos de su abuela.

Pasaron los años y Ángela creció junto con su abuela, hasta el punto en que se tomaron riendas en el asunto y ella decide irse para Girardot con su madre; con 12 años de edad Ángela empezó a estudiar en un colegio público. De igual forma ella observaba el esfuerzo de su madre por abastecer las necesidades básicas, así que

como decisión equitativa decidió entrar a un curso de manicure y pedicura, aunque para ella la idea no fue la mejor, porque en ese momento quería jugar, conocer amigas y vivir una infancia normal.

En el año 2.000 termino su estudio como bachiller del Colegio Cooperativo Espíritu Santo, en ese entonces la situación económica ya estaba estable, puesto que la señora Flor tenía bastante clientela y Ángela practicaba con las amigas del colegio. Así que, al culminar su trayecto educativo en el colegio, Ángela Ruiz decidió estudiar Contaduría Pública en la Universidad Piloto de Colombia; contaba con todo el apoyo de su madre, porque ella no quería que su hija viviera una vida similar a la de ella, así que la sustentó en todas las oportunidades que a su hija se le presentaban.

La vida está llena de momentos, ya sean felices, tristes, complicados, etc., pero lo más importante es saber llevarlos y superar las adversidades. A los 17 años de edad, Ángela quedó embarazada de su novio, quizá fue una de las noticias más impactantes de su vida, su vida realizó un giro de 180 grados; su madre entró en depresión y sintió que su hija la había traicionado y había botado todos sus esfuerzos a la basura, así que con remordimiento decidió no ayudarla más con la educación y que ella misma se diera cuenta de cómo se superan los obstáculos de la vida. Ángela Ruiz sabía que iba a ser difícil, pero estaba segura que lograría salir adelante, él bebe no tenía la culpa de las cosas que ella hizo, empezó a trabajar mucho más fuerte de lo que solía hacerlo, cumpliendo jornadas de 12 horas, tenía que caminar o coger bus, y todo este tipo de situaciones hizo que ella empezara a amar esta profesión, laboro durante los nueve meses de embarazo. Pasaron los años y Ángela vivía con su hijo y su esposo FRANKLIN HERNANDEZ. Inicialmente se fueron a vivir en una casa donde arrendaban habitaciones, en las cuales se hospedaban en una de ellas, pero poco a poco el esfuerzo de los dos empezó a dar frutos y pudieron sobresalir y sacar adelante a su hijo. Gracias a su madre, Ángela se formó como una persona fuerte, trabajadora entregando siempre todo lo que puede y esto ha sido lo que la ha ayudado a salir de los momentos más difíciles de su vida.

Pero no todo es color rosa, el niño llamado FRANK STEVEN fue creciendo y necesitaba tiempo de cuidarlo, estar pendiente, alimentarlo, pero para ellos un día sin trabajar los perjudicaba significativamente. Muchas veces Ángela tuvo que llevarlo con ella a las casas que visitaba en los domicilios, y las señoras eran comprensivas con ella. Esta experiencia vivida la hizo pensar y reflexionar en todas las mujeres que pasan por esta misma situación y que peor aún viven solteras.

Pasaron tres años y vendría otra noticia impactante en su vida, su segundo hijo, MIGUEL ANGEL el cual para ella es una bendición, por lo tanto, no sufrió tanto, ya que económicamente estaba mejor. Pero Ángela no podía seguir ofreciendo lo que su mamá y la academia le enseñó, ella quería saber muchas cosas más, quería ser grande y ofrecerles un futuro mejor a sus hijos. Así que tomó la decisión de irse para la ciudad de Bogotá a realizar una especialización, pero no tuvo en cuenta todas las circunstancias que vendrían tomando esa decisión tan repentinamente.

Lamentablemente cuando se toman malas decisiones, hay que enfrentar las situaciones y circunstancias que las mismas traen con ellas y Ángela sufrió con esa decisión; regaló sus pertenencias, para poder subsistir unos meses. Quizá fue una decisión egoísta, puesto que ella logró lo que quería, obtener su especialización, pero con ella pasaron necesidades tanto ella como sus hijos. Esta decisión hizo alejarse de su esposo.

En Bogotá la situación es un poco más complicada, los lugares son más alejados, el tráfico, la delincuencia, pero para Ángela nada de esto la impidió. Consiguió un trabajo en el centro comercial Tequendama, allí, entraba a las seis de la mañana, por ende, debía estar despierta a las tres y media, dejar hecho el almuerzo y alistar los niños para el colegio. Esta rutina perduró por un año que fue el tiempo que duraba la especialización, los hijos fueron los que más sufrieron, pero ella sabía que más adelante les podría brindar todo el bienestar y la vida que se merecen.

En el transcurso de nuestras vidas, las personas que pasan por ella, son de vital importancia porque cada una de ellas, van dejando una enseñanza y una lección en nuestras vidas; Ángela logró conocer muchas personas importantes que se fijaron en el esfuerzo y al amor con la que ella transbordaba su vida, lo cual ella los denomina “ángeles”.

Uno de ellos es el señor Luis Garzón, y le presento a la dueña de Yoli de Vogue, una empresa reconocida a nivel nacional de estética y productos de belleza. Ella compartió su historia y experiencia de la creación de empresa, lo cual para Ángela fue una motivación más para seguir luchando por ese pequeño camino que cada día era más grande. Ángela comenzó a involucrarse con personas importantes, ofreciendo sus servicios, lo más importante de esto fue que cambió su mentalidad y percepción de su trabajo, ella sabía que esta profesión la llevaría muy lejos.

Cuando obtuvo su especialización decidió retomar su vida en Girardot, pensando que sus clientes anteriores estarían esperándola. Pero se equivocó, fue mucho más difícil de lo esperado, le tocó empezar desde cero, lo más importante es que Ángela nunca se dio por vencida y siempre tuvo la esperanza de una mejor calidad de vida. En uno de los lugares donde iba a ofrecer sus servicios, llamado HACIENDA EL PASO, siempre soñó en implantar un spa ahí. Cada vez que iba, llevaba una sonrisa expresando esperanzas de cumplir su sueño. Hasta que un día recibió una de las llamadas más importantes de su vida, era la administradora de HACIENDA EL PASO, ofreciéndole un pequeño convenio para que distribuyera sus servicios en las casas de la hacienda. En ese momento Ángela tenía muchas preguntas y pensamientos positivos y negativos, ya que este lugar era relativamente solo, pero las personas que viven ahí son de bastante dinero y poder. A veces las oportunidades no son como uno desea, pero se debe trabajar en ella para construirlo en beneficio propio. Ella tenía claro la seguridad de su trabajo, el potencial, el don y el arte de esa profesión.

Así como existen personas que lo ayudan a crecer, también hay personas que estacan y obstaculizan el camino y la proyección, Ángela no fue la excepción, hubo gente que le decía que no lo hiciera, que se apartara de ese lugar, que los masajes no son buenos, etc. Pero ella hizo caso omiso a esto, y siguió su camino esperanzada de sus proyectos.

Su primera experiencia en HACIENDA EL PASO fue con una señora llamada Yolanda, el cual le agrado bastante el servicio que Ángela le prestó, por consiguiente, llamo a todas las personas hospedadas comunicándoles el buen trabajo de Ángela. Como reacción a esta acción, fue una agenda de 12 turnos para el día siguiente.

Ángela no lo podía creer, así mismo también fue notificada la administradora quien tampoco podía creer la situación que se presentaba. Anteriormente las esteticistas no vendían lo que ella vendió. Para lo cual las expectativas fueron gigantes.

Así transcurrió un año y los mismos socios decían que el lugar no era el adecuado, ya casi no les gustaba ir y era lógico, acostumbrado a ir a los mejores spa del mundo y Ángela Ruiz atendiéndolos en una carpa.

Un día se acercó el presidente de la junta, el señor Roberto Cabinza, le dijo que la admiraba y que sería una gran empresaria, para Ángela le sonó un poco gracioso porque sus proyecciones no eran tan complejas; pero desde ese momento se volvió cliente y siempre compartían experiencias.

Un día platicaron durante muchas horas y llegaron a tocar el tema de querer saber cuál era el spa de sus sueños; ella con una sonrisa expresando que sería imposible le respondió que lo quería similar al de la esposa de Carlos Vives, para lo cual el señor Roberto le dio la grata noticia que iban a mejorar el spa de la hacienda para que pudiera prestar un mejor servicio y bienestar a sus clientes. Para Ángela fue una noticia espectacular, ya que ese lugar en poco de 2 años conoció muchas personas exitosas, vivió experiencias únicas, alegrías inigualables.

10.7.2. CREACION DE PINCEL Y CHOCOLATE

Pero nuevamente aparece otro ángel la señorita Colette, una clienta muy allegada a la señora Flor, se presentó la oportunidad de atenderla y Ángela se tomó como sorpresa que ella sabía absolutamente toda la vida de ella, sus logros, esfuerzos caídas y demás experiencias. El principal consejo que la Señorita Colette le brindo fue presentarse en la universidad a estudiar, y que ese estilo de vida solamente los exitosos la llevan. Para Ángela fueron palabras motivadoras y fue en el momento indicado para que Ángela retomara y ampliara su hoja de vida académica. En ese momento se inscribió en la Universidad de Cundinamarca al programa de Administración de Empresas de la ciudad de Girardot.

Ángela entro el año 2012 en camino a un nuevo proyecto de su vida, pero esta vez con un pensamiento más maduro, y enfocando todos sus conocimientos y actividades en su profesión.

Durante el primer semestre cursado, Ángela pensó en no trabajar más domicilios y cambiar esa cultura; siendo los clientes quien visitan un local. Los profesores sin aun conociéndola la apoyaron y le dieron las fuerzas necesarias para ello. Sin pensarlo dos veces, Ángela se puso en la tarea de buscar local para su empresa. Lo encontró en un barrio popular y en ese momento se encontraba en crecimiento comercial, era una muy buena plaza para ello, por lo que no dudo en tomarlo; desde ese momento Ángela Roció Ruiz Alfonso ya hacia parte de ese gremio por el cual ella escogió.

A partir de ese momento, todos los conocimientos que Ángela adquiría los ponía en práctica en su empresa, cada semestre que pasaba, observaba algo para mejorar, el tiempo pasada y cada día Pincel y Chocolate crecían más y más. Tras el paso de los meses surgieron inconformidades dentro de la empresa, uno de ellos eran las asesoras, que no daban el 100% del rendimiento, así que Ángela empezó a cambiar su actitud frente a ellas.

Pero interesante, un reto personal; de repente en un año llegaron a tener diez trabajadoras y en enero fue un lapso de tiempo muy frustrante, en ese momento comenzó una rotación de personal impresionante, porque sabían que en ese instante PINCEL Y CHOCOLATE vendía.

PINCEL Y CHOCOLATE una empresa que no solo piensa en los suyos si no en una sociedad vulnerable q 2ue son mujeres universitarias, ayudo mucho, a medida que me informaban del manejo financiero decidí organizar muy bien el manejo del dinero, hoy en día llevo el control de mis ingresos.

Hace falta mejorar mucho en atención al cliente, es una falla en la que se está trabajando constantemente para que sea hoy en día un factor diferenciador de la competencia.

PINCEL Y CHOCOLATE cuenta con cuatro sedes la principal es la del barrio Kennedy, la segunda hacienda el paso, la tercera club puerto Penaliza y la cuarta hotel Paraíso Studio, contamos con un personal aproximadamente de 17 trabajadoras fijas y en temporada llega a tener 35 a 40 en las cuatro sedes.

En el año 2017 se creó un spa de manicure, peluquería y todo lo relacionado con la belleza, pero fue difícil, no se tenía quien estuviera al frente de este negocio y se decidió cerrar.

Aún hay mucha dificultad con el compromiso de las colaboradoras. Falta mucho camino por recorrer y aunque se tiene un reconocimiento de pincel en Girardot el reto no queda solo aquí. Se quiere tener un reconocimiento en el país y tener la posibilidad de generar empleo, demostrar que lo que hacemos es arte y es una profesión, conocer más empresarios, esto es lo que más motiva a seguir impulsando ésta gran empresa.

La señora Ángela Ruiz considera ser una mujer luchadora al igual que su madre, gracias a ella PINCEL Y CHOCOLATE se mantiene vivo en Girardot, Ángela se hace cargo de los SPA, los condominios son un nivel demasiado exigente y desgastante pero también es una escuela de conocimiento y en estos lugares se pueden conocer empresarios muy grandes que pueden aportar tips que ayudan al crecimiento y mantenimiento de ésta gran empresa.

10.7.3. ACTUALIDAD DE PINCEL Y CHOCOLATE

10.7.3.1. GENERALIDADES DE LA EMPRESA PINCEL Y CHOCOLATE

Pincel y chocolate más que una empresa, es una familia que cuenta con 6 años de experiencia en el mercado, cuidando el bienestar de uñas, cuerpo y piel; ofrece servicios personalizados de alta calidad en un ambiente relajante. Hemos diseñado

junto a un equipo de trabajo en belleza & estética tratamientos para revitalizar la mente y cuerpo.

10.7.3.2. SERVICIOS

La empresa cuenta con una variedad de servicios para generar satisfacción en las personas que se los realiza, los cuales son:

10.7.3.3. SPA DE MANOS Y PIES

Spa de manos y pies es un servicio que se presta para brindar a nuestro cliente limpieza, descanso y alegría en sus manos y pies, y para ello existe un protocolo a cumplir y obtener resultados beneficiosos:

1. **Limpiar:** En este proceso se hace un desmaquillado de manos y pies retirando el esmalte o residuos de un diseño realizado anteriormente.
2. **Limar:** Con una herramienta llamada lima se proporciona forma a la uña, ya sea cuadrada, redonda o almendrada; en caso de que sea caballero se procede a cortar.
3. Se procede a aplicar removedor de cutícula a todas las uñas, su función es ablandar el sobrante de cueros que los dedos poseen.
4. Remojar en agua tibia.
5. Se realiza el proceso de correr la cutícula y retirar los excesos de piel muerta.
6. **Aplicación de hidratante de cutícula:** Este proceso es el de sellamiento de la cutícula.
7. **Masaje:** Se ejecuta un masaje por toda la sección, iniciando por la palma, pasando por cada articulación, y al mismo tiempo en cada uno de sus dedos creando una sensación de descanso y relajación, seguido de un lavado para retirar el producto aplicado.
8. **Esmaltado:** se presenta diferentes diseños y colores al cliente y el decide que desea realizarse.

9. Terminando el proceso se dialoga con el cliente para participar en una serie de fotografías al diseño escogido por el cliente.

DEPILACION

La depilación con cera se trata, básicamente, de sacar el pelo desde el folículo por debajo de la superficie de la piel. Se realiza aplicando una capa de cera derretida y se espera a que endurezca. Luego se saca con un tirón rápido y en dirección opuesta al crecimiento del vello, extrayéndolo desde la raíz. Las primeras veces que se realiza pueden ser dolorosas, pero estas molestias van disminuyendo cuando se hace en forma regular. Este proceso puede ser realizado en diferentes zonas del cuerpo:

CEJAS

1. Se realiza un estudio de la forma de las cejas.
2. Se procede a peinar las cejas para determinar una figura y los bellos que estén fuera de la figura.
3. Luego se aplica la cera a base de chocolate en las zonas limitantes de las cejas inculcando los bellos exteriores.
4. Se utiliza el lienzo para frotar encima de la cera puesta en la piel y quitarlo de manera inmediata.
5. Por último, se aplica crema hidratante en la zona depilada.

AXILAS

1. Se realiza un estudio de la forma de las axilas.
2. Luego se aplica la cera a base

3. de chocolate en las zonas axilar.
4. Se utiliza el lienzo para frotar encima de la cera puesta en la piel y quitarlo de manera inmediata.
5. Por último, se aplica crema hidratante en la zona depilada.

BIGOTE

1. Se realiza un estudio de la forma de la zona
2. Luego se aplica la cera a base de chocolate en la zona.
3. Se utiliza el lienzo para frotar encima de la cera puesta en la piel y quitarlo de manera inmediata.
4. Por último, se aplica crema hidratante en la zona depilada.

PIERNA

1. Se realiza un estudio de la forma de la zona
2. Luego se aplica la cera a base de chocolate en la zona.
3. Se utiliza el lienzo para frotar encima de la cera puesta en la piel y quitarlo de manera inmediata.
4. Por último, se aplica crema hidratante en la zona depilada.

MASAJE

El masaje es una acción que consiste en presionar, frotar rítmicamente y con una intensidad adecuada en todo el cuerpo, principalmente en masas musculares con fines terapéuticos, deportivos y estéticos. Su función principal es relajar el musculo, aliviar dolores, adelgazar y mejorar la circulación de la sangre, promueve la relajación y el bienestar espiritual y corporal del ser humano.

Para ello existen distintas técnicas que van relacionadas con un rol específico:

MASAJE RELAJANTE

Es una terapia manual destinada a mejorar el bienestar de las personas. Este masaje es un método de valoración y tratamiento manual en diferentes zonas del cuerpo donde se presente dolencias; y tiene como objetivo disminuir tensiones musculares, mejorar la circulación sanguínea y conseguir un estado mental de relación con manipulaciones y pulsos suaves.

MASAJE TERAPEUTICO

Este masaje es utilizado para mejorar la función circulatoria del cuerpo. Recupera movilidad de los tejidos musculares que se encuentren averiados, dañados y alivia el dolor; proporciona bienestar y relajación.

Esta técnica consiste en una serie de maniobras y va dirigida a las terapias de lesiones del cuerpo que previamente han sido diagnosticadas

PIEDRAS VOLCANICAS

El masaje con piedras volcánicas es una terapia que combina el masaje tradicional y la aplicación de piedras sobre el cuerpo a una temperatura adecuada que ayuda a que la energía fluya en todo el cuerpo, alivia tensiones musculares, tensiones articulares. Es una terapia muy completa la cual facilita la ayuda y el mejoramiento de los dolores crónicos en el cuerpo, especialmente óseos y musculares.

Elimina toxinas que nuestro cuerpo diariamente produce. Determina un equilibrio en el sistema nervioso y mejora la circulación sanguínea. También ayuda a la relajación, debido que el flujo de energía se mueva en todo el cuerpo durante el masaje e injerta una armonía en nuestro cuerpo mente y espíritu.

Produce en la piel luminosidad y su tonicidad cambia. Esta técnica se utiliza especialmente para aquellas personas de problemas nerviosos.

DEPORTIVO

Es una técnica específicamente diseñada para deportista; tiene como objetivo principal preparar los tejidos para un esfuerzo deportivo evitando así una lesión tanto en el entrenamiento como durante la competencia. Existen distintas técnicas para este masaje como la pre competición y el de recuperación el cual se realizan ya terminando el trabajo deportivo; en este proceso el paciente ya debe de haber realizado en enfriamiento que incluye la disminución del ritmo cardiaco, estiramiento e hidratación, para que así el siguiente paso a realizar sea el drenaje de los desechos metabólicos, reducción del hipertono muscular y de los posibles espasmos.

La fase del drenaje linfático es importante y se aconseja evitar técnicas de maso terapias muy intensas que pueden producir un espasmo inflamatorio. Las técnicas a utilizar son de rose, comprensiones rítmicas, vibraciones y banidos ascendentes.

BAMBUTERAPIA

Este masaje es de la cultura oriental, es considerado símbolo de bienestar, elasticidad y buena suerte. Como su nombre lo indica se realiza con cañas de bambú y es una terapia alternativa de relajación el cual su proceso es estimular profundamente la piel, los músculos, se trabaja especialmente en pies, espalda y rostro. Para realizar este masaje debemos utilizar varias cañas de bambú de diferentes tamaños aplicando un aceite para deslizarlos y con este mecanismo podemos realizar la fricción, persecución y presión lo cual produce o desencadena unos estímulos a nivel neuronal, circulatorio, energético y emocional. El beneficio de esta terapia es quemador de grasa y eliminar toxinas que mejoran, también combate la celulitis.

COCOTERAPIA

El coco terapia es un tratamiento para la piel, se trabaja con cocos después de que estos han sido limpiados, dándoles una postura lisa para poder trabajarlo sobre el cuerpo, este masaje actúa como des inflamatorio y es ideal para personas que poseen problemas de dermatitis atópica. El coco terapia es un tratamiento de moldeo y relajación.

DRENAJE LINFATICO

Es una técnica que se realiza con las manos, utilizando movimientos suaves y repetitivos; la zona a trabajar es la linfa, siendo así un control de mejora de cuadros edematosos, inflamaciones y retención de líquidos. Pero es una técnica que requiere mucha intuición y precisión; ya que la presión es un factor determinante y tiene como beneficio estimular la conmovión renal, estimula el sistema inmunológico. Esta terapia tener un lapso de tiempo de una hora y el ambiente se debe mantener armónico.

Negocio

MISION

En pincel y chocolate transformamos experiencias del día a día en felicidad y logramos satisfacer de manera integral las necesidades de salud, belleza y bienestar.

VISION

Ser la empresa de salud y belleza más grande a nivel nacional, generando un gusto en el hombre y la mujer moderno que disfrutan lucir bien, seguros y dispuestos a conquistar el mundo.

EL MEJOR SITIO PARA TRABAJAR

En Pincel y Chocolate ofrecemos a quienes formamos parte de la familia, todas las herramientas y aprendizaje necesario para el desarrollo integro como personas y laboral. Trabajamos con mujeres cabeza de familia y mujeres en busca de adquirir nuevos conocimientos; son mujeres capaces de adoptar doctrinas y procesos de nuestra actividad. Estamos comprometidos con la región y el desarrollo de la mujer emprendedora.

LA PRIMERA OPCION DEL CLIENTE

Estamos en el proceso del TOP OF MIND, caracterizándonos por nuestro servicio al cliente y el carisma que obsequiamos a nuestros clientes. Queremos ser la primera empresa dentro de las mentes de todos al nombrar o escuchar salud, belleza y uñas.

PRINCIPIOS DE PINCEL Y CHOCOLATE

Para nosotros resaltamos varios principios que nos han llevado al lugar donde estamos ahora:

VALOR: Generar valor en el servicio nos hace diferentes y nos ayuda a atraer y retener clientes.

SERVICIO AL CLIENTE: Para nosotros lo más importante es velar por la satisfacción de nuestros clientes, ya sean internos o externos; porque sabemos que ellos son los que cada día nos ayudan a crecer.

PRECIO: En la ciudad de Girardot, manejamos el precio mejor exequible a nuestro mercado, porque nuestra idea y modelo de negocio nos beneficia para generar utilidades.

VALORES DE PINCEL Y CHOCOLATE

Los valores representan la esencia de la empresa y la transparencia con la cual prestamos nuestros servicios:

RESPONSABILIDAD: Pincel y Chocolate cumple con responsabilidad en todos los procesos para sus clientes, de igual manera se cumple con los respectivos dones a los clientes internos.

ORIGINALIDAD: Somos pioneros en un modelo de negocio en el campo de belleza, y nos enfocamos en un solo servicio generando así más amplitud para más clientes, eso nos hace originales.

HONESTIDAD: Nuestra labor es transparente y limpia; para nosotros es importante que el cliente conozca el procedimiento y los utensilios desinfectados que vamos a utilizar para ellos.

TRABAJO EN EQUIPO: Para nosotros lo más importante es la colaboración que creamos entre jefes, y empleadas, ya que generamos un ambiente de armonía que potencializa las ventas de la empresa.

11. HERRAMIENTAS UTILIZADAS EN LA EVOLUCION DE PINCEL Y CHOCOLATE

La formación de las personas es un factor relevante para la creación de empresas, ya que de allí nacen todas las ideas y desarrollos que se llevara a cabo. Cabe resaltar que este conocimiento a nivel empresarial, conecta directamente en el crecimiento de ventas, obteniendo una ventaja competitiva.

Por otra parte, las personas emprendedoras también pueden optar el rumbo de ser autónomos; debe tener muy claro que su formación será el valor agregado o la diferencia frente a sus competidores y en concordancia, entre más formación obtenga, mayor su ventaja competitiva.

Según el libro “los secretos del éxito” en una de sus páginas nos indica una serie de virtudes que se tienen en cuenta para llegar al éxito:

- **“DETERMINACION INQUEBRANTABLE A LARGO PLAZO:** Fundar un negocio de éxito requiere mucho tiempo y, también, algunos tropezones. Para ganar millones se necesita mucho control de uno mismo y un gran empeño, así como renunciar a algunas diversiones. No se trata de hipotecar la vida familiar y el ocio, pero sí de racionarlo convenientemente.
- **VALENTIA:** El valor es vital porque un emprendedor de éxito debe dejar la relativa seguridad de trabajar para otros para convertirse en el único responsable de su destino.
- **AUTOCONFIANZA:** Debe creer en sí mismo, pero no pecar de autosuficiencia; antes de tomar cualquier decisión infórmese y, si es preciso, busque asesoramiento. Necesita carisma y capacidad para transmitir su entusiasmo y sus ideas, así como habilidad para rodearse de gente capaz.

- **TENACIDAD:** La mayoría de multimillonarios han tenido que oír una y otra vez que se estaban equivocando. Si no intenta algo, nunca sabrá si funciona.
- **VISION:** Siempre se habla del <<olfato>> de los ricos para los negocios. No es suerte, sino que nace de un buen conocimiento del mercado en el que se mueven y de grandes dotes de observación.
- **IMAGINACION:** Para ella, nada tiene límites; a menudo, la imaginación es más poderosa que la realidad. Úsela para verse <<volando>> por encima de la gente, para idear sus productos y para darle un nuevo giro a su empresa.
- **CAPACIDAD PARA CREAR BUENA SUERTE:** No esperen que las cosas sucedan, actúe y hágalo desde el convencimiento de que todo saldrá como desea.
- **AMBICION:** Parece de Perogrullo, pero a veces una ambición mal entendida puede acabar con la mejor de las ideas.
- **LIDERAZGO:** Debe saber arrastrar a los demás a la acción y, más importante aún, tiene que saber delegar. Los empresarios excesivamente controladores suelen asfixiar sus negocios.”⁶

Pincel y chocolate en su crecimiento ha tenido en cuenta distintos factores, estrategias y herramientas enfocadas en el emprendimiento para el desarrollo y crecimiento de sí misma. Como imagen ejemplar en la empresa se encuentra su fundadora Ángela Ruiz, formada en la Universidad de Cundinamarca, teniendo sus cimientos en el crecimiento independiente abarcando principalmente el emprendimiento. De allí, parte las herramientas que ayudaron a Pincel y Chocolate a ser lo que hoy en día es:

1. **ESFUERZO:** Ángela Ruiz ha dedicado la mayor parte de su vida en el mayor fruto de su vida que hoy es Pincel y chocolate. Durante su camino se ha tropezado miles de veces, pero lo más importante es la perseverancia y el

constante coraje para materializar su sueño. Los resultados que se consiguen están directamente relacionados con el esfuerzo que se propone.

2. **EXPERIENCIA:** La experiencia es una de las principales herramientas para el crecimiento de la empresa, empezando que su futuro debe ser coherente con lo que está forjando en el presente. Esto nos indica que la profesión que se esté desempeñando hoy, lo apasione y lo haga crecer fácilmente para su futuro.

3. **MENTORES:** En el transcurso de la vida, muchas personas se cruzan en el camino y de alguna u otra manera inciden en las decisiones que se toman. Ángela Ruiz tuvo la certeza de conocer muchas personas empresarias de gran magnitud; lo cual adquirió el conocimiento suficiente para tomarse de valor y crear su empresa. Pero no solamente se formó como empresaria, también como persona y supo entender dos cosas muy importantes en la empresa: “los clientes y los empleados”.
4. **UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA:** La universidad fue el primer objetivo que Ángela Ruiz se trazó para su gran sueño “PINCEL Y CHOCOLATE”, y fue la herramienta que más conocimiento le ha podido ofrecer tanto intelectual como espiritual; es así, que en ese mismo año se creó Píncel y chocolate como empresa formal; y no solo eso, fue el primer spa de uñas en Girardot. En el transcurso de los semestres, Ángela adquirió saberes y orden para la organización, a su vez los asentaba en su empresa.
5. **INNOVACION:** Píncel y chocolate en el momento que fue creado, impacto el mercado ofreciendo solamente un servicio, manicure y pedicura; siendo único en la ciudad de Girardot. Este modelo de negocio fue un plus y llamo mucho la atención, que inmediatamente respondió el mercado positivamente.
6. **ESPECIALIZACION:** La especialización fue necesaria en el momento en que abordó la competencia en el mercado, esta situación obligo a que la fundadora de Píncel y chocolate no se quedara únicamente con el conocimiento de la Universidad; si no que también se especializara en las diversas técnicas

y servicios estéticos. En concordancia en la empresa se diversificaron los servicios, convirtiéndose en un centro de estética integral; teniendo distintos puntos estratégicos en la ciudad y sus alrededores.

- 7. MARKETING:** Dentro de la empresa, se ha trabajado mucho el tema de marketing, y que, gracias a esta herramienta los clientes vislumbran y son satisfechos disfrutando de los servicios que pincel y chocolate prest para ellos. La relación marca y cliente, es el futuro de este mercado y esta empresa lucha diariamente para ser el Top of mind de esta región.
- 8. REDES SOCIALES:** El segmento de mercado de la organización, es muy joven, por lo tanto, se busca los canales de distribución adecuados para que el mensaje, la publicidad y las promociones sean directas. La mejor herramienta para esto, son las redes sociales que han respondido con resultados altamente positivos.
- 9. CONFERENCIAS:** Gracias el crecimiento que ha forjado esta empresa; Pincel y chocolate ha sido invitado a distintos eventos y conferencias apoyando al emprendimiento de la región; esta herramienta ha ejercitado el concepto de emprendimiento y a su vez comparten esta ideología con sus empleadas.

11.1. HERRAMIENTAS UTILIZADAS EN LA EVOLUCION DE PINCEL Y CHOCOLATE SUMINISTRADAS POR LA UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

Al iniciar Pincel y Chocolate, hubo un apoyo cognitivo por parte de la Universidad de Cundinamarca que ayudo a impulsar el emprendimiento que llevaría a surgir Pincel y Chocolate, ya que Ángela Ruiz fundadora y actual propietaria de ésta reconocida empresa de estética en Girardot tomo sus enseñanzas y las aplicó en su empresa. Las asignaturas que más tomaron relevancia hasta el momento para la puesta en marcha, funcionamiento y acreditación de dicha organización fueron las siguientes.

- Estando en primer semestre, aunque aún no se había creado Pincel y Chocolate una materia que dio perspectiva a la creación de dicha empresa fue

Pensamiento administrativo, la cual llevo a que muchas ideas se reunieran en una sola o poder poner en marcha la creatividad de su dueño. – **Diagrama de Pareto**

- En segundo semestre cuando ya se iba a poner en marcha la organización, una materia fundamental fue legislación comercial, la cual fue base para crear la legalidad y autenticidad de la empresa. – **Costumbre Mercantil**
- En tercer semestre la materia proyecto de empresa ayudó a impulsar y a condensar los conocimientos obtenidos hasta el momento, y así ir moldeando la empresa hacia una mejora continua que aún se sigue implementando. También tomó mucha relevancia la materia contabilidad general, puesto que dio un conocimiento más profundo a la importancia de llevar una contabilidad. – **Wunderlist - Wave**
- En cuarto semestre la materia que ayudo mucho a la organización financiera de la empresa fue costos y presupuestos, dado que ayudo a tener un mejor control de los gastos, inversiones y ganancias de la empresa, pincel y chocolate sólo llevaba registro de lo que vendían, pero no se tenía claro en realidad la rentabilidad que dicha organización tenia y así poder presupuestar en futuras inversiones. Otra materia importante fue legislación tributaria ya que ayudo a agilizar los procesos tributarios manteniendo orden en la empresa y evitar multas innecesarias. – **Indicadores Financieros**
- En quinto semestre con planeación y análisis financiero ayudó bastante en la toma de decisiones en el momento de invertir en la expansión de la empresa, puesto que ya se podía proyectar específicamente. Con sistemas de información gerencial se logró mantener un control de pedidos a domicilios, bases de datos de los clientes, base de datos de distribuidores e inventarios. Con procesos organizacionales la empresa empezó a trabajar más coordinado, puesto que se designaron roles, tareas y actividades específicas. – **Análisis vertical y horizontal – Diagrama de Árbol**

- En el sexto semestre cursado se impulsó las ventas con las estrategias aprendidas en mercadotecnia, logrando así llegar a más clientes y poder satisfacer a más personas. – **Pensamiento Lateral – Marketing de Confrontación**
- En séptimo semestre, con sistemas de producción se replanteó y se acomodó cada espacio de trabajo, para satisfacer a los clientes y hacer más productivos a sus colaboradores. Con los conocimientos en gestión humana, se implementó un mejor seguimiento a los trabajadores y se les dio mejor manejo tanto en el ámbito laboral como extra laboral. Y con calidad y normas técnicas, se homogenizó los tratamientos estéticos y así se logró reducir costos. –**Diagrama de Flujo – Test Mayers, Briggs**
- En octavo semestre con lo aprendido en evaluación de proyectos, se estableció que la empresa estaba creando valor, y se orientó a la idea de expandir en más municipios Pincel y Chocolate. – **VPN – TIR – WACC**

En los semestres noveno y décimo, ya se pudo ver estructuralmente la empresa Pincel y Chocolate como una empresa que en su futuro iba a ser grande, y aún se plantean ideas de expansión y mejoramiento continuo, las decisiones administrativas se toman con más calma, calculando riesgos y midiendo ganancias.

12. ANÁLISIS SITUACIONAL

12.1. EL ENTORNO EXTERNO

Presiones competitivas:

Este mercado en la ciudad de Girardot es abundante, ya que no se necesita de una gran inversión y el servicio a prestar es de fácil acceso. Es por eso que la competencia es grande pero sus estándares de calidad y el poco conocimiento administrativo son empíricos y el nivel de competitividad es bajo. Las principales competencias con las que Pincel y Chocolate diariamente compite son:

ALMACEN FELIPE: Es una empresa dedicada a la venta de productos de belleza, spa de uñas, peluquería y accesorios. Es una empresa con un recorrido extenso en la ciudad (aproximadamente 25 años), es decir, la empresa se encuentra en el ciclo de madurez generando muy buenos ingresos. Una de sus estrategias es la diversificación de sus productos y servicios; esto hace que un cliente adquiera y se dé el gusto de cualquier producto o servicio relacionado con la belleza. Manejan dos tipos de ventas, al detalle y al por mayor; ampliando su mercado satisfaciendo empresas de la región. La empresa está en proceso de cambio y mejoramiento ya que sus dueños son personas de edad y la manera de observar el negocio es un poco con-

servador; también el servicio que prestan es ineficiente y al tener bastantes productos, no han logrado controlarlos para satisfacer al cliente de la mejor manera. Aun así, es una de las empresas líderes en el mercado.

EMPRESAS INFORMALES: en Girardot este tipo de empresas rebosan y aún más en este mercado, pero sus estándares de calidad son bajos, no manejan publicidad y la mano de obra no es calificada. Esto hace que la competencia sea mínima.

12.2. ESTUDIO LEGAL

Toda organización social posee un pilar jurídico que regula los derechos y los deberes, en este estudio se indican cuáles son los requerimientos legales para la creación de empresa, este contexto jurídico parte desde la constitución, la ley, los decretos, las ordenanzas, acuerdos, hasta los reglamentos y las resoluciones, y se expresan de forma inmoderada o permisible.

CREACION DE EMPRESA

En la constitución de una empresa es necesario cumplir con diferentes requisitos estipulados en el Código de Comercio, se presentarán los siguientes requisitos:

- El nombre de las personas naturales, nacionalidad, número de identificación y domicilio que intervengan como otorgantes.
- La clase o tipo de sociedad que se constituye y el nombre de la misma.
- El domicilio de la empresa y de sus sucursales.
- El objeto social, las actividades principales.
- Consulta de clasificación por actividad económica código CIU
- Consulta de uso del suelo. DAPD
- Trámites ante la DIAN
- Formularios de matrícula mercantil

- El capital social, la parte del mismo que se suscribe y la que se paga por cada asociado en el acto de la constitución.
- Las fechas que deben hacerse inventarios y balances generales, y la forma de dividirse los beneficios, con indicación de las reservas que deba hacerlo.
- La duración precisa de la liquidación de la empresa para sus asociados.
- El nombre y el domicilio de la persona que será la representante legal.
- Copia de la escritura pública registrada en cámara y comercio de la ciudad.¹

ACREDITACION EN SERVICIOS DE SALUD

En la actualidad es importante formalizar a las empresas que garanticen la calidad de sus productos y servicios, llegar a esos estándares de servicios en salud por medio de la certificación por parte del ICONTEC, que establece por medio de la Ley 100 de 1993, en sus artículos 186 y 227 establece la creación de un Sistema de Garantía de Calidad y de Acreditación en Salud.

“Con el fin de mejorar la calidad en la prestación de los servicios de salud en los aspectos de accesibilidad, oportunidad, seguridad, pertinencia y continuidad, el entonces Ministerio de Salud reglamentó el Sistema Obligatorio de Garantía de Calidad de la Atención en Salud. La medida está contenida en el Decreto 2309 del 15 de octubre de 2002...”.

” ...Los estándares que se aplicarán evalúan procesos tales como respeto a los derechos de los pacientes, acceso al servicio, atención clínica y soporte administrativo y gerencial, en las instituciones que prestan servicios de salud y que quieran participar en el proceso de acreditación. Estas disposiciones están reglamentadas en la Resolución 1474 y en su anexo técnico”²

1. Código de Comercio, Art. 110. Pág. 53

2. Ministerio de la Protección Social, a través de la Resolución 003557 del 19 de noviembre de 2003.

Normatividad

Para peluquería (estética)

Resolución 2117 de 2010, por la cual se establecen los requisitos para la apertura y funcionamiento de los establecimientos que ofrecen servicio de estética ornamental tales como, barberías, peluquerías, escuelas de formación de estilistas y manicuristas, salas de belleza y afines y se dictan otras disposiciones. (Apertura y Funcionamiento Peluquerías.)

Para estética facial y corporal

Ley 711 de 2001: por la cual se reglamenta el ejercicio de la ocupación de la cosmetología y se dictan otras disposiciones en materia de salud estética. (Normatividad para Establecimientos Comerciales de Belleza.)

12.3. EL ENTORNO DEL CLIENTE

¿Quiénes son los clientes actuales y posibles de la empresa?

Los clientes potenciales se definen como mujeres de la ciudad de Girardot de estratos socioeconómicos 3,4 y 5; que oscilen entre 16 y 65 años de edad y que viven en la ciudad de Girardot, lugar donde será constituido el establecimiento comercial.

La característica de las mujeres que se consideran clientes potenciales, son aquellas que poseen un estilo de vida saludable. El estilo de vida saludable se piensa como una estrategia global, que hace parte de una tendencia moderna de salud, que básicamente está enmarcada dentro de la prevención de enfermedades y promoción de la salud. Tal vez el momento clave de esta tendencia o el inicio de esta tendencia fue en el año 2004 y se generó por una declaración de la organización mundial de la salud, para mejorar los factores de riesgo como: la alimentación poco

saludable y el sedentarismo; los estilos de vida saludable tienen que ver con actividad física y alimentación para prevenir enfermedades de tipo metabólico y cardiovascular.

Estrategia de precio

La estrategia de precio sigue dos criterios. Por un lado, se tienen en cuenta los precios de mercado de los productos sustitutos y de los competidores, y por el otro, la estructura de costos y de gastos de la empresa. En general, el precio de la empresa se ubicará entre los más bajos del mercado teniendo en cuenta el volumen de la mano de obra, esto nos hace competitivos.

El precio del producto se asignará teniendo en cuenta los siguientes criterios:

- Costos y gastos de comercialización
- Perfil del cliente
- Competencia
- Margen de rentabilidad de los productos en el mercado, del 38%.

Tabla 1

servicio	precios	
	pincel y chocolate	promedio competidores
manicure	\$ 8.000	\$ 10.000
pedicure	\$ 8.000	\$ 10.000
manicure y pedicure	\$ 13.000	\$ 15.000
depilacion de boso	\$ 4.000	\$ 6.000
depilacion de ceja	\$ 5.000	\$ 6.000
depilacion media pierna	\$ 10.000	\$ 15.000
depilacion pierna completa	\$ 20.000	\$ 25.000
depilacion bikini	\$ 25.000	\$ 40.000
masaje de relajacion	\$ 40.000	\$ 60.000
masaje chocolaterapia	\$ 70.000	\$ 100.000
masaje terapeutico	\$ 80.000	\$ 100.000

Estrategia de distribución

Para la distribución del servicio se contará con un almacén no menor a 60 mts². El cual se encuentran las asesoras de belleza a la espera de los clientes y la comercialización del mismo es venta directa.

12.4. IMAGEN CORPORATIVA



Ilustración 6

El logo de la empresa está constituido por las palabras “pincel y chocolate”, utilizando colores negro y rosado, los cuales representan feminismo, sutileza y belleza. La palabra pincel hace referencia al arte y el profesionalismo de los diseños estampados en las uñas de los clientes; por otro lado, la palabra chocolate hace referencia al particular gusto de este producto a las personas, por eso decidieron brindar los productos a base de chocolate, para que los clientes vivieran la experiencia de tener el olor a chocolate en todo su cuerpo.

12.5. CICLO DE VIDA DE LA EMPRESA

Las diversas etapas por las que pasa una empresa en su desarrollo varían de acuerdo a cada caso particular. La duración y cómo se desenvuelven en cada fase es variable. La gestión del empresario o del líder a cargo es tratar de prolongar su

existencia hasta donde sea posible, aunque para muchos la idea de convertirla en una empresa inmortal es un ideal que se busca alcanzar.

Existen varias etapas por la que una empresa puede atravesar. Aquí abordaremos las más importantes y cómo poder llevar cada una de ellas de la mejor manera:

Nacimiento: después de analizar ideas de sobre qué rubro de negocio empezar, definir el nombre de la empresa, evaluar presupuestos, entre otros, se decide dar inicio a las operaciones.

Esta etapa se caracteriza por tener decisiones centralizadas en el creador y/o fundador dado que la empresa tiene una estructura pequeña y muchas veces con procesos rudimentarios. El objetivo es buscar un espacio en el mercado y poder generar las ventas para sostener el negocio.

Algunos negocios cuentan con financiación propia, pero un gran porcentaje buscan un financiamiento bancario. Es en esta etapa donde muchas empresas no logran seguir su desarrollo debido a múltiples factores como: la falta de estudio de mercado, una mala distribución del capital, la centralización de la toma de decisiones en una sola persona, etc.

Para que no ocurra la muerte rápida o temprana de la empresa, el emprendedor deberá mantener controlados los costos. Si tiene pocos clientes estos deben estar muy satisfechos aprovechando la ventaja de la personalización o el servicio de atención más personalizado, detectando donde está la ventaja competitiva en la que se puede basar para encarar la siguiente etapa.

Crecimiento: la empresa tiene un desarrollo sostenido, se va haciendo conocida en el mercado, los ingresos crecen y se incrementan y fidelizan los clientes, se mejoran los productos y/o servicios, los puntos de venta aumentan, los procesos son sistematizados y existe una profesionalización en su desarrollo.

En la gestión interna las decisiones ya no las toma solo el fundador. Este delega responsabilidades y se mejoran los procesos, los cuales adquieren un carácter formal dentro de la organización por lo que se busca incorporar personal externo capacitado, técnicos y profesionales que contribuyan con la mejora de la empresa.

En esta etapa se amplía la estructura partiendo de una base más estable y profesional, con la aplicación de políticas internas más desarrolladas. Este cambio genera, adicionalmente, otras necesidades de financiación, para poder desarrollar y/o implementar el negocio.

Madurez: finalmente la empresa ha superado exitosamente todos los obstáculos que supone el inicio de una empresa. Las ventas continúan creciendo y se tiene un tamaño óptimo en el mercado. Aquí el objetivo es alcanzar la mayor eficiencia de costos y de procesos posible. Se mejoran los productos generando valor agregado, se cuidan los márgenes, los servicios. La atención al público es primordial para la consolidación de la imagen. Se trabaja de la mano con la tecnología para la creación de valor en los clientes y se trata de mantenerlos fidelizados y de seguir captando nuevos.

Se coopera con otras empresas para lanzar nuevos proyectos, muchos de los cuales requieren mucha inversión inicial o de un fuerte componente de investigación y desarrollo.

Con el negocio consolidado se buscará nuevas ideas, mayormente externas, a través de fusiones y/o adquisiciones de la competencia. En esta etapa el plan para crecer es menor por lo que ya no se es tan agresivo y se adopta una estrategia más bien defensiva.

DECLIVE: se puede producir en cualquier etapa, ya sea al inicio o cuando está en crecimiento o en la madurez. Esto porque la empresa comete errores en la adaptación al mercado al no entender el comportamiento del público al ver que cambia y la empresa no toma ninguna acción al respecto. La tecnología es un factor clave y aquellas empresas que no pueden realizar inversiones en investigación y desarrollo están destinadas a fracasar. Asimismo, una organización que no cambia, no innova y/o es muy burocrática tiene más riesgo de morir o ser liquidada si no se toman las decisiones correctas.

Pincel y chocolate actualmente lleva seis años en el mercado, se encuentra en la etapa de crecimiento demostrando un alza en ventas y en clientes. Esta etapa es

muy importante, ya que se deben implementar estrategias críticas para ser acogidos dentro del mercado de belleza, el cual la competencia es bastante amplia.

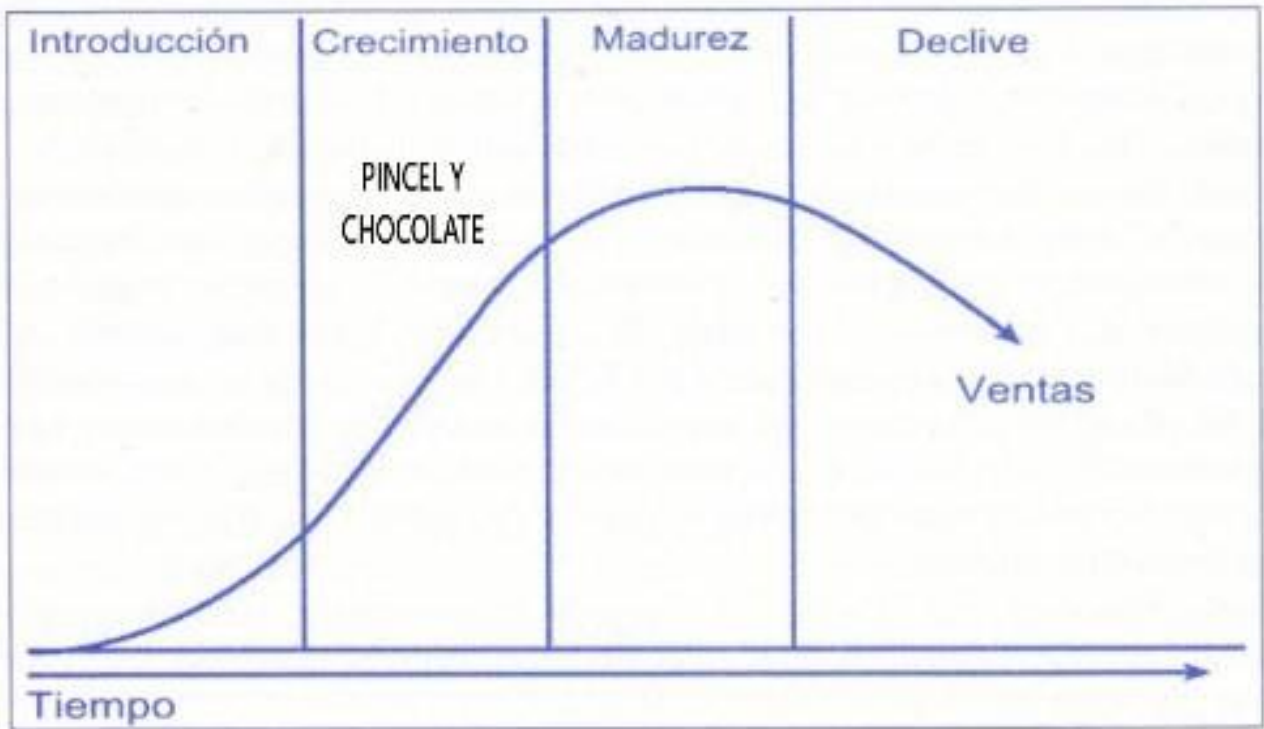


Ilustración 7

12.6. ORGANIGRAMA



Ilustración 8

13. PROYECCION DE PINCEL Y CHOCOLATE

En 10 años Pincel y Chocolate se visualiza siendo una de las empresas de estética más reconocidas en el país, llegando a las principales ciudades como son Bogotá, Medellín, Cali, Cartagena, Bucaramanga, etc. Brindando trabajo a personal calificado y también haciendo cursos de enseñanza a las mujeres sin trabajo que vienen del posconflicto, ayudando así a la comunidad a desarrollarse económica y culturalmente.

Con un musculo financiero fuerte, liderado por Ángela Ruiz, su hermano, su madre y demás familiares, pues lo que resalta de ésta maravillosa empresa es que es una empresa familiar.

Gracias a las herramientas brindadas por la universidad de Cundinamarca la señora Ángela fundadora y dueña logró estabilizar en el mercado a Pincel y Chocolate, pero ahora se decidió a potencializarla usando lo aprendido en dicha entidad universitaria, se creará un sistema de información eficiente, donde no solo se refleje el nombre y unos datos básicos del cliente, sino que también sus gustos y preferencia a la hora de consumir algún servicio o producto que en Pincel y Chocolate se ofrecen, para así poder atraer a sus clientes con descuentos y otras estrategias de marketing aprendidas a lo largo de sus estudios, se desarrollará un modelo adecuado de contratación para seleccionar a los mejores colaboradores, con grandes capacidades de atención al cliente y actitudes éticas frente a la comunidad.

Para el termino de 10 años, Pincel y Chocolate espera triplicar su talento humano para la expansión de dicha organización, contando hoy con 17 colaboradores, 14 trabajando todos los días y 3 más que llegan para reforzar en los fines de semana y festivos.

Cada centro estético contara con 3 habitaciones designadas para los masajes y demás servicios que se tienen q tomar en privado para la comodidad de los clientes, también una recepción amplia donde se ubicara la barra de bebidas, la caja, y demás comodidades para los clientes, allí también se tendrá un lugar destinado para

la realización de actividades de embellecimiento como lo son el maquillaje, la pedicura, la manicura, etc.

Cada cede tendrá su autonomía organizacional, pero financieramente será centralizada y reportara a la central, Aún no se tienen claros los recursos financieros para la ejecución de dicha expansión puesto que se ha planteado para un futuro relativamente lejano y se hará progresivamente.

13.1. PROYECCION FINANCIERA

Estado de resultado

Tabla 2

NIT: 39582356-5						
ESTADO DE RESULTADOS A DICIEMBRE 31						
		2.017	2.018	2.019	2.020	2.021
INGRESOS						
		168.384.500	175.093.200	183.847.860	193.040.253	202.692.266
VENTA	168.384.500					
TOTAL INGRESOS OPERACIONALES		168.384.500	175.093.200	183.847.860	193.040.253	202.692.266
COSTO DE VENTAS						
		28.625.365	29.484.126	30.368.650	31.279.709	32.218.100
Costo Fijo (20% del costo)	0					
Costo Variable (80%)	28.625.365					
TOTAL COSTO DE VENTA		28.625.365	29.484.126	30.368.650	31.279.709	32.218.100
UTILIDAD EN VENTAS		139.759.135	145.609.074	153.479.210	161.760.544	170.474.165
GASTOS OPERACIONALES						
		115.048.250	118.499.698	122.054.688	125.716.329	129.487.819
Gastos de Administracion	23.009.650					
Gastos en Ventas	92.038.600					
DEPRECIACION		1.904.400	1.904.400	1.904.400	1.904.400	1.904.400
AMORTIZACION		500.000	500.000	500.000	500.000	500.000
GASTOS FINANCIEROS		-	-	-	-	-
TOTAL GASTOS OPERACIONALES		117.452.650	120.904.098	124.459.088	128.120.729	131.892.219
UTILIDAD OPERACIONAL ANTES DE IMPUESTO		22.306.485	24.704.977	29.020.122	33.639.815	38.581.946
IMPUESTOS						
33%		7.361.140	8.152.642	9.576.640	11.101.139	12.732.042
UTILIDAD DEL EJERCICIO		14.945.345	16.552.334	19.443.482	22.538.676	25.849.904

Balance de situación financiera

Tabla 3

NIT: 39582356-5									
BALANCE GENERAL									
A 31 DE DICIEMBRE									
					2.017	2.018	2.019	2.020	2.021
ACTIVOS									
DISPONIBLE					24.210.885	43.459.122	66.231.001	92.198.576	121.583.783
Caja			0		24.210.885	43.459.122	66.231.001	92.198.576	121.583.783
PROPIEDAD PLANTA Y QUIPO									
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIÓN					9.522.000	9.522.000	9.522.000	9.522.000	9.522.000
MUEBLES DE OFICINA		9.522.000			9.522.000	9.522.000	9.522.000	9.522.000	9.522.000
EQUIPOS DE OFICINA		0			0	0	0	0	0
0		0			0	0	0	0	0
MAQUINARIA Y EQUIPO		0			0	0	0	0	0
DEPRECIACION ACUMULADA					1.904.400	3.808.800	5.713.200	7.617.600	9.522.000
TOTAL ACTIVOS		9.522.000			31.828.485	49.172.322	70.039.801	94.102.976	121.583.783
PASIVOS									
CUENTAS POR PAGAR									
Retenciones de Iva a Simplificados		0							
BANCOS		0							
OTROS PASIVOS CORRIENTES					0				
IMPONRENTA		0			7.361.140	8.152.642	9.576.640	11.101.139	12.732.042
INGRESOS RECIBIDOS PARA TERCEROS					0				
Valores recibidos para terceros		0							
TOTAL PASIVOS					7.361.140	8.152.642	9.576.640	11.101.139	12.732.042
PATRIMONIO									
CAPITAL SOCIAL									
APORTES SOCIALES									
Aportes ordinarios		9.522.000			9.522.000	9.522.000	9.522.000	9.522.000	9.522.000
UTILIDADES RETENIDAS					14.945.345	31.497.679	50.941.161	73.479.837	
Utilidad del Periodo					14.945.345	16.552.334	19.443.482	22.538.676	25.849.904
TOTAL PATRIMONIO					24.467.345	41.019.679	60.463.161	83.001.837	108.851.741
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO					31.828.485	49.172.322	70.039.801	94.102.976	121.583.783
					0	0	0	0	0

Flujo de caja

Tabla 4

INVERSION INICIAL	\$	9.522.000	5%	5%	5%	5%																																																																						
INGRESOS		1	2	3	4	5																																																																						
Ingresos por la venta de productos	\$	168.384.500	\$ 175.093.200	\$ 183.847.860	\$ 193.040.253	\$ 202.692.266																																																																						
Ingreso por la venta de subproductos	\$	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -																																																																						
Saldo anterior	\$	-	\$ 24.210.885	\$ 43.459.122	\$ 66.231.001	\$ 92.198.576																																																																						
Otros ingresos	\$	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -																																																																						
TOTAL INGRESOS		-	\$ 168.384.500	\$ 199.304.085	\$ 227.306.982	\$ 259.271.254	\$ 294.890.841																																																																					
EGRESOS																																																																												
COSTO FIJO (0% del costo)	0%	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -																																																																						
COSTO VARIABLE (100% del costo)	100%	\$ 28.625.365	\$ 29.484.126	\$ 30.368.650	\$ 31.279.709	\$ 32.218.100																																																																						
SUB TOTALCOSTOS DE PRODUCCION		\$ 28.625.365	\$ 29.484.126	\$ 30.368.650	\$ 31.279.709	\$ 32.218.100																																																																						
GASTOS DE ADMINISTRACION	20%	\$ 23.009.650	\$ 23.699.940	\$ 24.410.938	\$ 25.143.266	\$ 25.897.564																																																																						
GASTOS DE VENTAS (3%)Ventas	80%	\$ 92.038.600	\$ 94.799.758	\$ 97.643.751	\$ 100.573.063	\$ 103.590.255																																																																						
Amortizacion		\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000																																																																						
TOTAL EGRESOS		\$ 144.173.615	\$ 148.483.823	\$ 152.923.338	\$ 157.496.038	\$ 162.205.919																																																																						
UTILIDAD OPERACIONAL ANTES DE IMPUESTOS		24.210.885,00	50.820.261,55	74.383.643,35	101.775.215,79	132.684.921,78																																																																						
Impuestos 33%	33%		\$ 7.361.140	\$ 8.152.642	\$ 9.576.640	\$ 11.101.139																																																																						
UTILIDAD NETA		\$ 24.210.885	\$ 43.459.122	\$ 66.231.001	\$ 92.198.576	\$ 121.583.783																																																																						
UTILIDAD EBITDA		\$ 24.710.885	\$ 51.320.262	\$ 74.883.643	\$ 102.275.216	\$ 133.184.922																																																																						
FLUJO DE CAJA OPERATIVO	-\$	9.522.000	\$ 24.710.885	\$ 43.959.122	\$ 66.731.001	\$ 92.698.576	\$ 122.083.783																																																																					
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 30%;">INVERSION INICIAL</td> <td style="width: 10%;">\$</td> <td style="width: 10%;">9.522.000</td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;"></td> </tr> <tr> <td>TIO</td> <td></td> <td>15%</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>HORIZONTE DEL PROYECTO</td> <td></td> <td>5 AÑOS</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>VPN</td> <td></td> <td>\$202.779.782</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>TIR</td> <td></td> <td>324,1%</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>PRI</td> <td></td> <td>1 año</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Suma ingresos</td> <td>\$</td> <td>731.911.903</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Suma egresos</td> <td>\$</td> <td>499.364.921,36</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Egresos+inversion</td> <td>\$</td> <td>508.886.921,36</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>B/C</td> <td></td> <td>\$ 1,44</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>							INVERSION INICIAL	\$	9.522.000					TIO		15%					HORIZONTE DEL PROYECTO		5 AÑOS					VPN		\$202.779.782					TIR		324,1%					PRI		1 año					Suma ingresos	\$	731.911.903					Suma egresos	\$	499.364.921,36					Egresos+inversion	\$	508.886.921,36					B/C		\$ 1,44				
INVERSION INICIAL	\$	9.522.000																																																																										
TIO		15%																																																																										
HORIZONTE DEL PROYECTO		5 AÑOS																																																																										
VPN		\$202.779.782																																																																										
TIR		324,1%																																																																										
PRI		1 año																																																																										
Suma ingresos	\$	731.911.903																																																																										
Suma egresos	\$	499.364.921,36																																																																										
Egresos+inversion	\$	508.886.921,36																																																																										
B/C		\$ 1,44																																																																										
<p>Teniendo en cuenta el VPN, se entiende que tenemos un valor de \$202.779.782 despues de recuperar la inversion en un lapso de tiempo de 5 años despúes de puesta en marcha la empresa, al ser éste valor mayor a cero se aprueba el proyecto como factible. Tambien observamos que la TIR es superior a la Tasa de Interes de Oportunidad, siendo de 324,1% y con diferencia de 309 puntos porcentuales. La inversion se recuperará en el año 1.</p>																																																																												
<p>Del analisis Costo/Beneficio se puede concluir que el proyecto es financieramente viable dado a que es mayor a 1 (1,44), por ende se aprueba el proyecto financieramente.</p>																																																																												

Teniendo en cuenta el VPN, se entiende que tenemos un valor de \$202.779.782 después de recuperar la inversión en un lapso de tiempo de 5 años después de puesta en marcha la empresa, al ser éste valor mayor a cero se aprueba el proyecto como factible. También observamos que la TIR es superior a la Tasa de

Interés de Oportunidad, siendo de 324,1% y con diferencia de 309 puntos porcentuales. La inversión se recuperará en el año 1.

Del análisis Costo/Beneficio se puede concluir que el proyecto es financieramente viable dado a que es mayor a 1 (1,44), por ende se aprueba el proyecto financieramente.

14. Diseño administrativo

Para el sostenimiento de la empresa familiar Pincel y Chocolate se necesita el siguiente personal:

- 2 Dueños.
- 1 Administrador.
- 17 Asesoras de belleza integrales.

14.1. Recursos financieros

Tabla 5

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
SILLAS DE MANICURE	15	\$ 250.000	\$ 3.750.000
SILLAS GIRATORIAS	20	\$ 40.000	\$ 800.000
VENTILADORES	10	\$ 60.000	\$ 600.000
SILLAS RIMAX	12	\$ 10.000	\$ 120.000
MESA AUXILIAR	4	\$ 150.000	\$ 600.000
CABINA DE RECEPCION	1	\$ 200.000	\$ 200.000
SOFA	1	\$ 350.000	\$ 350.000
OLLA DE CERA	3	\$ 100.000	\$ 300.000
CAMILLAS	2	\$ 200.000	\$ 400.000
NEVERA	1	\$ 350.000	\$ 350.000
TEATRO EN CASA	1	\$ 352.000	\$ 352.000
TELEVISOR	1	\$ 700.000	\$ 700.000
ESPEJO 3*1 MTS	1	\$ 400.000	\$ 400.000
ESTERILIZADOR	1	\$ 150.000	\$ 150.000
FUENTE DE AGUA	1	\$ 350.000	\$ 350.000
SILLA DE ESCRITORIO	1	\$ 100.000	\$ 100.000
Total			\$ 9.522.000

Tabla 6

	INVERSION ANUAL
ARRIENDO	12.000.000
INTERNET	876.000
SERVICIO DE ALARMA	1.080.000
SERVICIO AMBIENTAL	300.000
sueldo administrador	12.000.000
SERVICIOS PUBLICOS	4.600.000
PUBLICIDAD	500.000
	31.356.000

14.2. Recursos institucionales

Una infraestructura donde comprenden una sola planta en la cual se distribuirá una zona de masajes, una zona de embellecimiento, donde se harán procedimientos estéticos como la manicura, pedicura, maquillaje, etc., una recepción y una barra para preparar bebidas.

15. Impacto de Pincel y Chocolate en la región

15.1. Impacto Económico para la región

La empresa familiar Pincel y Chocolate brinda empleo a 17 colaboradores, los cuales aportan al crecimiento económico de la ciudad, brindando estabilidad a sus familias, también al ser Girardot una ciudad turística pero que no tiene una diversidad en entretenimiento para los turistas, Pincel y Chocolate es una alternativa muy aceptada por los visitantes que quieren relajarse y pasar un rato agradable, esto capta la atención y movimiento de mayor cantidad de turistas, los cuales dejan su dinero en el resto de establecimientos de la ciudad.

15.2. Impacto Social

Al enfocarse Pincel y Chocolate en una actividad de relajamiento para la comunidad, esto crea un ambiente más sano, que podría llegar a disminuir conductas de violencia, mejorar el rendimiento en las horas laborales y mejorar la actitud de positivismo a los habitantes y visitantes de la ciudad.

15.3. Impacto ambiental

Pincel y Chocolate emplea materiales naturales y amigables con el medio ambiente, fácilmente biodegradable y sin tóxicos tanto para la comunidad como para el medio ambiente, también se creó una cultura organizacional para mitigar el desperdicio y mal manejo de residuos como lo son envoltorios, frascos y demás objetos que pueden contaminar el medio ambiente.

16. Conclusiones

El análisis de la proyección y de los antecedentes del comportamiento de la empresa, reveló números muy alentadores acerca del crecimiento y comportamiento del mercado de SPA a nivel del sector y la región. Se encontró que el mercado de SPAS ha estado creciendo, otro dato importante fue que en la zona del municipio de Girardot se encontró un mercado relativamente joven en lo que respecta a negocios de SPA.

Se evidencia en el trabajo que la empresa familiar Pincel y Chocolate es financieramente muy atractiva, con grandes posibilidades de expansión y crecimiento, con buena aceptabilidad por los clientes y con un buen margen de utilidad.

También se debe tomar en cuenta que el empleo generado por ésta empresa es significativo para la región, puesto que, aunque no tenga muchos colaboradores, si se compara con la mayoría de micro empresas de la región es una de las que más contratación hace.

17. RECOMENDACIONES

- Se debe generar más espacios académicos enfocados en el emprendimiento, implementados dentro las aulas académicas para que cada módulo sea una semilla en su proceso educativo, siendo así una motivación a los estudiantes para la creación de empresa.
- Apoyar al máximo a los estudiantes que crean una empresa o que ya ha tiene conformada, brindando la ayuda que tenga al alcance; contratando estas empresas en los eventos o reuniones que la universidad realice. Esta parte es muy importante porque los empresarios universitarios sentirán el respaldo y el apoyo al máximo de la entidad que los ayudo a crecer.
- Más que incentivar el emprendimiento, crear una cultura de querer crecer como persona, de querer cumplir sus sueños, de crear espíritu emprendedor en la familia udecina.
- Mayor responsabilidad en los puestos de director de grado; ya que, en algunos casos, un trabajo de grado cambia de director de grado y eso hace que cambie de rumbo el trabajo; trayendo con ello consecuencias severas como lo son, pérdida de tiempo, pagos de matrícula adicionales, cambios de direccionamiento del trabajo.

18. BIBLIOGRAFIA

ART, LEY 1014 DE 2006. DE FOMENTO A LA CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO.

Bob Nelson, 1001 Ways to Take Initiative, - "Innovación es la explotación exitosa de las ideas". UK Department Trade and Industry.

DEL LIBRO: DICCIONARIO DE ECONOMÍA, TERCERA EDICIÓN, DE ANDRADE SIMÓN, EDITORIAL ANDRADE,

DEL LIBRO: PRÁCTICAS DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL, DE JULIO GARCÍA DEL JUNCO Y CRISTÓBAL CASANUEVA ROCHA, MC GRAW HILL,

DICCIONARIO DE MARKETING, DE CULTURAL S.A.,

ENRIQUE, 2009, BOGOTA, COLOMBIA, UNIVERSIDAD JAVERIANA, El Estudio de Casos como Metodología de Investigación. Universidad del CEMA, <http://www.cema.edu.ar/publicaciones/download/documentos/296.pdf>.

GUERRA, FRANCISCO, 2005, BUENOS AIRES, Working Paper El estudio de caso como metodología de investigación: Teoría, mecanismos causales, validación

<https://es.wikipedia.org/wiki/Innovaci%C3%B3n>

KOTLER, Philip; Fundamentos de Marketing

ROMERO, RICARDO, 2006, PALMIRA, COLOMBIA, DEL LIBRO: MARKETING, EDITORA PALMIR E.I.R.L., <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definicion-concepto.html>

SECRETARIA DEL SENADO LEY 1014, <http://www.secretariassenado.gov.co/leyes/L1014006.HTM>

WWW.RAE.ES, DEL DICCIONARIO DE LA LENGUA ESPAÑOLA, DE LA REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, URL DE LA PÁGINA WEB = <http://www.rae.es/>.