



**MODELO DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA**

**“AGT ASESORÍAS”**

**EMPRENDIMIENTO**

**Autor:**

**CARLOS ANDRÉS GIRALDO TABORDA.**

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO**

**Facultad de Producción y Diseño**

**Profesional en Gestión del Diseño**

**Medellín**

**Noviembre 2023**



**MODELO DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA**

**“ AGT ASESORÍAS”**

**Capacitación para Tatuadores**

**Autor:**

**CARLOS ANDRÉS GIRALDO TABORDA.**

**Asesor:**

**MARÍA MAGDALENA MENA TABORDA**

**Administradora de Empresas**

**Especialista en Análisis y Diagnóstico Organizacional**

**EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL PRESENTADO PARA OPTAR  
AL TÍTULO DE PROFESIONAL EN GESTIÓN DE DISEÑO**

**FACULTAD DE PRODUCCIÓN Y DISEÑO**

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO**

**Medellín**

**Noviembre 20/2023**

## **Tabla de contenido**

<b>1</b>	<b>PLATAFORMA ESTRATÉGICA</b>	<b>9</b>
1.1	MISIÓN	9

1.2	VISIÓN	9
1.3	OBJETIVOS	10
1.3.1	Objetivo General	10
1.3.2	Objetivos Específicos.	10
1.4	VALORES CORPORATIVOS	11
2	MODULO DE MERCADOS	12
2.1	JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.	12
2.2	ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.	12
2.2.1	¿Desde Cuándo Existe El Problema O Necesidad?	12
2.3	ANÁLISIS DEL SECTOR	13
2.3.1	Generalidades Del Sector Al Cual Pertenece Su Producto	13
2.3.2	Desarrollo Tecnológico E Industrial Del Sector	14
2.3.3	Comportamiento Del Sector En Los Últimos 3 Años (Importaciones, Exportaciones)	15
2.3.4	Evolución:	16
2.4	ANÁLISIS DEL MERCADO	17
2.4.1	Diagnóstico De La Estructura Actual Del Mercado Nacional De Los Países Objetivos:	17
2.4.2	Informe Cobertura:	18
2.4.3	Alcance Del Mercado	18
2.4.4	Como Se Encuentra El Mercado	19
2.4.5	Definición del Mercado Objetivo:	19
2.4.6	Justificación Del Mercado Objetivos	20
2.4.7	Estimación Del Mercado Potencial:	21
2.4.8	Consumo Aparente: 2020	23
2.4.9	Consumo Per Cápita:	25
2.4.10	Magnitud De La Necesidad	26
2.4.11	Estimación Del Segmento/ Nicho De Mercado (Tamaño Y Crecimiento)	26
2.4.12	Perfil Del Consumidor Y/O Del Cliente.	27
2.4.13	Exportaciones:	27
2.4.14	Relacione los productos sustitutos y productos complementarios	28
2.5	Análisis de la Competencia	29
3	ESTRATEGIAS DE MERCADO	30
3.1	CONCEPTO DEL SERVICIO:	31
3.1.1	Nacimiento:	31
3.1.2	Crecimiento:	31
3.1.3	Maduración:	31

3.1.4	Declive:	31
3.1.5	Descripción Básica De Los Servicios:	32
3.1.6	Especificaciones o Características De Los Cursos Ofrecidos.	32
3.1.7	Para Qué Sirve El Servicio	34
3.2	PROPÓSITO DE FORMACIÓN EN CADA CURSO Y EL APORTE	35
3.2.1	Diseño De Los Servicios	38
3.2.2	Calidad	38
3.2.3	Presentación	38
3.2.4	Fortalezas Y Debilidades Del Servicio Prestado Frente A La Competencia	39
3.2.5	Talento Humano Y Profesional Que Utiliza <i>En</i> El Proyecto.	40
3.2.6	Aliados:	40
3.2.7	Qué Canal de Distribución Utilizará.	40
3.2.8	Métodos De Asesoría y Las Herramientas:	40
3.2.9	Costo Por Primera Asesoría:	41
3.2.10	Costos de los Cursos:	42
3.2.11	Cálculo de los Costos de Cada Curso	43
3.2.12	Política De Inventario De Los Cursos A Iniciar	52
3.2.13	Inventario De Los Suministros y Muebles y Enseres Para Iniciar Los Cursos	52
3.2.14	Planeación de Cantidad de Cursos y alumnos para iniciar capacitación	53
3.2.15	Financiación Par Los Muebles, Enseres Y Equipos:	54
3.3	PRECIOS INICIALES DE LANZAMIENTO CADA CURSO CON DESCUENTO:	54
3.3.1	Precio de los Cursos Individuales Por Enfoque	55
3.4	ANÁLISIS DEL PRECIO CON RESPECTO A LA COMPETENCIA.	56
3.4.1	Condiciones De Pago	56
3.4.2	Impuesto a las Ventas (A Que Régimen Pertenece La Empresa)	56
3.4.3	Estrategias a Utilizar Frente a una Guerra de Precios	56
3.4.4	Método Utilizado Para la Definición del Precio.	57
3.5	PROMOCIÓN:	57
3.5.1	Manejo de clientes especiales	58
3.5.2	Costo de la promoción de lanzamiento	58
3.5.3	Descripción de La Promoción para Motivar la Venta	59
3.6	COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD	59
3.6.1	Definir las Estrategias de Difusión del Producto o Servicio	59
3.6.2	Medios y Tácticas de Comunicación a Utilizar	60

3.6.3	Costos de la Estrategia Publicitaria aUtilizar	60
3.7	SERVICIOS	60
3.7.1	Procedimientos para Otorgar Garantías y Servicios Post Ventas	60
3.7.2	Mecanismos de Atención a Clientes	61
3.8	PRESUPUESTO DE LA MEZCLA DE MERCADOS:	61
3.8.1	Política crediticia	62
3.8.2	Descuento por pronto pago o volumen.	62
3.8.3	Descuento por Pronto Pago o Volumen.	62
3.8.4	Plazos que se Tienen para Otorgar los Pagos	63
3.9	PROYECCIÓN DE VENTAS	63
3.9.1	Método Utilizado para la Proyección de Ventas	63
3.9.2	<i>Política de Cartera</i>	65
4	MÓDULO OPERATIVO	66
4.1	PROCESO DE SERVUCIÓN	66
4.1.1	¿Cuáles el Valor Agregado que puede Generar a sus Clientes?	72
4.1.2	Estado de Desarrollo:	72
4.1.3	Descripción del Proceso:	73
4.1.4	Plan de Formación	74
4.2	INFRAESTRUCTURA	74
4.2.1	Costos De Inversión En Infraestructura Para Funcionamiento	74
5	MÓDULO ORGANIZACIONAL	76
5.1	ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL	76
5.1.1	Análisis DOFA	76
5.1.2	Organismos de Apoyo:	77
5.2	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL:	77
5.3	ASPECTOS LEGALES:	79
5.4	COSTOS ADMINISTRATIVOS	79
5.4.1	Gastos Administrativos y de Personal:	79
5.4.2	Costos fijos Mensuales	80
5.5	GASTOS DE PUESTA EN MARCHA:	80
5.5.1	Gastos Anuales de Administración:	80
6	MÓDULO FINANCIERO	81
6.1	INGRESOS	81
6.1.1	Fuentes de Financiación:	81
6.2	FORMATOS FINANCIEROS:	82
6.3	INGRESOS MENSUALES	82
6.3.1	Proyección de ventas anual	82

6.4	EGRESOS ANUALES	83
6.5	CAPITAL DE TRABAJO	83
6.6	FLUJO DE CAJA	84
6.7	ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS	85
7	PLAN OPERATIVO	85
7.1	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES:	85
7.2	METAS SOCIALES:	86
7.2.1	Metas Sociales	86
7.2.2	Como se enmarca el proyecto en el Plan Nacional de Desarrollo:	86
7.2.3	Como se enmarca el proyecto en el Plan Regional de Desarrollo	86
7.2.4	Impacto Económico, Metas Económicas	86
7.2.5	Impacto Regional	87
7.2.6	Impacto Social:	87
7.2.7	Impacto Ambiental:	87
8	ANEXOS	88
9	REFERENCIAS:	89
9.1	CIBERGRAFIAS	89

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1:	tabla de competencia 1	30
Tabla 2:	tabla de información de cursos	34
Tabla 3:	tabla de servicios de formación por curso	37
Tabla 4:	tabla de matriz dofa	39
Tabla 5:	tabla costos servicios ofertados	42
Tabla 6:	hoja de costos de curso de herramientas par tatuar	44
Tabla 7:	hoja de cálculo de técnica especial en línea	45
Tabla 8:	hoja de cálculo técnica especial en sombra	47
Tabla 9:	hoja de calculo curso marketing	48
Tabla 10:	hoja calculo bioseguridad	50
Tabla 11:	hoja de calculo apoyo a estudios	51
Tabla 12:	tabla inventario de suministros	53
Tabla 13:	tabla de cantidad de alumnos para empezar el curso	53
Tabla 14:	tabla con descuentos	54
Tabla 15:	tabla de curso individual con cada enfoque	55
Tabla 16:	tabla de cantidad de cursos con promociones en el año	59
Tabla 17:	tabla de costos fijos de publicidad	60
Tabla 18:	tabla de la mezcla de mercado	61
Tabla 19:	tabla descuentos por pronto pago	62
Tabla 20:	tabla de la proyección de ventas	64
Tabla 21:	tabla de Costos Generales De Los Servicios Punto de equilibrio Pesos	65
Tabla 22:	tabla de punto de equilibrio	66
Tabla 23:	tabla calendario	69
Tabla 24:	tabla contenido temático	71
Tabla 25:	tabla de costos de inversión y infraestructura	76

Tabla 26:tabla análisis dofa de la organización	76
Tabla 27:tabla de estructura organizacional	78
Tabla 28:tabla gastos administrativos y ventas	79
Tabla 29:tabla costos fijos mensuales.	80
Tabla 30:tabla de gastos de puesta en marcha	80
Tabla 31:tabla de gastos anuales de administracion	80
Tabla 32:tabla de estado de resultados	81
Tabla 33: tabla de ingresos mensuales	82
Tabla 34:tabla de proyección de ventas anuales	83
Tabla 35:tabla de egresos	83
Tabla 36:tabla de capital de trabajo	83
Tabla 37:tabla de flujograma	84
Tabla 38:tabla estado de perdida y ganancias	85

## **LISTA DE ILUSTRACIONES**

Ilustración 1:historia donde se muestra conversación con cliente internacional	16
Ilustración 2: imagen del alcance del mercado del tatuaje	18
Ilustración 3:imagen de tatuador.	22
Ilustración 4:imagen con información de cámara y comercio sobre el tatuaje	23
Ilustración 5:gráfico donde podemos ver los indicadores por edad	25
Ilustración 6:imagen de análisis de competencia jason ramos	28
Ilustración 7:análisis de competencia de curso digital	29
Ilustración 8:ilustración curso herramientas	33
Ilustración 9:ilustración técnica en línea	33
Ilustración 10:ilustración técnica en sombra	33
Ilustración 11:ilustración marketing Ilustración	34
Ilustración 12:ilustración bioseguridad	34
Ilustración 13:ilustración de asesorías	34
Ilustración 14:ilustración árbol de problemas	41
Ilustración 15:flujograma	73
Ilustración 16:tabla de plan de formación	74
Ilustración 17:imagen de simulación de crédito	81

## **1 PLATAFORMA ESTRATÉGICA**

### **1.1. MISIÓN**

Aportar al crecimiento de los artistas de la industria del tatuaje en la Ciudad de Medellín, capacitándolos y orientándolos en la elaboración de trabajos estandarizados con la norma de calidad, brindándoles las herramientas para lograr mantenerse y con mejores creaciones.

### **1.2. VISIÓN**

Lograr ser la empresa que haga mayor aporte a la industria de tatuaje, capacitando y orientando a los artistas y estudios en Medellín en la constitución, desarrollo e implementación de trabajos acorde con los estándares de calidad para lograr un mayor reconocimiento.

### **1.3. OBJETIVOS**

#### **1.3.1. Objetivo General**

Prestar servicios de acompañamiento a la industria del tatuaje, brindando apoyo a los artistas inexpertos, mediante un espacio de capacitación y construcción de su proceso de aprendizaje para mejorar la estructuración de los espacios y la estandarización de los procesos en la creación de los tatuajes en la ciudad de Medellín.

### **1.3.2. Objetivos Específicos.**

- 1) Conocer las condiciones del mercado en la industria del tatuaje, como manejan los estudios, como es su imagen publicitaria, haciendo una respectiva investigación, que permita dar apoyo al proyecto.
- 2) Determinar los procesos, la tecnología y requerimientos técnicos para la prestación de los servicios de las empresas de tatuaje, considerando la inversión, los creativos y demás aspectos.
- 3) Llevar a cabo los cometidos de AGT Asesorías, incluyendo los trámites legales para poder prestar los servicios. Teniendo en cuenta un análisis económico, proyectando los ingresos, los gastos y los estados financieros entre otros, para la respectiva evaluación financiera.
- 4) Capacitar a todos los artistas que lo necesiten en temas relacionados con la bioseguridad, teoría básica, técnica básica, para evitar que terminen afectando a un usuario por desconocimiento.

## 1.4. VALORES CORPORATIVOS

- **Aprendizaje:** mediante nuestros conocimientos aportamos a la gestión de tu trabajo, brindando nuestra experiencia en el mercado para ayudarles a posicionarse.
- **Capacidad:** tenemos la capacidad de lograr que el tatuador y su trabajo cambie.
- **Colaboración:** trabajamos como un equipo haciendo parte de todo su proceso, acompañándote a ti y a tu espacio.
- **Respeto:** de la forma más respetuosa tratamos de mejorar el proceso que has llevado e intervenimos en los problemas y errores que puedas presentar.
- **Empatía:** entendemos tu forma de trabajar para poder ayudarte de la manera más cercana, dentro de lo posible.
- **Acompañamiento:** acompañar a cada artista de manera permanente brindándole el apoyo de ser respaldado y siempre encontrar en nosotros una respuesta a sus problemáticas.
- **Confiabledad:** ser símbolo de confianza para los artistas, donde nos vean con la seguridad de que podemos aportar en su proceso como tatuador.

## **2. MODULO DE MERCADOS**

### **2.1. JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.**

En la actualidad podemos encontrar comúnmente en los artistas principiantes una cantidad de problemas que se pueden ayudar a corregir y en los cuales se va abordar los más considerables.

Uno de los problemas que más golpea a los artistas es el reconocimiento, si nadie te conoce, no eres alguien de confianza, puedes tener el mejor talento, pero si nadie te conoce es muy difícil conseguir clientes, hay una necesidad de experiencia o de construir un nombre, también es importante tener un nombre que te respalde y genere ese reconocimiento propio.

Los lugares de aprendizaje no son de precio tan asequible y muy reducidos en esta profesión tan autodidacta, no hay una entidad o un especializado en la creación de espacios de tatuaje, donde nos asesore que mobiliario elegir pensando en el precio beneficio, como distribuir, que estudio de campo y viabilidad tiene el lugar y ayudar al posicionamiento.

### **2.2. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.**

#### **2.2.1. ¿Desde Cuándo Existe El Problema O Necesidad?**

Esta problemática ha existido siempre desde el nacimiento de la profesión la cual es el desconocimiento, mal manejo del equipo, técnica y ausencia de bioseguridad.

Al comenzar era una forma de marcar personas, los prisioneros en china llevaban estas marcas, también los marineros y piratas marcaban la imagen de su banda, en los cuales no se presentaba los correctos tratos higiénicos, aún no existían lugares e específicos para realizar esta labor de tatuar, con el tiempo se fue convirtiendo en una profesión y fueron apareciendo marcas de máquinas y pigmentos, donde ya tendrías que aprender a calibrarla, cuidarla de salpicaduras y procurar no contaminar el espacio.

Esto ha ido evolucionando, ya hay lugares muy capacitados en el manejo de técnicas, bioseguridad, estilos de tatuaje, aunque todavía lo podemos ver mucho en jóvenes que apenas están empezando en el sector el desconocimiento, puede llevar a un mal resultado, una infección, la pérdida del cliente.

## **2.3. ANÁLISIS DEL SECTOR**

### **2.3.1 Generalidades Del Sector Al Cual Pertenece Su Producto**

“Actualmente se estima que puede haber cerca de 1.200 tatuadores en el país y solo en Bogotá existen al menos 500 estudios de la industria. Esta actividad llegó para quedarse en Colombia en los años de 1970 y desde entonces ha tenido que pasar desde la estigmatización hasta la poca regulación. El tatuaje es catalogado como una disciplina artística que tiene varios estilos por su diversidad y que cada día gana más seguidores”. (siglo, 2022)

El tatuaje por mucho tiempo se vio de una forma estigmatizada, pero hoy es otra realidad podemos ver a maestras tatuadas, doctores. Hoy en día es una forma de expresión artística donde hacemos a una persona un colector de arte, transformamos su piel en el lienzo de una perfecta obra de exposición, es una forma de llevar tus gustos, tus recuerdos, tus memorias, es una forma de subir tu ánimo, se cambió el significado de que los tatuajes lo llevan las personas malas, ahora es algo lujoso y artísticamente deseado.

“Se estima que un estudio con instalaciones profesionales cuesta alrededor de \$25.000.000 en adelante. Hay tiendas que se han esmerado en hacer importantes inversiones en ubicación, decoración de los espacios y últimamente en mercadeo.

En Colombia hay tatuajes desde \$50.000 en adelante. Un tatuador profesional generalmente cobra por hora o por sesión. Un tatuaje pequeño con un tatuador reconocido puede costar entre \$150.000 y \$200.000 y su precio puede variar en los tatuajes de mayor tamaño entre \$800.000 y \$2.000.000.

Un estudio como mínimo debe estar inscrito en la Cámara de Comercio, y a su vez aprobado por la Secretaría de Salud, la cual verifica y regula que las instalaciones cumplan los requisitos mínimos para poder operar.” (siglo, 2022)

### **2.3.2. Desarrollo Tecnológico E Industrial Del Sector**

Los desarrollos tecnológicos han avanzado mucho en los equipos que usamos, anteriormente se usaban unas máquinas alimentadas por dos bobinas las cuales producían un gran ruido, las cuales usaban agujas convencionales que necesitaban de un Grip y una puntera para montarse lo cual llevaba tiempo, con el paso de los años se inventaron las máquinas rotativas, con un motor rotativo, en el cual ya se cambia por completo el uso de aguja convencional y pasamos a un cartucho que es fácil de poner y de intercambiar, alimentadas por cable por una fuente de poder, en la actualidad existen ya máquinas inalámbricas lo que facilita mucho más el trabajo del artista, existen cartuchos que facilitan la inyección de la tinta, pigmentos de todo tipo, pomadas que facilitan la penetración de la tinta en la piel y productos para mantener una correcta desinfección.

**Tendencias a corto plazo:** van por los tatuajes minimalistas, suelen empezar con un tatuaje pequeño, es una tendencia en el género femenino, la cual gusta mucho .

**Las Tendencia a mediano plazo:** un estilo que se está volviendo tendencia a mediano plazo es el de anime, las personas quieren tatuarse a su personaje favorito de su serie animada, hay diversos exponentes con técnicas diferentes, a color o a sombras

**Tendencia a largo plazo:** la tendencia que llegó para quedarse hace mucho tiempo es el tatuaje realista, es el estilo más famoso, gran cantidad de personas se sorprenden al llevar a su familiar en su piel, de este estilo han salido otros que son el surrealismo.

### 2.3.3. Comportamiento Del Sector En Los Últimos 3 Años (Importaciones, Exportaciones)

El mercado de tatuaje en Medellín es muy común que se reciben muchos clientes de otros lados del mundo que llegan a la capital solo para tatuarse con su artista favorito, así mismo hay artistas que sacan fechas en lugares del mundo donde tienen público y van y tatúan por un tiempo, lo que nos muestra que en los últimos 3 años han entrado personas de otras nacionalidades y han salido llevándose un tatuaje.



Tabla 1: historia donde se muestra conversación con cliente internacional

### 2.3.4. Evolución:

Aunque hay indicios de que los hombres del Neolítico ya grababan sus pieles con imágenes, el tatuaje como arte empezó a usarse en la sociedad del Antiguo Egipto hace más de 4.000 años, Sus tatuajes eran diseños simples que combinaban puntos y rayas, tratándose entonces de la representación de su cosmovisión.

Los tatuajes a lo largo de la historia, en muchas ocasiones, se identificaron con personas extrañas y de vida desordenada, También surgió la moda del tatuaje artístico entre la aristocracia europea.

El norteamericano Samuel O'Reilly inventó la máquina de tatuar eléctrica.

A principios del siglo xx, los tatuajes eran comunes en los marineros, en este siglo también aparecen los tatuajes a color.

El tatuaje pasó a ser considerado por las clases medias y altas como una manera de extravagancia consentida.

Si bien se tienen registros de que los tatuajes han existido casi desde el inicio de la humanidad, la evolución de los tatuajes ha traído consigo que, ahora, estos no sean hechos aislados, sino que se hayan convertido en una parte importante de la expresión de una sociedad. Fue así como en el siglo XIX hubo un gran cambio en la evolución de los tatuajes, porque pasaron de ser una marca extraña e incomprensible a ser parte de una identidad.

## **2.4. ANÁLISIS DEL MERCADO**

### **2.4.1. Diagnóstico de la Estructura Actual del Mercado Nacional Países Objetivos:**

“El mercado de tatuajes en América Latina ha marcado su existencia con una fuerte cuota de mercado a partir de un valor estimado de USD 35 millones en 2021 y para el período de pronóstico de 2023-2028, se prevé que la tasa de crecimiento anual compuesta sea el 6,70%” (emr, 2021)

Es un mercado en constante crecimiento hoy en día la mayoría de personas tiene por lo menos 1 tatuaje, en Medellín hay grandes exponentes de la industria del tatuaje, y ya es reconocido en el mundo como una capital de tatuadores, como lo son por ejemplo Hernán Yepes que tiene público de todo el mundo, Sebastián Carvajal, estudios como la tinta, blue art que traen ese gran potencial a la capital antioqueña.

### **2.4.2. Informe Cobertura:**

“El informe ofrece una visión en profundidad del mercado histórico (2018-2022) y pronosticado (2023-2028) para tatuajes en América Latina.

Un análisis detallado del mercado para los períodos 2018-2022 y 2023-2028 según tipo, categoría, aplicación, usuario final y regiones.

El estudio evalúa el mercado con base en el Modelo de las Cinco Fuerzas de Porter, que evalúa el nivel de competencia en el mercado analizando factores como el poder de negociación de compradores y proveedores, la amenaza de sustitutos y nuevos entrantes. El informe cubre los perfiles de empresas clave y brinda información sobre los eventos y desarrollos clave de la industria.” (emr, 2021)

### 2.4.3. Alcance Del Mercado

Atributo	Segmentos cubiertos
Año base para la estimación	2022
Información histórica	2018-2022
Datos de previsión	2023-2028
Tasa de crecimiento	CAGR de durante 2023-2028
Desglose por tipo	Tatuaje Temporal, Tatuaje Permanente
Desglose por categoría	Tatuaje Cosmético, Tatuaje Natural, Tatuaje Médico
Desglose por aplicación	Tatuaje en la piel, Tatuaje en la córnea, Tatuaje en la boca, Otros
Desglose por usuario final	Hombres, Mujeres, Otros
Desglose por Región	Brasil, México, Argentina, Chile, Otros

\*En Informes de Expertos siempre nos esforzamos por brindarle la información más reciente. Los números de artículo son solo indicativos y pueden diferir del informe real.

#### **2.4.4. Como Se Encuentra El Mercado**

Hablar desde lo local hasta lo global, qué se dice, es potencial.

Es un mercado muy rentable está en constante crecimiento, América latina está cobrando mucha fuerza, mostrando la calidad de los artistas que habitan en estas tierras, España tiene un gran número de artistas reconocidos, Estados Unidos y Brasil, en cada parte del mundo encontraremos una gran variedad y calidad de trabajos.

“El mercado de tatuajes en América Latina ha marcado su existencia con una fuerte cuota de mercado a partir de un valor estimado de USD 35 millones en 2021 y para el período de pronóstico de 2023-2028, se prevé que la tasa de crecimiento anual compuesta sea el 6,70%.” (emr, 2021)

“Los dibujos corporales han dejado de ser algo marginal y carcelario para convertirse en un reclamo estético muy popular. El sector tiene en España 3.000 estudios y factura más de 180 millones de euros” (país, s.f.)

#### **2.4.5. Definición del Mercado Objetivo:**

El mercado objetivo son los tatuadores principiantes entre los 18 y 35, que estén entre el estrato socioeconómico 3,4 y 5, tienen un gusto por la cultura y el arte o con un nivel cultural heredado, les gusta ir a sitios como galerías de arte, disfrutan también de una buena cerveza los fines de semana, normalmente son también artistas plásticos o pintores, dibujantes a lápiz, pueden ser hombre o mujer, en toda el área metropolitana vamos a encontrar gente con este perfil (ampliar mas como es la descripción de los tatuadores 3,4,5)

## 2.5. JUSTIFICACIÓN DEL MERCADO OBJETIVO

El público fue elegido por la experiencia personal de ver que eso es lo que hace falta en el mercado, un servicio con potencial porque si te capacitas y tienes aprendizaje cada vez serás más confiable por demostrar los conocimientos y habilidades en el desarrollo o desempeño del oficio, dado que entre más preparación se elaboran más estrategias profesionales, porque se resuelve una necesidad de aprendizaje abarcando desde los conceptos básicos de lo que el artista del tatuaje debe conocer, manejar y aplicar en los espacios de los cuales hace uso para realizar sus creaciones e implementar bioseguridad.

“La gran demanda de tatuajes ha dado lugar a innovaciones en la industria. Se están desarrollando varios tipos de tintas y concentraciones más altas de pigmentos para producir tatuajes de mejor calidad con una mayor longevidad. Esto contribuye aún más al crecimiento del mercado. Además, se espera que la industria se expanda considerablemente en los próximos años, con artistas del tatuaje especializándose y diversificando sus técnicas y aprendiendo más estilos.” (emr, 2021)

“La sala de un apartamento, un sótano o incluso la parte trasera de un club nocturno se convierten en improvisados estudios de tatuaje, en el que un tatuador - generalmente sin licencia, ni experiencia- cobra hasta 30% menos que una tienda regulada por autoridades sanitarias.” (cortes, s.f.)

“La mayoría son tatuadores nuevos que quieren ganarse unos dólares sin pagar el porcentaje a una tienda”, dijo Armando, un artista de la piel en Williamsburg. “Muchos de los que ahora tenemos licencia o una tienda empezamos así para hacernos de un nombre y ganar experiencia”. (cortes, s.f.)

En Medellín la mayoría de artistas comienzan experimentando en sus casas, comienzan como artistas ilícitos, aún precisamente acá en Colombia es una actividad permitida o no tan reglamentada mientras tengas toda tu bioseguridad y cursos al día, no hay problema con trabajar o tener un así llamado “estudio privado” donde solo pueden tener acceso a las citas ya anticipadas. Haciendo una suposición de cuántos estudios privados hay, afirmó que todos los artistas, aunque trabajen en un estudio tienen su espacio en su casa también, entonces se supone que hay por lo menos 200 estudios privados.

### **2.5.1. Estimación Del Mercado Potencial:**

“Actualmente se estima que puede haber cerca de 1.200 tatuadores en el país y solo en Bogotá existen al menos 500 estudios de la industria. Esta actividad llegó para quedarse en Colombia en los años de 1970 y desde entonces ha tenido que pasar desde la estigmatización hasta la poca regulación. El tatuaje es catalogado como una disciplina artística que tiene varios estilos por su diversidad y que cada día gana más seguidores” (siglo, 2022).

“Rolando, tatuador bogotano, le dijo a EL NUEVO SIGLO que la industria ha cambiado demasiado. En diferentes aspectos, parte de ello ha sido la estigmatización que, por mucho tiempo, aún ahora, se ha tenido y se tiene. Poco a poco se ha venido cambiando la concepción de que se trataba de malandros o escenarios en los que se relacionaba con delincuentes. Ahora afortunadamente viene gestándose un camino y cambio de mentalidad y se ve un panorama más amplio y enfocado al arte en numerosas formas”. (siglo, 2022)

Los artistas hoy en día se están esmerando por sacar la cara para que esto sea reconocido como un arte como cualquier otro, se empeñan por hacer diseños únicos, dar un trato genial y estar ahí desde antes de hacerte el tatuaje, como también en todo el proceso de sanación.

“Hay que tener en cuenta que las ventas de esta actividad no son medidas con exactitud por Fenalco, la ANDI o Cámaras de Comercio, incluso en estas últimas se confunden entre los registros de establecimientos de belleza, barberías o centros de

intervención corporal; la Asociación Colombiana de Tatuadores (ACT) destacó que los ingresos que mueve la industria son gracias a la sobreoferta que enfrenta el sector.



Tabla 3: imagen de tatuador.

“El 38% de la población mundial lleva algún tatuaje y entre ellos está el 10 % de los europeos. Es un fenómeno en pleno crecimiento que cada día atrapa más gente.” (ramos, s.f.)



Tabla 4: imagen con información de cámara y comercio sobre el tatuaje

### 2.5.2. Consumo Aparente: 2020

La encuesta polimétrica de Cifras y Conceptos dice que el 6 por ciento de los colombianos mayores de 35 años tiene tatuajes, así como el 19 por ciento de los colombianos entre 25 y 34 años y el 47 por ciento de las personas entre 18 y 24 años... Esto indica que los colombianos entre más jóvenes más rayados... Esto es lo que indican los indicadores.

“Uno de los tatuadores más buscados en Medellín, conocido por tener de clientes a figuras como James Rodríguez, tiene un método de cobro por sesión. Es decir, un pago por espacio de hasta seis horas. Además, su estatus le ha llevado a que como microempresario abra su propio local, genere empleo y tenga jornadas aseguradas de por lo menos nueve meses. Si hoy alguien estuviera interesado en que él lo tatuara, debe separar el cupo y seguramente hasta mayo o junio de 2019, tendría agenda.” (red, s.f.)

“En América del Norte la tasa de crecimiento del negocio es de 6% anual, y en América Latina hasta 10%. Colombia está dentro de los mejores mercados, expresó Yoset Pérez, uno de los mejores tatuadores de Venezuela que ya lleva tres años en Colombia con su estudio Kure Kitsune al norte de Bogotá.” (red, s.f.)

“Después de Estados Unidos, en las mediciones del sector, México sigue en el listado de los países donde el tatuaje genera más dinero. Por esto, en América Latina sería el primero con ingresos para los tatuadores y sus proveedores, con US\$450 millones (\$1,3 billones al año); seguido de Brasil, con US\$420 millones (\$1,2 billones). Colombia está por encima de Chile, Argentina y Perú, que están en US\$150 millones, US\$135 millones y US\$110 millones, respectivamente”. (red, s.f.)

El ICBF saca una ley donde se presenta el siguiente enunciado: “Se prohíbe la realización de procedimientos médicos y quirúrgicos estéticos en pacientes menores de 18 años. El consentimiento de los padres no constituye excepción válida a la presente prohibición.” Por lo que ningún artista debería hacerlo, ya que estaría cometiendo un delito, a menos que se presenten con sus padres y estos los acompañen en todo momento,

“el 40 por ciento, o 4 de cada 10 millennials, tienen al menos uno.” (diario, s.f.)



Tabla 5: gráfico donde podemos ver los indicadores por edad

### 2.5.3. Consumo Per Cápita:

Las industrias culturales y creativas han representado aproximadamente durante los últimos cuatro años el 3% del PIB que logran generar, de acuerdo con las cifras de la cuenta satélite de cultura y Economía Naranja del Dane, 522.000 empleos.

“un sector que en 2017 logró US\$1.600 millones (\$4,8 billones al cambio del viernes). El conteo que ha sido seguido por Ibis World y Global Tattoo, también incluyó otros países como Colombia.” (red, s.f.)

“Después de Estados Unidos, en las mediciones del sector, México sigue en el listado de los países donde el tatuaje genera más dinero. Por esto, en América Latina sería el primero con ingresos para los tatuadores y sus proveedores, con US\$450 millones (\$1,3 billones al año); seguido de Brasil, con US\$420 millones (\$1,2 billones). Colombia está por encima de Chile, Argentina y Perú, que están en US\$150 millones, US\$135 millones y US\$110 millones, respectivamente.

Al ser una actividad artística, una persona que quiera un tatuaje puede encontrar uno de tres centímetros en promedio a \$120.000 en el centro de Bogotá, o con

profesionales más experimentados en \$316.000; pues la reputación del que lo ofrece es la que interviene en la factura.” (red, s.f.)

#### **2.5.4. Magnitud De La Necesidad**

Les brinda un producto más confiable a los usuarios, porque se estaría cumpliendo con todas las normas estándares de calidad y bioseguridad. Es necesario instruir a los nuevos artistas del tatuaje, primero porque hace un gran aporte a sus carreras, les da un grado de profesionalidad, les brinda un nombre de respaldo que genera seguridad en el público, mejorar la calidad de los tatuadores colombianos.

#### **2.5.5. Estimación del Segmento de Mercado (Tamaño Y Crecimiento)**

En 1 año se piensa capacitar a por lo menos 60 tatuadores en cursos de aproximadamente 3 meses de duración donde veremos

- Técnica
- Dibujo
- marketing
- educación financiera
- bioseguridad

paulatinamente en 2 años se espera capacitar a por lo menos 150 tatuadores de la ciudad de Medellín y así en 5 años se espera estar posicionado como el lugar de aprendizaje para tatuadores más reconocido de Colombia, habiendo aportado al crecimiento de artistas con un nombre en el sector del tatuaje.

#### **2.5.6. Perfil Del Consumidor Y/O Del Cliente.**

##### **Cliente:**

Tatuadores inexpertos, que estén comenzando en el mundo del tatuaje, con gustos por el arte, el dibujo, la pintura, la música, compartir y aprender, con gustos por visitar espacios de interacción, que disfruten de una buena cerveza acompañado de intercambio artístico, que no tengan problema por aprender de otros y enseñar lo que sabe y así

aporta todos los nuevos dueños de estudios de tatuaje: nuevos emprendedores: que quieran dar ese paso de artista a artista empresario y necesiten la capacitación en ese sentido.

### **2.5.7. Importaciones y exportaciones del servicio a nivel nacional y mercados objetivos (países)**

En el país se hacen importaciones en el país de parte de insumos para tatuadores para poder presentar este servicio de marcas reconocidas a nivel mundial de tintas, máquinas, cartuchos, estencil. Los principales vendedores de estos productos en Medellín son magenta tattoo supply, conejo Deluxe, ez tattoo supply en los cuales podemos encontrar todos los productos necesarios para llevar a cabo un buen tatuaje. Aunque también hay un gran número de extranjeros que vienen a realizarse tatuajes. las maquinas que más se importan son:

- Maquinas: Cheyenne, fkiro, bishop.
- Tintas: eternal, Dynamic, vice
- Stencil: protón

### **2.5.8. Exportaciones:**

- Máquinas: don Melo
- Stencil y pomadas: happy ink, mamacure

### **2.5.9. Productos Sustitutos y Productos Complementarios**

Gestión de seminarios de aprendizaje y cursos que puedan ofrecer instituciones educativas. Podemos encontrar en el mercado distintos seminarios con un fin específico: para tatuadores de 0, para una técnica en específico o para mostrar el uso de la técnica de cada artista, ejemplo:

Curso para principiantes de Jasón ramos El Seminario Online Cómo Aprender a Tatuar desde Cero “0” es un Método para quien incluso nunca ha tenido una Máquina de Tatuar en sus manos, es la guía paso a paso que debes seguir para empezar a Tatuar de manera Profesional.



Tabla 6: imagen de análisis de competencia jason ramos

Cursos y seminarios de distintos tipos presentados por algunos supplys donde se especializan desde el uso de las herramientas digitales, manejo de estudios y cursos intensivos de tatuaje.

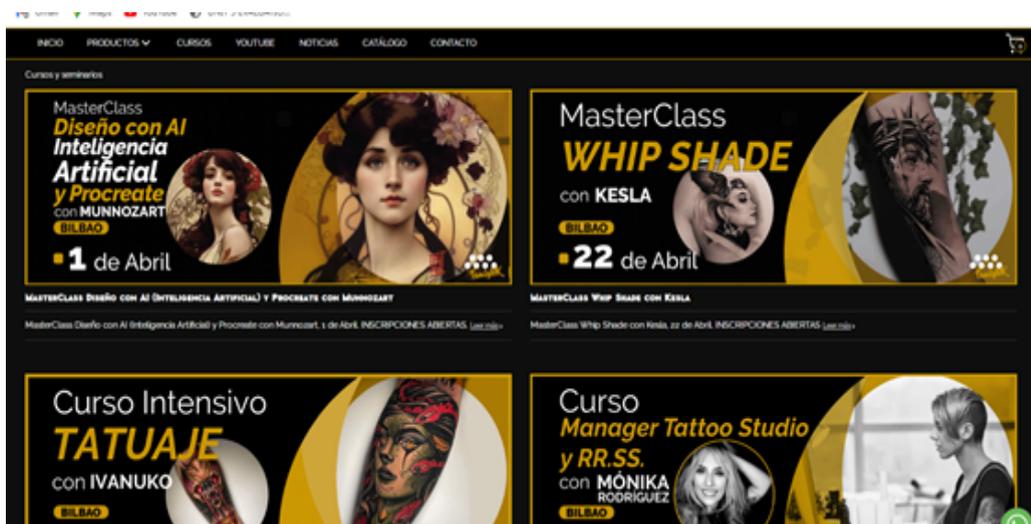


Tabla 7: análisis de competencia de curso digital

## 2.6 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

### 2.6.1. Empresas competidoras que elaboran productos similares a los nuestros

Empresas competidoras	Producto bandera y productos sustitutos	Precio y forma de pago	Infraestructura física. Cómo son las instalaciones	% del mercado que probablemente ocupa. Segmento que maneja	Canales de distribución	Calidad de los productos	Grado de utilización tecnología	Debilidades en cuanto a servicio y en cuanto al servicio al cliente	Fortalezas en cuanto al servicio al cliente
<b>Mi way</b>	Es una página que vende cursos de todo tipo, donde pondré los productos bandera que relacionan Introducción al Photoshop Introducción al ai Tatuaje para principiantes	Van desde 39.000 hasta 156.000 Puedes pagar por la página web con tarjeta de crédito o por paypal	Es una academia netamente virtual donde solo se puede acceder de manera online, donde maneja una imagen roja blanca y negra, dándoles una imagen muy profesional.	Domestika hace parte de las plataformas de cursos más grandes que hay donde ocupa un 45,6%. Del mercado de cursos creativos virtuales.	Redes sociales, página web.	Alta calidad en los cursos, son cursos específicos de personas que manejan muy bien un tema en específico o y quieren enseñar sus conocimientos	Alto, tiene presencia en redes sociales como Instagram, Twitter, Facebook y páginas web, todo lo que manejan es de manera virtual, en la página se compra y se ve el curso	La calidad depende de quien los de, algunos dan el tema muy rápido y no es la mejor manera	Cursos de calidad a Bajo costo, la información queda guardada, mucha diversidad de temas a profundidad.
<b>1.tattoo acamy</b>	Su producto bandera es el curso intensivo de tatuajes en modalidad presencial.	Van desde 450.000 hasta 1.000.000 P puedes pagar por la página web con tarjeta de crédito, en efectivo, con débito y crédito	Es un espacio muy amplio donde podemos encontrar una gran cantidad de estaciones para el aprendizaje y un lado donde trabajan los profesionales, es colorido, iluminado y con ilustraciones por todos lados	Tattoo academy es un espacio nuevo, pero con un muy buen apogeo que lo posiciona en el 21,7%. Del mercado de academias para tatuadores.	Redes sociales, página web presencial	Alta calidad en los cursos manejados por artistas que tienen más de 10 años en el mercado como tatuadores donde conocen muy bien lo que enseñan.	Alto tiene presencia en redes sociales como Instagram, Twitter, Facebook y páginas web. Manejan lo más innovador en el mercado desde las últimas pomadas a las máquinas con última tecnología	Poco alcance presencia, solo tienen una sede en la ciudad de Bogotá	Cursos de calidad a Bajo costo, Profesionales de confianza Enseñanza muy práctica.

Tabla 8: tabla de competencia 1

### **3. ESTRATEGIAS DE MERCADO**

#### **3.1. CONCEPTO DEL SERVICIO:**

##### **3.1.1. Nacimiento:**

La marca nacerá por medio de una estrategia en un punto físico y realizando una campaña publicitaria por medio de redes sociales donde se invita a todos al evento de apertura, que sería un día especial de fiesta y conocer lo que hacemos, también una voz a voz que pase por los tintos tatuadores de la ciudad.

##### **3.1.2. Crecimiento:**

Realizando diferentes estrategias para dar a conocer nuestros servicios, con pautas publicitarias en redes sociales, presentando los servicios en la expotattoo, ir de estudio en estudio con publicidad física de nuestros servicios.

##### **3.1.3. Maduración:**

Con un alcance en el mercado capacitando por lo menos a 50 tatuadores cada semestre y brindando asesoría por lo menos a 5 estudio, incorporando servicios que nunca se hayan visto en el mercado, innovando con nuevos servicios ampliando los enfoques en las áreas de tatuaje, usando publicidad y promoción de nuestros servicios e incentivos para mejorar las ventas.

##### **3.1.4. Declive:**

Se espera mantener un servicio que les sirva a todos, buscando nuevas estrategias para mejorar la calidad de los tatuadores y estudios manteniéndonos como un plus para cualquier negocio, llevando artistas invitados de gran peso a dar seminarios, haciendo campañas de marketing haciendo que los nuevos tatuadores vean la necesidad de aprender de nosotros viéndonos como algo que se anhela porque da resultados.

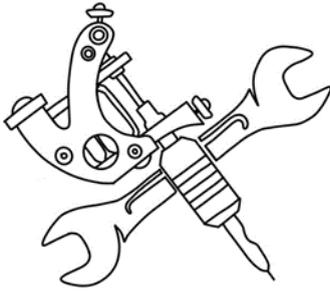
### 3.1.5. Descripción Básica De Los Servicios:

Nuestros servicios son los de capacitación de técnica básica, manejo de marketing digital y cursos de bioseguridad.

Apoyo al crecimiento de los estudios asesorándolos en cuanto a estrategias creativas para subir en el mercado y posicionarse como un lugar reconocido, buscando estrategias de marketing, y garantías de calidad.

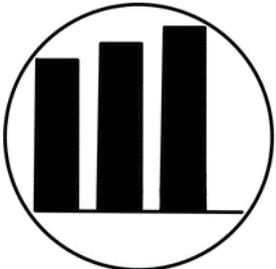
### 3.1.6. Especificaciones o Características De Los Cursos Ofrecidos.

Estos son todos los cursos que se verán dentro formación intensiva, pero cada uno de ellos se ofrece como curso independiente, estos contienen la intensidad horaria, descripción y ventajas, a continuación, se describen en la siguiente tabla:

Ficha Técnica del Servicio	Duración	Descripción	Ventajas
<p>1. Curso de herramientas del tatuaje</p> 	<p>240 horas divididas durante 2 meses 5 horas diarias</p>	<p>Se les enseñara conocer las herramientas de trabajo a profundidad donde aprendan a calibrar sus máquinas y todos los componentes que trae, cuál máquina se acopla más a él</p>	<p>No necesitarán acudir a un técnico para la calibración de máquinas. Sabrán todos los componentes que tiene su material de trabajo Conocerán cuando está fallando Conocerán cuál es la máquina más acorde con su trabajo</p>

*Tabla 9: ilustración curso herramientas*

<p>2. Técnica especial en línea</p>  <p><i>Tabla 10: ilustración técnica en línea</i></p>	<p>240 horas divididas durante 2 meses 5 horas diarias</p>	<p>Se les da herramientas para mejorar su pulso mediante ejercicios que los ayude a acomodarse a la máquina y mucha práctica.</p>	<p>Harán una línea limpia No romperán la piel No temblarán Se adaptaran al uso y tamaño de la máquina, convirtiéndose en una costumbre</p>
<p>3. Técnica de sombra</p>  <p><i>Tabla 11: ilustración técnica en sombra</i></p>	<p>240 horas divididas durante 2 meses 5 horas diarias</p>	<p>Se les da los conocimientos de cómo saturar correctamente la tinta y los enseñamos a diluir para crear sombras y se les pone en práctica.</p>	<p>Aprenderán a inyectar la tinta a la piel de manera uniforme sin herir la piel Aprenderán a saturar sin que pierda el color o queden parches Encontrarán la marca de pigmento que se asemeja más a su trabajo y aprenderán a diluirlo Aprenderán las técnicas de sombreado y cual aplicará más a su trabajo</p>

<p>Marketing digital</p>  <p><i>Tabla 12: ilustración marketing</i></p>	<p>240 horas divididas durante 2 meses 5 horas diarias</p>	<p>Se les capacita en la mejor manera de vender su trabajo, a subir de seguidores, a llegar a más público</p>	<p>Aprenderán sobre el manejo de portafolio en Instagram. La mejor forma de presentar sus trabajos Las horas pico para publicar Conocer su público objetivo Mantener una imagen corporativa</p>
--	--	---	---

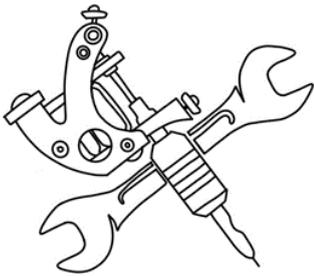
<p>Bioseguridad</p>  <p><i>Tabla 13: ilustración bioseguridad</i></p>	<p>240 horas divididas durante 2 meses 5 horas diarias</p>	<p>Se capacita en como montar sus mesas de trabajo, cómo mantener un espacio libre de contaminación y a manipular elementos sin que se contaminen, cuidando la salud del tatuador y el cliente</p>	<p>Aprenderán a mantener todas las normas de limpieza evitando la contaminación cruzada, la desinfección y esterilización del espacio de trabajo</p>
<p>Asesoría personalizada para mejoramiento de Imagen del local (Estudio de diseño)</p>  <p><i>Tabla 14: ilustración de asesorías</i></p>	<p>60 horas divididas en 1 mes 2 horas diarias</p>	<p>Se les ayuda a gestionar ideas creativas que traigan más clientes, a mantener los costos y presupuesto adecuado, a gestionar el personal, crear ideas para brindar ese cliente un plus adicional al servicio</p>	<p>Mejorar los espacios Apoyo en costos y presupuestos Apoyo en imagen corporativa Diseño de experiencias para atraer clientes</p>

*Tabla 15: tabla de información de cursos*

### 3.1.7. Para Qué Sirve El Servicio

El servicio se usa para capacitarse en la labor de tatuador, el manejo de toda la normativa de seguridad y seguridad que garantice el bienestar del usuario y todos aspectos y requerimientos necesarios para dar al cliente final el mejor tatuaje posible con tranquilidad y confianza en la ciudad de Medellín.

### 3.2. PROPÓSITO DE FORMACIÓN EN CADA CURSO Y EL APORTE

Servicio de formación por Curso	Finalidad de la formación y aporte
<p>1. Curso de herramientas del tatuaje</p>  <p>Ilustración 8: ilustración curso herramientas</p>	<p>Enseña al tatuador a manejar la máquina y sus componentes, calibración y mantenimiento de la misma con el fin de que se pueda desarrollar un trabajo de calidad en la elaboración del tatuaje</p>
<p>2. Técnica especial en línea</p>  <p>Ilustración 9: ilustración técnica en línea</p>	<p>Aportar conocimiento al tatuador en cuanto al pulso y mejor forma de fluir en los movimientos de la mano, fortaleciendo el pulso con ejercicios específicos que ayudan a tener un mejor delineado</p>
<p>3. Técnica especial en sombra</p>	<p>Brinda al tatuador conocimientos para preparar su set de sombras, combinación de color y como aplicarlo correctamente en la piel para dar la forma, profundidad y volumen.</p>

En la siguiente tabla se relaciona cada curso con el propósito ofrecido en los servicios y los aportes que le brinda a los tatuadores.



Ilustración 10: ilustración técnica en sombra

#### 4. Marketing digital



Ilustración 11: ilustración marketing

Brindar herramientas al tatuador para manejar sus redes sociales de manera correcta para mostrar un portafolio profesional con la finalidad de que puedan alcanzar más público objetivo y concretar nuevos clientes

#### 5. bioseguridad



Ilustración 12: ilustración bioseguridad

Enseñar al tatuador a manejar una correcta asepsia en el momento de elaborar el tatuaje para disminuir los riesgos de contaminación biológica para él y sus clientes, brindando seguridad y protección al usuario.

<p>6.Asesoría Para mejoramiento de Imagen del local (Estudio de diseño)</p>  <p>Ilustración 13: ilustración de asesorías</p>	<p>Brindar asesoría personalizada a los tatuadores para lograr una mejor imagen, distribución y arquitectura al interior y exterior del local (estudio de diseño). Con la finalidad de lograr una mejor presencia del lugar, haciéndolo más agradable al público objetivo- cliente. aplicando estrategias de imagen, distribución del mobiliario y de aroma</p>
---	---

*Tabla 16: tabla de servicios de formación por curso*

### **3.2.1. Diseño De Los Servicios**

El diseño de servicios es una hoja de ruta que comprende los pasos y procesos que un cliente de un servicio realizará al utilizarlo. El beneficio final del diseño de servicios no es mejorar la apariencia estética de un producto o servicio, sino mejorar su operatividad y eficiencia a la hora de tatuar.

### **3.2.2. Calidad**

La calidad del servicio es prestada por especialistas en cada tema, con cierta experiencia para poder demostrar un conocimiento apropiado, los mejores recursos, unas instalaciones apropiadas y buena atención.

### 3.3.3. Presentación

En esta se describen las competencias que se buscan con cada curso:

- Manejo de herramientas: Se les enseña a conocer a profundidad lo que necesitan usar y cómo usarlo de manera correcta.
- Técnica básica de línea donde se les da ejercicios para mejorar el pulso y acoplarse a la máquina
- Técnica base de sombra aprender a inyectar bien la tinta para no dejar espacios en el relleno y hacer un sombreado limpio
- Marketing para tatuadores aprender a vender su trabajo y atraer clientela.
- Asesoría para espacios de trabajo: se encuentran las fallencias y se les da el apoyo en el diseño y gestión de ellas.

### 3.3.4. Fortalezas Y Debilidades Del Servicio Prestado Frente A La Competencia

Fortalezas	Debilidades
Buena calidad en el servicio prestado	Poco reconocimiento de los servicios en el mercado por la inexistencia de pocas empresas
Se brinda formación por un equipo profesional para principiantes empíricos	Empresa nueva sin resultados para presentar a los clientes, por estar fase de lanzamiento
Se abordan los temas más importantes en la formación	Poca confianza que brinda la empresa por nueva
Amenazas	Oportunidades
Poco poder inexpertos Adquisitivo de tatuadores	Artistas inexpertos resultados en busca de resultados rápidos
La posibilidad de que con el alza de la inflación suben los precios de los insumos para tatuar	No hay demasiados competidores

Tabla 17: tabla de matriz dofa

### **3.3.5. Talento Humano Y Profesional Que Utiliza *En El Proyecto.***

Para funcionamiento del proyecto se requiere del siguiente capital humano:

- 2 tatuadores especializados con el fin de enseñar temas en específico. Cuantos
- 1 Profesionales en bioseguridad.
- 1 experto en marketing
- 1 gestor Administrativo del Proceso
- 1 diseñador de espacios

### **3.3.6. Aliados:**

Convenios con tatuadores reconocidos que den un seminario de manejo especial de su técnica.

Sena: apoyo profesional en el tema de enseñanza.

Convenio con tiendas de elementos de tatuaje supplys donde se cree un kit que será incluido en el pago del curso

### **3.3.7. Qué Canal de Distribución Utilizará.**

- Una oficina con salón múltiple para formación presencial
- Página web para la formación virtual y para la venta, inscripciones y matrículas vendan los servicios
- Visitas a las universidades para dar a conocer el servicio

32

### **3.3.8. Métodos De Asesoría y Las Herramientas:**

- Inicialmente un test de análisis directo para conocer la situación a los tatuadores
- Encuesta a tatuadores
- Árbol de problemas para conocer los principales errores a corregir

33

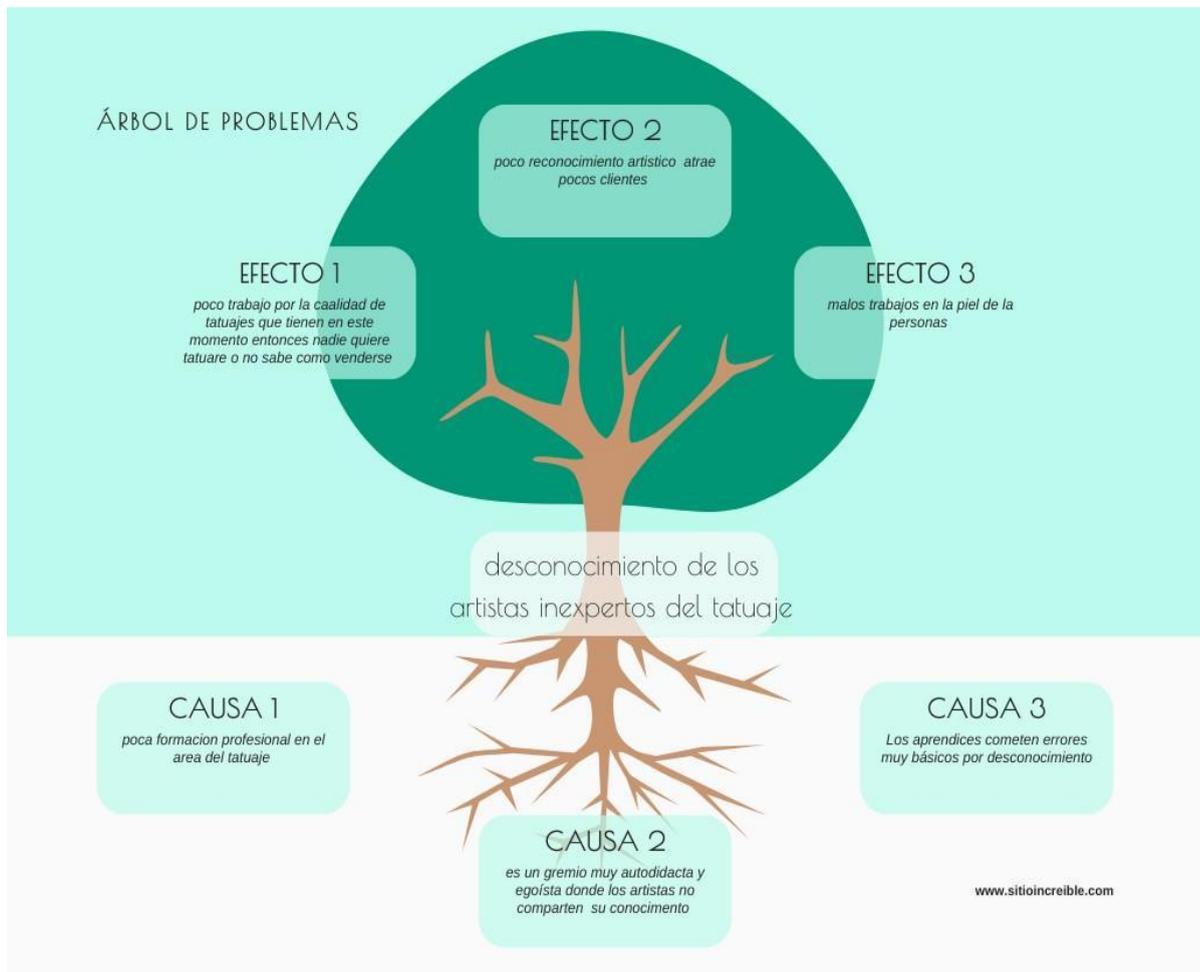


Tabla 18: ilustración árbol de problemas

### 3.4. COSTO POR PRIMERA ASESORÍA:

La separación o primer abono tendrá un descuento del 20% en el pago total del curso antes de iniciar, no reembolsables, que será aplicable cuando se realice el pago completo del curso o asesoría.

### 3.4.1. Costos de los Cursos:

<b>Cursos ofertados en los servicios Educativos</b>	
<b>Cantidad</b>	<b>Curso</b>
1	Curso de herramientas de tatuaje
2	Curso especial en Línea:
3	Técnica especial en sombra
4	Asesoría a estudio
5	Marketing Digital
6	Bioseguridad
7	Asesoría para mejoramiento de Imagen del local (Estudio de diseño)

*Tabla 19: tabla cursos servicios ofertados*

### 3.4.2. Cálculo de los Costos de Cada Curso

#### 1) Costos Curso Herramientas del Tatuaje

<b>HOJA DE COSTOS</b>				
	<b>PRODUCTO</b>	<b>CURSO DE HERRAMIENTAS DEL TATUAJE</b>		
<b>COSTEO DE LOS SERVICIOS</b>				
<b>MATERIAL</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UND</b>	<b>VR UNITARIO</b>	<b>VR TOTAL</b>
CAPACITACIÓN	240	HORA	\$ 1.460	\$ 350.400
CERTIFICACIÓN	1	und	\$ 6.000	\$ 6.000
<b>TOTAL COSTEOS DE MATERIALES</b>				<b>\$ 356.400</b>
<b>COSTEO DE MANO DE OBRA</b>				
<b>CANTIDAD</b>	<b>UND</b>	<b>DETALLE</b>	<b>VR UNIT</b>	<b>VR TOTAL</b>
1	unidad	1 \$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000
<b>TOTAL COSTOS MANO DE OBRA</b>				<b>\$ 20.000</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS</b>				
Arrendamiento		1600000		\$ 32.000
Agua		60000		\$ 1.200
Luz		120000		\$ 2.400
Depreciación de equipos de compu		2120000		\$ 42.400
Internet		90000		\$ 1.800
Nomina MOD		2400000		\$ 48.000
<b>TOTAL COSTO INDIRECTO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIOS</b>				<b>\$ 4.260</b>
<b>COSTO TOTAL DEL SERVICIO</b>				<b>\$ 3.806.600</b>
<b>COSTO UNITARIO DE SERVICIO</b>				<b>\$ 380.660</b>
<b>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN</b>				<b>\$ 95.165</b>
<b>POLITICA DE UTIL</b>	25%	<b>PRECIO DE VENTA</b>		<b>\$ 475.825</b>

<b>ORDEN OPERACIONAL</b>
1 - Hacer inscripción
2 - Hacer pago de matricula
3 - Inicio modulo
4 - llevar herramientas del tatuaje
5 - calibracion de herramientas.
6 - proceso de formación.
7 - certificación.

Tabla 20: hoja de costos de curso de herramientas par tatuar

2) Costos Curso Técnica especial en línea

HOJA DE COSTOS				
<b>PRODUCTO</b>		técnica especial en línea		
COSTEO DE LOS SERVICIOS				
MATERIAL	CANTIDAD	UND	R UNITARI	VR TOTAL
CAPACITACIÓN	240	HORA	\$ 1.460	\$ 350.400
CERTIFICACIÓN	1	und	\$ 6.000	\$ 6.000
<b>TOTAL COSTEOS DE MATERIALES</b>				<b>\$ 356.400</b>
COSTEO DE MANO DE OBRA				
CANTIDAD	UND	DETALLE	VR UNIT	VR TOTAL
1	unidad	1 \$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000
<b>TOTAL COSTOS MANO DE OBRA</b>				<b>\$ 20.000</b>
COSTOS INDIRECTOS DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS				
Arrendamiento		1600000	\$	32.000
Agua		60000	\$	1.200
Luz		120000	\$	2.400
Depreciación de equipos de compu		2120000	\$	42.400
Internet		90000	\$	1.800
Nom ina MOD		2400000	\$	48.000
<b>TOTAL COSTO INDIRECTO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO</b>				<b>\$ 4.260</b>
<b>COSTO TOTAL DEL SERVICIO</b>				<b>\$ 3.806.600</b>
<b>COSTO UNITARIO DE SERVICIO</b>				<b>\$ 380.660</b>
<b>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN</b>				<b>\$ 95.165</b>
<b>POLITICA DE UTILI</b>	25%	<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>\$ 475.825</b>	
ORDEN OPERACIONAL				
1 - Hacer inscripción				
2 - Hacer pago de matricula				
3 - inicio de modulo				
4 - llevar herramientas del tatuaje y material de pratica.				
5 - proceso de formación.				
6 - certificación.				

Tabla 21: hoja de cálculo de técnica especial en línea

### 3) Costos del Curso de Técnica Especial en Sombra

HOJA DE COSTOS				
PRODUCTO		Técnica especial en sombra		
<b>COSTEO DE LOS SERVICIOS</b>				
MATERIAL	CANTIDAD	UND	VR UNITARIO	VR TOTAL
CAPACITACIÓN	240	HORA	\$ 1.460	\$ 350.400
CERTIFICACIÓN	1	und	\$ 6.000	\$ 6.000
<b>TOTAL COSTEOS DE MATERIALES</b>				\$ 356.400
<b>COSTEO DE MANO DE OBRA</b>				
CANTIDAD	UND	DETALLE	VR UNIT	VR TOTAL
1	unidad	1	\$ 20.000	\$ 20.000
<b>TOTAL COSTOS MANO DE OBRA</b>				\$ 20.000
<b>COSTOS INDIRECTOS DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS</b>				
Arrendamiento		1600000		\$ 32.000
Agua		60000		\$ 1.200
Luz		120000		\$ 2.400
Depreciación de equipos de computo \$1500000(maquina de t		2120000		\$ 42.400
Internet		90000		\$ 1.800
Nomina MOD		2400000		\$ 48.000
<b>TOTAL COSTO INDIRECTO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIOS</b>				\$ 4.260
<b>COSTO TOTAL DEL SERVICIO</b>				\$ 3.806.600
<b>COSTO UNITARIO DE SERVICIO</b>				\$ 380.660
<b>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN</b>				\$ 95.165
<b>POLITICA DE UTILIDA</b>	25%	<b>PRECIO DE VENTA</b>		\$ 475.825
<b>ORDEN OPERACIONAL</b>				
1 - Hacer inscripción				
2 - Hacer pago de matricula				
3 - inicio de modulo				
4 - llevar herramientas del tatuaje y material de practica.				
5 - proceso de formación.				
6 - certificación.				

Tabla 22: hoja de cálculo técnica especial en sombra

#### 4) Costo del Curso de Marketing Digital

HOJA DE COSTOS				
PRODUCTO		Tecnica especial en sombra		
<b>COSTEO DE LOS SERVICIOS</b>				
MATERIAL	CANTIDAD	UND	VR UNITARIO	VR TOTAL
CAPACITACIÓN	240	HORA	\$ 1.460	\$ 350.400
CERTIFICACIÓN	1	und	\$ 6.000	\$ 6.000
<b>TOTAL COSTEOS DE MATERIALES</b>				\$ 356.400
<b>COSTEO DE MANO DE OBRA</b>				
CANTIDAD	UND	DETALLE	VR UNIT	VR TOTAL
1	unidad	1 \$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000
<b>TOTAL COSTOS MANO DE OBRA</b>				\$ 20.000
<b>COSTOS INDIRECTOS DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS</b>				
Arrendamiento		1600000		\$ 32.000
Agua		60000		\$ 1.200
Luz		120000		\$ 2.400
Depreciación de equipos de computo \$1500000(maquina de t		2120000		\$ 42.400
Internet		90000		\$ 1.800
Nomina MOD		2400000		\$ 48.000
<b>TOTAL COSTO INDIRECTO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIOS</b>				\$ 4.260
<b>COSTO TOTAL DEL SERVICIO</b>				\$ 3.806.600
<b>COSTO UNITARIO DE SERVICIO</b>				\$ 380.660
<b>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN</b>				\$ 95.165
<b>POLITICA DE UTILIDA</b>	25%	<b>PRECIO DE VENTA</b>		\$ 475.825
<b>ORDEN OPERACIONAL</b>				
1 - Hacer inscripción				
2 - Hacer pago de matricula				
3 - inicio de modulo				
4 - llevar herramientas del tatuaje y material de practica.				
5 - proceso de formación.				
6 - certificación.				

Tabla 23: hoja de cálculo curso marketing

### 5) Costos De Curso Especial En Bioseguridad

HOJA DE COSTOS				
PRODUCTO		CURSO DE BIOSEGURIDAD		
COSTEO DE LOS SERVICIOS				
MATERIAL	CANTIDAD	UND	VR UNITARIO	VR TOTAL
CAPACITACIÓN	240	HORA	\$ 1.460	\$ 350.400
CERTIFICACIÓN	1	und	\$ 6.000	\$ 6.000
<b>TOTAL COSTEOS DE MATERIALES</b>				<b>\$ 356.400</b>
COSTEO DE MANO DE OBRA				
CANTIDAD	UND	DETALLE	VR UNIT	VR TOTAL
1	unidad	1	\$ 20.000	\$ 20.000
<b>TOTAL COSTOS MANO DE OBRA</b>				<b>\$ 20.000</b>
COSTOS INDIRECTOS DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS				
Arrendamiento		1600000		\$ 32.000
Agua		60000		\$ 1.200
Luz		120000		\$ 2.400
Depreciación de equipos de computo \$150000		2120000		\$ 42.400
Internet		90000		\$ 1.800
Nomina MOD		2400000		\$ 240.000
<b>TOTAL COSTO INDIRECTO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIOS</b>				<b>\$ 10.660</b>
<b>COSTO TOTAL DEL SERVICIO</b>				<b>\$ 3.870.600</b>
<b>COSTO UNITARIO DE SERVICIO</b>				<b>\$ 387.060</b>
<b>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN</b>				<b>\$ 96.765</b>
<b>% POLITICA DE UTILIDAD</b>	25%	<b>PRECIO DE VENTA</b>		<b>\$ 483.825</b>
ORDEN OPERACIONAL				
1 - Hacer inscripción				
2 - Hacer pago de matricula				
3 - traer elementos de bioseguridad y limpieza				
3 - inicio de modulo				
4 - proceso de formación.				
5 - certificación.				

Tabla 24:hoja calculo bioseguridad

**6) Costos de curso de asesoría personalizada**

<b>HOJA DE COSTOS</b>				
	<b>PRODUCTO</b>	<b>Asesoría personalizada para mejoramiento de imagen del local (estudio del diseño)</b>		
<b>COSTEO DE LOS SERVICIOS</b>				
<b>MATERIAL</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UND</b>	<b>/R UNITARIO</b>	<b>VR TOTAL</b>
CAPACITACIÓN	60	HORA	\$ 1.400	\$ 84.000
CERTIFICACIÓN	1	und	\$ 6.000	\$ 6.000
<b>TOTAL COSTEOS DE MATERIALES</b>				<b>\$ 90.000</b>
<b>COSTEO DE MANO DE OBRA</b>				
<b>CANTIDAD</b>	<b>UND</b>	<b>DETALLE</b>	<b>VR UNIT</b>	<b>VR TOTAL</b>
1	unidad	60 \$ 12.500	\$ 750.000	\$ 750.000
<b>TOTAL COSTOS MANO DE OBRA</b>				<b>\$ 750.000</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS</b>				
Arrendamiento		1600000		\$ 32.000
Agua		60000		\$ 1.200
Luz		120000		\$ 2.400
Depreciación de equipos de com		2120000		\$ 42.400
Internet		90000		\$ 1.800
Nomina MOD		3000000		\$ 300.000
<b>TOTAL COSTO INDIRECTO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO</b>				<b>\$ 12.660</b>
<b>COSTO TOTAL DEL SERVICIO</b>				<b>\$ 8.526.600</b>
<b>COSTO UNITARIO DE SERVICIO</b>				<b>\$ 852.660</b>
<b>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN</b>				<b>\$ 213.165</b>
<b>LITICA DE UTIL</b>	25%	<b>PRECIO DE VENTA</b>		<b>\$ 1.065.825</b>
<b>ORDEN OPERACIONAL</b>				
1 - Hacer inscripción				
2 - Hacer entrevista al estudio				
3- hacer un analisis de solución de problemas				
3 - inicio de intervención				
4 - proceso de intervención.				
5 - certificación.				

Tabla 25 hoja de cálculo apoyo a estudios

### 3.4.5. Política de Inventario de los Cursos a Iniciar

Producción o equipamiento de funcionamiento: requiere inventarios elevados de materias primas para garantizar su disponibilidad en los procesos de fabricación. Además, se necesita tener un respaldo moderadamente grande de inventarios de productos terminados para mantener niveles de producción estables. También conocido como inventario de seguridad. (muebles y enseres para las empresas de servicios)

### 3.4.6. Inventario de los Suministros y Muebles y Enseres Para Iniciar los Cursos

cantidad	Materiales	precio Unitario	precio Total
10	Mesas de trabajo	150000	1500.000
1	Equipo de computo	2000000	200.000
10	Sillas	150000	1500.000

1	Aire acondicionado	3000000	3.000.000
5	Kit de maquina	600000	3.000.000
6	Lámparas	160000	960.000
1	Mesa de dibujo grande	2000000	2.000.000
2	Muebles	1500000	1.500.000
10	Insumos de tatuaje	1200000	1.200.000
1	Insumos de dibujo	200000	200.000

Tabla 26: tabla inventario de suministros

### 3.4.7. Planeación de Cantidad de Cursos y alumnos para iniciar la capacitación

cantidad	Cantidad de alumnos para iniciar capacitación	Cantidad de Alumnos Para iniciar el primer mes
1	Curso de herramientas de tatuaje	15 alumnos
2	Curso especial en Línea:	15 alumnos
3	Técnica especial en sombra	15 alumnos
4	Marketing digital	15 alumnos
5	Bioseguridad	15 alumnos
6	Asesoría personalizada para mejoramiento de Imagen del local (Estudio de diseño)	15 asesorías

*Tabla 27: tabla de cantidad de alumnos para empezar el curso*

### 3.4.8. Financiación Para los Muebles, Enseres y Equipos:

Se recurrirá a una financiación con Comfama cuanto es el monto máximo, y los requisitos para la inversión inicial y poder comprar todos los muebles y enseres, que se pronostica que se cambien cada 5 años, se pretende renovarlos cada que el uso y el desgaste muestran que se requiere una nueva inversión.

### 3.5. PRECIOS DE LANZAMIENTO DE CADA CURSO CON DESCUENTO:

servicio	PRECIO Inicial	PRECIO con descuento del 20 %
Curso intensivo que se verán todos temáticas y cursos en un solo paquete, los puntos a enseñar y con los equipos necesarios incluidos	\$2.500.000	2.000.000
Curso intensivo que se verán todos los puntos a enseñar sin equipos:	\$1.500.000	1.200.000
Curso individual de cada enfoque	\$475.825	380.660
Asesoría a estudio	\$1.600.000	1.280.000

*Tabla 28: tabla con descuentos*

### 3.5.1. Precio de los Cursos Individuales Por Enfoque

Curso Individual Con Cada Enfoque		
servicio	Precio inicial	Precio con descuento 20 %
Curso de herramientas de tatuaje	\$ 475.825	380.660
Curso especial en Línea:	\$ 475.825	380.660
Técnica especial en sombra	\$ 475.825	380.660
Marketing digital	\$ 475.825	380.660
Bioseguridad	\$ 475.825	380.660
Asesoría personalizada para mejoramiento de Imagen del local (Estudio de diseño)	\$ 1065.825	852660

Tabla 29: tabla de curso individual con cada enfoque

### 3.6. ANÁLISIS DEL PRECIO CON RESPECTO A LA COMPETENCIA.

Al comparar los precios con la competencia nos podemos dar cuenta que es un buen precio en cuanto al mercado por un servicio completo y de buena calidad, además ofrecemos servicios extra como el conocimiento de marketing y bioseguridad, porque el mercado está enfocado en lo técnico, se ofrece un paquete con la posibilidad de que el tatuador pueda especializarse y mejorar en el oficio además la opción de tomar cursos individuales para mejorar su desempeño en el oficio. A diferencia de la competencia que da una formación en cadena y el tatuador lo debe tomar todo.

#### 3.6.1. Condiciones De Pago

El pago se realiza pagando la inscripción por el valor de 100.000 y el resto del pago antes de empezar el curso en hasta 3 contados uno antes de iniciar, a mitad y finalizando el curso. Con métodos de pago Pse, tarjeta de crédito, efectivo. Pagos a través de Banco de Bogotá, Banco Av Villas, Banco de occidente, Banco popular.

### **3.6.2. Impuesto a las Ventas (A Que Régimen Pertenece La Empresa)**

Uno de los aspectos que debe tener en cuenta quien acepte trabajar bajo un contrato de prestación de servicios es que, al momento del pago, le hacen una retención en la fuente. Si la persona no es declarante, el porcentaje será de 10%, mientras que, si es declarante, el porcentaje será de 11%. Registrar como empresa a régimen implicado

La figura laboral de prestador de servicios no contempla las incapacidades médicas remuneradas. Por esto, si el trabajador se enferma, la empresa no le pagará la incapacidad, sino que es la EPS la que la paga. El trabajador hace el trámite y este subsidio es de 66% sobre el 40% de los honorarios.

### **3.6.3. Estrategias a Utilizar Frente a una Guerra de Precios**

Se realizan promociones de descuento en la adquisición de servicios del 20% o 30% por fechas especiales, invitados a charlas especiales o contenido extra.

### **3.6.4. Método Utilizado Para la Definición del Precio.**

El precio se define por el conocimiento adquirido y la experiencia transmitida.

## **3.7. PROMOCIÓN:**

- Las promociones se darán en fechas especiales como navidad, Halloween, vacacionales con un descuento de 20% en adquisición de cursos y asesorías.
- Seminarios de diferentes estilos incluidos por compras en las fechas seleccionadas.
- Promociones de 2x1 en adquisición.
- Descuentos por más de 5 adquisiciones del curso del 20%.

### 3.7.1. Manejo de clientes especiales

A los clientes especiales se les incluirá el acceso a posibles seminarios con artistas invitados, a los estudios se les brindará un seguimiento en las asesorías, se les brindará algunas asesorías extra.

### 3.7.2. Costo de la promoción de lanzamiento

<b>CANTIDAD CURSOS PROMOCIONALES EN EL AÑO</b>					
<i>Cantidad</i>	nombre del curso	<i>Precio de Venta Unitario</i>	<i>Descuentos en fechas especiales del 10%</i>	<i>Descuentos por volumen a partir de 5 alumnos 5%</i>	<i>COSTOS TOTALES PROMOCIÓN</i>
15	curso herramientas de trabajo	\$ 475.825	47582,5	71373,75	1784343,75
15	técnica especial en línea	\$ 475.825	47582,5	71373,75	1784343,75
15	técnica especial en sombra	\$ 475.825	47582,5	71373,75	1784343,75
15	marketing digital	\$ 475.825	47582,5	71373,75	1784343,75
15	bioseguridad	\$ 483.825	48382,5	72573,75	1814343,75
15	Asesoría personalizada para mejoramiento de imagen del local (estudio del diseño)	\$ 1.065.825	106582,5	159873,75	3996843,75

*Tabla 30: tabla de cantidad de cursos con promociones en el año*

### 3.7.3. Descripción de La Promoción para Motivar la Venta

- Las promociones se harán en fechas especiales como Halloween. Navidad, vacaciones de mitad de año con el 10% de descuento.
- Seminarios con artistas reconocidos en la ciudad incluidos por compras en las fechas seleccionadas.
- Promociones de 2x1 en adquisición en fechas como San Valentín
- Descuentos por más de 5 adquisiciones del curso del 10%.

### **3.8. COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD**

Toda la publicidad estará reflejada a través de las redes sociales Facebook, Instagram donde también se mostrará el contenido temático de los cursos y algunos beneficios de las asesorías y muestras lo que se va ver en el curso.

precio de la publicidad en redes

15 días publicidad en Instagram y Facebook con un alcance de 1,2 mil- 3,5 mil personas por día

presupuesto total 150.000

10000 durante 15 días

impuestos estimados 28.500

importe total 17.500

#### **3.8.1. Definir las Estrategias de Difusión del Producto o Servicio**

- Hacer estrategias como un reels, el encargado de crear este contenido para redes sociales sería el gestor del diseño y el especialista en marketing, tales costos se cubren dentro del salario entregar publicidad en los estudios de la ciudad o dar a conocer los servicios con una voz a voz
- Buscar estrategias que hacer para que te conozcan
- tener stand publicitario o tener presencia en las convenciones de tatuadores donde se dará a conocer los servicios y en los cuales se puede esparcir la información.

#### **3.8.2. Medios y Tácticas de Comunicación a Utilizar**

La comunicación se genera por medio de redes sociales donde se mostrará contenido del curso, beneficios de las asesorías, resultados del curso por medio de fotos y videos. Se abrirá un chat para atender posibles solicitudes, sugerencias, peticiones y futuras reclamaciones y quejas y conteo de experiencias. Se utilizarán Redes sociales como Instagram, Facebook, WhatsApp, el punto físico.

Medios telefónicos y también correo electrónico.

### 3.8.3. Costos de la Estrategia Publicitaria a Utilizar

Costos fijos mensuales en publicidad		
elementos	Cantidad	Valor total
Instagram y facebook	15 días mes	\$ 196.000
volantes	30000	\$ 30.000
Total		\$ 226.000

*Tabla 31: tabla de costos fijos de publicidad*

### 3.8.4. Servicios

El servicio que se presta genera confianza a los clientes para preguntar cualquier duda y hacer cualquier tipo de pregunta o hacer reclamo donde se contesta con total respeto y honestidad, se maneja una agenda donde se programará su tiempo de duración y esto se verá reflejado en sus redes sociales.

### 3.8.5. Procedimientos para Otorgar Garantías y Servicios Post Ventas

- Se le garantizarán resultados al entrar al curso para mejorar su proceso para graduarse del curso tienen que ser evaluados los resultados donde se confirmara lo aprendido en todos los sentidos técnico y práctico.
- Garantizamos que las asesorías son realizadas por personas profesionales.

### 3.8.6. Mecanismos de Atención a Clientes

El cliente podrá comunicarse por medio de redes sociales como Facebook, Instagram y WhatsApp, telefónico, correo electrónico y a través de atención personalizada en el punto físico.

### 3.9. PRESUPUESTO DE LA MEZCLA DE MERCADOS:

Cuantifique los costos en los que incurre cada una de las estrategias: Producto, Precio, Plaza, Promoción.

promoción: \$ 12.948.563

Publicidad: \$226.000

Tabla de Presupuesto de la Mezcla de Mercado

estrategias	costos
promoción	12.948.563
publicidad	226.000
total	13.174.563

Tabla 32: tabla de la mezcla de mercado

#### 3.9.1. Política crediticia

Se pagará 50% al iniciar el curso y 50% al finalizar  
Pueden ser 3 pagos 1 por mes, o 6 pagos quincenales.

### 3.9.2. Descuento por pronto pago o volumen.

Si el tatuador paga todo el curso se la hará descuento del 10%

<i>CURSOS PROMOCIONALES EN EL AÑO</i>			
<i>Cantidad</i>	<i>nombre del curso</i>	<i>Precio de Venta Unitario</i>	<i>Descuentos en fechas especiales del 10%</i>
15	curso herramientas de trabajo	\$ 475.825	47582,5
15	técnica especial en línea	\$ 475.825	47582,5
15	técnica especial en sombra	\$ 475.825	47582,5
15	marketing digital	\$ 475.825	47582,5
15	bioseguridad	\$ 483.825	48382,5
15	Asesoría personalizada para mejoramiento de imagen del local (estudio del diseño)	\$ 1.065.825	106582,5
Totales		\$ 3452950	\$345245

*Tabla 33: tabla descuentos por pronto pago*

### 3.9.3. Descuento por Pronto Pago o Volumen.

Si el tatuador paga todo el curso se la hará descuento del 10%

### 3.9.4. Plazos que se Tienen para Otorgar los Pagos

Los cursos cortos se realizarán en dos pagos mensuales en cuotas iguales

La formación completa incluidos todos los cursos se puede realizar en 6 meses o quincenales en cuotas iguales

### 3.10. PROYECCIÓN DE VENTAS

#### 3.10.1. Método Utilizado para la Proyección de Ventas

Para dicha proyección se realizará un incremento del 3% en aumento de ventas de los cursos durante un año, lo cual se proyecta para los cinco años y poder analizar la viabilidad del proyecto de acuerdo al número de ventas programadas

PROYECCIÓN VENTAS SERVICIO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7
curso de herramientas de tatuaje	\$ 7.137.375	\$ 7.351.496	\$ 7.572.041	\$ 7.799.202	\$ 8.033.178	\$ 8.274.174	\$ 8.522.399
curso especial en línea	\$ 7.137.375	\$ 7.351.496	\$ 7.572.041	\$ 7.799.202	\$ 8.033.178	\$ 8.274.174	\$ 8.522.399
técnica especial en sombra	\$ 7.137.375	\$ 7.351.496	\$ 7.572.041	\$ 7.799.202	\$ 8.033.178	\$ 8.274.174	\$ 8.522.399
marketing digital	\$ 7.137.375	\$ 7.351.496	\$ 7.572.041	\$ 7.799.202	\$ 8.033.178	\$ 8.274.174	\$ 8.522.399
Bioseguridad	\$ 7.257.375	\$ 7.475.096	\$ 7.699.349	\$ 7.930.330	\$ 8.168.239	\$ 8.413.287	\$ 8.665.685
Asesoría personalizada para mejoramiento de la imagen del local (estudio de diseño)	\$ 15.987.375	\$ 16.466.996	\$ 16.961.006	\$ 17.469.836	\$ 17.993.931	\$ 18.533.749	\$ 19.089.762

MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
\$ 8.778.071	\$ 9.041.413	\$ 9.312.656	\$ 9.592.035	\$ 9.879.796	\$ 101.293.837
\$ 8.778.071	\$ 9.041.413	\$ 9.312.656	\$ 9.592.035	\$ 9.879.796	\$ 101.293.837
\$ 8.778.071	\$ 9.041.413	\$ 9.312.656	\$ 9.592.035	\$ 9.879.796	\$ 101.293.837
\$ 8.778.071	\$ 9.041.413	\$ 9.312.656	\$ 9.592.035	\$ 9.879.796	\$ 101.293.837
\$ 8.925.656	\$ 9.193.426	\$ 9.469.228	\$ 9.753.305	\$ 10.045.904	\$ 102.996.881
\$ 19.662.455	\$ 20.252.328	\$ 20.859.898	\$ 21.485.695	\$ 22.130.266	\$ 508.172.229
			\$ (101.293.837)		

Tabla 34: tabla de la proyección de ventas

### 3.10.2. Política de Cartera

Se le otorgará crédito a los tatuadores que quieran tomar el curso o a todas las personas que lo deseen y que tengan 18 años adelante o a menores de edad a partir de 16 años con la responsabilidad de un adulto. Dicho crédito se formaliza firmando un pagaré con la cédula, si el estudiante se encuentra en mora no se permite entrar a clase, después de 8 días de no pago hasta que se ponga al día.

### Costos Generales De Los Servicios Punto de equilibrio Pesos

1. MÓDULO ECONÓMICO FINANCIERO							
8.1 Costos (escriba que cargos se necesitan, también que funciones y responsabilidades tendría, así como el valor del salario)							
COSTOS VARIABLES					VENTAS TOTALES		
Producto / Servicio (escriba aquí los nombres de los productos [físicos] ó servicios [intangibles] de tu negocio)	Unidad (es la medida del producto, por ejemplo: kilos, metros, unidad, docenas, etc) Se utiliza la hora	Cantidad (el número de unidades a vender en el mes, si la cantidad varía entonces hacer la misma cuenta para los otros meses)	Costo Variable Unitario (Es la suma de los costos variables de producción entre el número de unidades producidas)	Costo Variable Total (es la multiplicación de la Cantidad de unidades a producir por el Costo Variable Unitario)	Precio de Venta Unitario (escribe cuanto es el precio a que venderás cada producto ó servicio)	Venta total (es multiplicar el precio de venta unitario, o sea de cada unidad por la Cantidad de unidades a vender)	% ponderación de ventas
curso de herramientas de tatuaje	1	15	\$ 380.660	\$ 5.709.900	\$ 475.825	\$ 7.137.375	13,78%
curso especial en línea	1	15	\$ 380.660	\$ 5.709.900	\$ 475.825	\$ 7.137.375	13,78%
técnica especial en sombra	1	15	\$ 380.660	\$ 5.709.900	\$ 475.825	\$ 7.137.375	13,78%
marketing digital	1	15	\$ 380.660	\$ 5.709.900	\$ 475.825	\$ 7.137.375	13,78%
Bioseguridad	1	15	\$ 387.060	\$ 5.805.900	\$ 483.825	\$ 7.257.375	14,01%
Asesoría personalizada para mejoramiento de la imagen del local (estudio de diseño)	1	15	\$ 852.660	\$ 12.789.900	\$ 1.065.825	\$ 15.987.375	30,87%
		90					
<b>TOTALES</b>				<b>41.435.400</b>	<b>VENTA TOTAL</b>	<b>51.794.250</b>	

Tabla 35: tabla de Costos Generales De Los Servicios Punto de equilibrio Pesos

<b>Producto / Servicio</b> (escribe aquí los nombres de los productos [físicos] ó servicios [intangibles] de tu negocio)	<b>Margen de Contribución por producto</b> (es la resta entre Precio de Venta Unitario menos el Costo Variable Unitario)	<b>Margen de Contribución Total</b> (es la multiplicación del margen de contribución por producto por las cantidades a vender en el mes del producto)
curso de herramientas de tatuaje	\$ 95.165	\$ 1.427.475
curso especial en línea	\$ 95.165	\$ 1.427.475
técnica especial en sombra	\$ 95.165	\$ 1.427.475
marketing digital	\$ 95.165	\$ 1.427.475
Bioseguridad	\$ 96.765	\$ 1.451.475
Asesoría personalizada para mejoramiento de la imagen del local (estudio de diseño)	\$ 213.165	\$ 3.197.475
<b>TOTAL</b>		<b>7.161.375</b>
<b>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN MC</b>		<b>13,8%</b>
<b>Punto de equilibrio</b>	<b>\$ 146.831.025</b>	

Tabla 36: tabla de punto de equilibrio

## 4. MÓDULO OPERATIVO

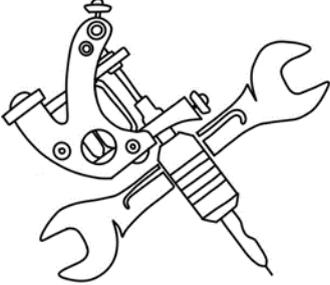
### 4.1. PROCESO DE SERVICIO

A continuación, se presenta el Catálogo de Planeación de inscripciones con la oferta, la duración de cada curso, las fechas de matrículas, el contenido temático de los cursos, con imágenes y calendario de formación donde se dan alternativas y certificaciones.

ACTIVIDAD		INICIO	FIN
Calendario 2024	Inscripciones aspirantes de los cursos	enero 15	enero 31
P R O C E S O  D E  M A T R Í C U L A  P R E G R A D O	Pago de inscripciones para el 2024	febrero 1	febrero 10
	pago con oferta de descuento 10%	febrero 1	febrero 5
	NUEVOS: Matrícula y aceptación del compromiso de matrícula.	febrero 11	febrero 13
	NUEVOS: Descargar liquidación de pago.	febrero 14	febrero 14
	Pago de matrícula ordinaria	febrero 15	febrero 17
	Matrícula (Obligatorio), selección de horario y materias y aceptación compromiso de matrícula (para completos e individuales)	febrero 17	febrero 18
	Ajuste de matrícula (sólo si se encuentra reflejado el pago)	febrero 18	febrero 20
	Pago de matrícula extraordinario (con recargo del 20%)	febrero 22	febrero 25
	Inducción a los cursos.	marzo 1	marzo 2
	Desarrollo del curso	marzo 1	mayo 30

Tabla 37: tabla calendario

## 4.2. CONTENIDO TEMÁTICO

CONTENIDO TEMÁTICO	Duración	Descripción
<b>Curso de herramientas</b>	240 horas	Se les enseñara
del tatuaje	divididas durante 2	conocer las herramientas de
 <p data-bbox="229 902 592 965">Ilustración 8: ilustración curso herramientas</p>	meses 5 horas diarias	trabajo a profundidad donde aprendan a calibrar sus máquinas y todos los componentes que trae, cuál máquina se acopla más a él
<b>Técnica especial en Línea</b>  <p data-bbox="236 1514 646 1576">Ilustración 9: ilustración técnica en línea</p>	240 horas divididas durante 2 meses 5 horas diarias	Se les da herramientas para mejorar su pulso mediante ejercicios que los ayude acomodarse a la máquina y mucha práctica.
<b>Técnica de sombra</b>  <p data-bbox="229 1989 624 2056">Ilustración 10: ilustración técnica en sombra</p>	240 horas divididas durante meses 5 horas diarias	Se les aportan los conocimientos para saturar correctamente la tinta y los enseñamos a diluir para crear sombras y se les pone en práctica.

<p><b>Marketing digital</b></p>  <p>Ilustración 11: ilustración marketing</p>	<p>240 horas divididas durante 2 meses 5 horas diarias</p>	<p>Se les capacita en la mejor manera de vender su trabajo, a subir de seguidores, a llegar a más público</p>
<p><b>Bioseguridad</b></p>  <p>Ilustración 12: ilustración bioseguridad</p>	<p>240 horas divididas durante 2 meses 5 horas diarias</p>	<p>Se capacita en como montar sus mesas de trabajo, como mantener un espacio libre de contaminación y a manipular elementos sin que se contaminen, cuidando la salud de el tatuador y el cliente</p>
<p>Asesoría personalizada para mejoramiento de Imagen del local (Estudio de diseño)</p>  <p>Ilustración 13: ilustración de asesorías</p>	<p>60 horas divididas en 1 mes 2 horas diarias</p>	<p>Se les ayuda a gestionar ideas creativas que traigan más clientes, a mantener los costos y presupuesto adecuado, a gestionar el personal, crear ideas para brindarle a ese cliente un plus adicional al servicio</p>

Tabla 38: tabla contenido temático

#### **4.2.1. ¿Cuál es el Valor Agregado que se puede Generar a los Clientes?**

En forma intangible. están determinados por los conocimientos a brindar y la calidad adquirida por los estudiantes en su formación y la posibilidad de mejorar su trabajo, pues esto conlleva a la formalización del oficio, reconocimiento y confianza a los clientes al implementar una mejor técnica y las normas correctas de bioseguridad.

#### **4.2.2. Estado de Desarrollo:**

El proyecto de emprendimiento se encuentra en etapa de formulación, se pretende iniciar el proyecto en enero del 2024 con el lanzamiento de la publicidad y promoción para lograr las inscripciones según lo planeado y lograr avanzar en el proceso formativo de los tatuadores empíricos o aspirantes, los recursos y personal para empezar los procesos. Se cuenta con la ficha técnica para iniciar cada curso, cada profesor desarrollará la metodología de enseñanza en los cursos al iniciar, con los cuales se realizará la planeación pedagógica. Está en fase de planeación para pasar a la etapa de nacimiento.

en el nacimiento se planea contar con 50 estudiantes e ir creciendo exponencialmente donde se incremente la cantidad de estudiantes, reconocimiento en la ciudad.

hasta llegar a la etapa de madurez donde nos conozcan y tener un cierto reconocimiento y aporte en la ciudad, como una parte importante del crecimiento del gremio en Medellín.

para no caer en declive se buscarán nuevos métodos que se puedan enseñar y aportar algo constante y nuevo a los nuevos artistas

### 4.2.3. Descripción del Proceso:

A continuación podemos ver un poco del proceso que tendrán los aspirantes al curso



#### 4.2.4. Plan de Formación

Se proyecta vender en el mes inicial un total de 66 cursos y con el transcurso de un año aumentar por lo menos 15 cursos más a vender cada mes, brindando cursos de mayor calidad cada vez. A continuación, se muestra la tabla con los presupuestos de los cursos incluidos los precios de venta:

<b>8.1 Costos</b> (escriba que cargos se necesitan, también que funciones y responsabilidades tendría, así como el valor del salario)							
<b>COSTOS VARIABLES</b>					<b>VENTAS TOTALES</b>		
<b>Producto / Servicio</b> (escribe aquí los nombres de los productos [físicos] ó servicios [intangibles] de tu negocio)	<b>Unidad</b> (es la medida del producto, por ejemplo: kilos, metros, unidad, docenas, etc) Se utiliza la hora	<b>Cantidad</b> (el número de unidades a vender en el mes, si la cantidad varía entonces hacer la misma cuenta para los otros meses)	<b>Costo Variable Unitario</b> (Es la suma de los costos variables de producción entre el número de unidades producidas)	<b>Costo Variable Total</b> (es la multiplicación de la Cantidad de unidades a producir por el Costo Variable Unitario)	<b>Precio de Venta Unitario</b> (escribe cuanto es el precio a que venderás cada producto ó servicio)	<b>Venta total</b> (es multiplicar el precio de venta unitario, o sea de cada unidad por la Cantidad de unidades a vender)	<b>% ponderación de ventas</b>
curso de herramientas de tatuaje	1	15	\$ 380.660	\$ 5.709.900	\$ 475.825	\$ 7.137.375	13,78%
curso especial en línea	1	15	\$ 380.660	\$ 5.709.900	\$ 475.825	\$ 7.137.375	13,78%
técnica especial en sombra	1	15	\$ 380.660	\$ 5.709.900	\$ 475.825	\$ 7.137.375	13,78%
marketing digital	1	15	\$ 380.660	\$ 5.709.900	\$ 475.825	\$ 7.137.375	13,78%
Bioseguridad	1	15	\$ 387.060	\$ 5.805.900	\$ 483.825	\$ 7.257.375	14,01%
Asesoría personalizada para mejoramiento de la imagen del local (estudio de diseño)	1	15	\$ 852.660	\$ 12.789.900	\$ 1.065.825	\$ 15.987.375	30,87%
		90					
<b>TOTALES</b>				<b>41.435.400</b>	<b>VENTA TOTAL</b>	<b>51.794.250</b>	

Tabla 40: tabla de plan de formación

### 4.3. INFRAESTRUCTURA

#### 4.3.1. Costos De Inversión En Infraestructura Para Funcionamiento

<b>Cantidad</b>	<b>Materiales</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
10	Mesas de trabajo	1500.000	1500.000
1	Equipo de computo	2.000.000	2.000.000
10	Sillas	1500.000	1500.000
1	Aire acondicionado	3.000.000	3.000.000
5	Kit de maquina	600.000	3.000.000
6	Lámparas	160.000	960.000
1	Mesa de dibujo grande	2.000.000	2.000.000
2	Muebles	1.500.000	1.500.000
10	Insumos de tatuaje	1.200.000	1.200.000
1	Insumos de dibujo	200.000	200.000
2	Profesional de tatuaje	20.000	4.800.000
1	Gestor del Diseño	25.000	3.000.000
1	Profesional de Marketing	2.0000	2400000
1	Profesional de Bioseguridad	20.000	2.400.000

*Tabla 41: tabla de costos de inversión y infraestructura*

## 5. MÓDULO ORGANIZACIONAL

### 5.1. ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL

#### 5.1.2. Análisis DOFA

Fortalezas	Debilidades
Buena calidad en el servicio prestado	Poco reconocimiento de los servicios en el mercado por la inexistencia de pocas empresas
Se brinda formación por un equipo profesional para principiantes empíricos	Empresa nueva sin resultados para presentar a los clientes, por estar fase de lanzamiento
Se certifica un trabajo en un sector empírico	Poco personal
Amenazas	Oportunidades
Poco poder inexpertos adquisitivos De tatuadores	Contratación de más personal
Incremento de espacios de formación para tatuadores	Préstamo para funcionamiento

*Tabla 42: tabla análisis dofa de la organización*

### 5.1.3. Organismos de Apoyo:

- **Cultura E:** Es un programa que nace desde la Alcaldía de Medellín el cual promueve la cultura del emprendimiento y mueve la economía de la ciudad mediante el apoyo financiero a la creación de nuevas empresas. (siggo, 2022)
- **Comfama:** Es una entidad que presta ayuda a los emprendimientos desde parámetros como los son los convenios, servicios de crédito y que tiene un amplio conocimiento en enseñanza y organización de eventos educativos. (siggo, 2022)
- **Siigo:** Es un proveedor tecnológico que tiene como propósito transformar la vida de empresarios y contadores, a través de la automatización e integración de todos los procesos gestionados por las pymes y MiPymes mediante soluciones tecnológicas que garantizan un mejor flujo de trabajo y la mejor experiencia para sus clientes. Por eso se convierte en uno de los principales embajadores del emprendimiento en Colombia. (siggo, 2022)

## 5.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL:

Esta empresa es unipersonal dirigida por el Gestor del diseño. En la tabla se describe la estructura organizacional incluyendo los cargos previstos y el número de empleados por cada cargo, los niveles directivo, administrativo y operativo. Igualmente, la conformación de los cargos con funciones y el nivel profesional

Profesión	Descripción
Tatuadores profesionales Cargo operativo	En cada área con el fin de enseñar los cursos de sombras y de línea y de calibración de máquinas de tatuaje, dando excelentes resultados de personas con experiencia en su profesión.
Profesional en Bioseguridad, Cargo operativo	Que enseñe todos los cuidados biológicos que hay que tener a la hora de llevar a cabo un procedimiento donde experimentamos un contacto que debe ser 100% limpio.
experto en marketing Cargo Operativo	Que enseñe la mejor manera de vender y genere estrategias para llegar a tener un público más amplio, y mejorar sus ventas
Gestor Administrativo del Proceso y Diseñador de Espacios	Encargado de mantener en pie el diseño de los espacios y hacer que funcione la empresa desde el ámbito administrativo será una persona que se encarga de gestionar los todos los datos

Tabla 43: tabla de estructura organizacional

## 5.2. ASPECTOS LEGALES:

La marca se registrará en un futuro con la sociedad por acciones simplificadas está reglamentada según la Ley 1258 de 2008. Dicha sociedad podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes. Salvo lo previsto en el artículo 42 de la presente ley, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad.

## 5.3. COSTOS ADMINISTRATIVOS

### 5.3.1. Gastos Administrativos y de Personal:

Estos son los costos que necesitamos para operar en los cuales se encuentran los puntos vitales para funcionar como la mano de obra, papelería, promoción y publicidad

<i>GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS</i>		
<i>Elemento</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Valor Total</i>
Mano de obra profesional	4	\$ 12.600.000
Gestor Administrativo	1	\$ 3.000.000
PAPELERÍA	60	\$ 900.000
PROMOCIÓN	90	\$ 1.079.047
PUBLICIDAD	15	\$ 226.000
<i>Total</i>		<b>\$ 17.805.047</b>

*Tabla 44: tabla gastos administrativos y ventas*

### 5.3.2. Costos fijos Mensuales

Estos son los costos fijos mensuales para el funcionamiento y la prestación de los servicios

<i>COSTOS FIJOS MENSUALES</i>		
<i>Elemento</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Valor Total</i>
Arrendamiento	1	1.600.000
Agua	1	60.000
Luz	1	120.000
Equipos de computo	1	26.667
Máquina de Tatuar	1	600.000
Internet	1	90.000
<i>Total</i>		<b>2.496.667</b>

*Tabla 45: tabla costos fijos mensuales.*

#### 5.4. GASTOS DE PUESTA EN MARCHA:

Se relacionan los gastos por concepto de arranque y puesta en operación de la empresa, tales como registros, certificados, permisos, licencias, estudios, etc.

Cámara y comercio	\$587.000,00
Gastos Administrativos y de mano obra	\$ 17.805.047
Costos fijos Mensuales	\$2.496.667
<b>Total</b>	<b>\$20.841.714</b>

*Tabla 46: tabla de gastos de puesta en marcha*

#### 5.4.1. Gastos Anuales de Administración:

Gastos administrativos	\$ 17.805.047
Total 1 año	\$214.737.072

*Tabla 47: tabla de gastos anuales de administración*

## 6. MÓDULO FINANCIERO

### 6.1. INGRESOS

#### 6.1.1. Fuentes de Financiación:

En la siguiente tabla se especifica los aportes de recursos en efectivo por los próximos 5 años en etapa de operación de la empresa.

<b>Estados de Resultados</b>					
<b>CONCEPTO</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>INGRESOS</b>					
Venta de productos ó servicios	\$ 621.531.000	\$ 671.253.480	\$ 724.953.758	\$ 761.201.446	\$ 799.261.519
Otros Ingresos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>Subtotal ingresos</b>	<b>\$ 621.531.000</b>	<b>\$ 671.253.480</b>	<b>\$ 724.953.758</b>	<b>\$ 761.201.446</b>	<b>\$ 799.261.519</b>
<b>EGRESOS</b>					
Costos Variables	\$ 497.224.800	\$ 514.627.668	\$ 532.639.636	\$ 553.945.222	\$ 576.103.031
Costos Fijos	\$ 29.960.000	\$ 31.008.600	\$ 32.093.901	\$ 33.377.657	\$ 34.712.763
Gastos Ventas y Administración	\$ 213.660.563	\$ 221.138.683	\$ 228.878.537	\$ 238.033.678	\$ 247.555.025
Gastos financieros	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>Subtotal egresos</b>	<b>\$ 740.845.363</b>	<b>\$ 766.774.951</b>	<b>\$ 793.612.074</b>	<b>\$ 825.356.557</b>	<b>\$ 858.370.819</b>
<b>UTILIDAD</b>	<b>(\$ 119.314.363)</b>	<b>(\$ 95.521.471)</b>	<b>(\$ 68.658.316)</b>	<b>(\$ 64.155.111)</b>	<b>(\$ 59.109.301)</b>

Tabla 48: tabla de estado de resultados

Básica del crédito: se solicitará un crédito de \$35.000.000 como base financiera del proyecto, la tasa nominal anual es del 8,40 % y la tasa fija mensual es del 0,7 %

Te ofrecemos estas opciones para Crédito de Libre Inversión

<p><b>Tasa variable - Cuota fija</b></p> <p>Por un crédito de: ↔ <b>\$ 35,000,000</b></p> <p>Pagarías 72 cuotas mensuales por un valor aproximado de <b>\$965,259</b></p>	<p><b>Tasa variable - Cuota variable</b></p> <p>Por un crédito de: Ⓢ <b>\$ 35,000,000</b></p> <p>Pagarías 72 cuotas mensuales por un valor aproximado de <b>\$1,290,761</b></p>
---	---

Tabla 49: imagen de simulación de crédito

## 6.2. FORMATOS FINANCIEROS:

### 6.2.1. INGRESOS MENSUALES

<b>Producto / Servicio</b> (escribe aquí los nombres de los productos [físicos] ó servicios [intangibles] de tu negocio)	<b>Unidad</b> (es la medida del producto, por ejemplo: kilos, metros, unidad, docenas, etc) Se utiliza la hora	<b>Cantidad</b> (el número de unidades a vender en el mes, si la cantidad varía entonces hacer la misma cuenta para los otros meses)	<b>Costo Variable Unitario</b> (Es la suma de los costos variables de producción entre el número de unidades producidas)	<b>Costo Variable Total</b> (es la multiplicación de la Cantidad de unidades a producir por el Costo Variable Unitario)	<b>Precio de Venta Unitario</b> (escribe cuanto es el precio a que venderás cada producto ó servicio)	<b>Venta total</b> (es multiplicar el precio de venta unitario, o sea de cada unidad por la Cantidad de unidades a vender)	<b>% ponderación de ventas</b>
curso de herramientas de tatuaje	1	15	\$ 380.660	\$ 5.709.900	\$ 475.825	\$ 7.137.375	13,78%
curso especial en línea	1	15	\$ 380.660	\$ 5.709.900	\$ 475.825	\$ 7.137.375	13,78%
técnica especial en sombra	1	15	\$ 380.660	\$ 5.709.900	\$ 475.825	\$ 7.137.375	13,78%
marketing digital	1	15	\$ 380.660	\$ 5.709.900	\$ 475.825	\$ 7.137.375	13,78%
Bioseguridad	1	15	\$ 387.060	\$ 5.805.900	\$ 483.825	\$ 7.257.375	14,01%
Asesoría personalizada para mejoramiento de la imagen del local (estudio de diseño)	1	15	\$ 852.660	\$ 12.789.900	\$ 1.065.825	\$ 15.987.375	30,87%
		90					
<b>TOTALES</b>				<b>41.435.400</b>	<b>VENTA TOTAL</b>	<b>51.794.250</b>	

Tabla 50: tabla de ingresos mensuales

### 6.2.2. Proyección de ventas anual

<b>PROYECCIÓN VENTAS SERVICIO</b>	<b>MES 1</b>	<b>MES 2</b>	<b>MES 3</b>	<b>MES 4</b>	<b>MES 5</b>	<b>MES 6</b>	<b>MES 7</b>
curso de herramientas de tatuaje	\$ 7.137.375	\$ 7.351.496	\$ 7.572.041	\$ 7.799.202	\$ 8.033.178	\$ 8.274.174	\$ 8.522.399
curso especial en línea	\$ 7.137.375	\$ 7.351.496	\$ 7.572.041	\$ 7.799.202	\$ 8.033.178	\$ 8.274.174	\$ 8.522.399
técnica especial en sombra	\$ 7.137.375	\$ 7.351.496	\$ 7.572.041	\$ 7.799.202	\$ 8.033.178	\$ 8.274.174	\$ 8.522.399
marketing digital	\$ 7.137.375	\$ 7.351.496	\$ 7.572.041	\$ 7.799.202	\$ 8.033.178	\$ 8.274.174	\$ 8.522.399
Bioseguridad	\$ 7.257.375	\$ 7.475.096	\$ 7.699.349	\$ 7.930.330	\$ 8.168.239	\$ 8.413.287	\$ 8.665.685
Asesoría personalizada para mejoramiento de la imagen del local (estudio de diseño)	\$ 15.987.375	\$ 16.466.996	\$ 16.961.006	\$ 17.469.836	\$ 17.993.931	\$ 18.533.749	\$ 19.089.762

MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
\$ 8.778.071	\$ 9.041.413	\$ 9.312.656	\$ 9.592.035	\$ 9.879.796	\$ 101.293.837
\$ 8.778.071	\$ 9.041.413	\$ 9.312.656	\$ 9.592.035	\$ 9.879.796	\$ 101.293.837
\$ 8.778.071	\$ 9.041.413	\$ 9.312.656	\$ 9.592.035	\$ 9.879.796	\$ 101.293.837
\$ 8.778.071	\$ 9.041.413	\$ 9.312.656	\$ 9.592.035	\$ 9.879.796	\$ 101.293.837
\$ 8.925.656	\$ 9.193.426	\$ 9.469.228	\$ 9.753.305	\$ 10.045.904	\$ 102.996.881
\$ 19.662.455	\$ 20.252.328	\$	\$ 21.485.695	\$ 22.130.266	\$ 508.172.229
			\$ (101.293.837)		

Tabla 51: tabla de proyección de ventas anuales

### 6.3. EGRESOS ANUALES

<b>TOTAL, EGRESOS</b>	\$ 0,00	\$ 654.922.800	\$ 678.601.098	\$ 703.138.376	\$ 731.229.107	\$ 760.442.249
<b>Flujo Bruto</b>	\$ 35.000.000	\$ 1.608.200	(\$ 7.347.618)	\$ 21.815.381	\$ 29.972.338	\$ 38.819.269
<b>Saldo anterior</b>	\$ 0,00	\$ 36.608.200	\$ 29.260.582	\$ 51.075.963	\$ 81.048.302	\$ 119.867.572
<b>Flujo Neto</b>	\$ 35.000.000	\$ 36.608.200	\$ 29.260.582	\$ 51.075.963	\$ 81.048.302	\$ 119.867.572

Tabla 52: tabla de egresos

### 6.4. CAPITAL DE TRABAJO

Estos son los gastos a sumar para la prestación de los servicios:

<b>Costos fijos</b>	\$2.496.667
<b>Gastos administrativos</b>	\$ 17.805.047
<b>Costos de los servicios</b>	41.435.400
<b>Total del capital</b>	

Tabla 53: tabla de capital de trabajo

## 6.5. FLUJO DE CAJA

<b>Flujo de Caja</b>						
CONCEPTO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión inicial de activos	\$ 35.000.000,00	\$ 35.000.000				
Venta de productos o servicios	\$ 0,00	\$ 621.531.000	\$ 671.253.480	\$ 724.953.758	\$ 761.201.446	\$ 799.261.519
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$ 35.000.000,00</b>	<b>\$ 656.531.000,00</b>	<b>\$ 671.253.480,00</b>	<b>\$ 724.953.758,40</b>	<b>\$ 761.201.446,32</b>	<b>\$ 799.261.518,64</b>
Menos Costos Variables		\$ 497.224.800	\$ 514.627.668	\$ 532.639.636	\$ 553.945.222	\$ 576.103.031
Menos Costos Fijos		\$ 3.560.000,00	\$ 3.684.600,00	\$ 3.813.561,00	\$ 3.947.035,64	\$ 4.085.181,88
Arrendamiento		\$ 19.200.000,00	\$ 19.872.000,00	\$ 20.567.520,00	\$ 21.287.383,20	\$ 22.032.441,61
Agua		\$ 720.000,00	\$ 745.200,00	\$ 771.282,00	\$ 798.276,87	\$ 826.216,56
Luz		\$ 1.440.000,00	\$ 1.490.400,00	\$ 1.542.564,00	\$ 1.596.553,74	\$ 1.652.433,12
Equipos de computo		\$ 320.000,00	\$ 331.200,00	\$ 342.792,00	\$ 354.789,72	\$ 367.207,36
Internet		\$ 1.080.000,00	\$ 1.117.800,00	\$ 1.156.923,00	\$ 1.197.415,31	\$ 1.239.324,84
		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>Menos Gastos Administrativos y ventas</b>		<b>\$ 154.138.000,00</b>	<b>\$ 160.288.830,00</b>	<b>\$ 166.685.179,05</b>	<b>\$ 173.336.849,92</b>	<b>\$ 180.254.036,85</b>
Salarios Administración		\$ 151.200.000,00	\$ 157.248.000,00	\$ 163.537.920,00	\$ 170.079.436,80	\$ 176.882.614,27
Papelería		\$ 2.712.000,00	\$ 2.806.920,00	\$ 2.905.162,20	\$ 3.006.842,88	\$ 3.112.082,38
Publicidad		\$ 226.000,00	\$ 233.910,00	\$ 242.096,85	\$ 250.570,24	\$ 259.340,20
<b>Menos Gastos Financieros</b>		\$ 0,00				
Abono a deuda	\$ 750.000,00	\$ 9.000.000,00	\$ 9.000.000,00	\$ 9.000.000,00	\$ 9.000.000,00	\$ 9.000.000,00
Pago de intereses		\$ 0,00				
<b>Menos OTROS Gastos Pre operativos</b>		\$ 0,00				
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 654.922.800,00</b>	<b>\$ 678.601.098,00</b>	<b>\$ 703.138.376,43</b>	<b>\$ 731.229.107,39</b>	<b>\$ 760.442.249,44</b>
<b>Flujo Bruto</b>	<b>\$ 35.000.000,00</b>	<b>\$ 1.608.200,00</b>	<b>(\$ 7.347.618,00)</b>	<b>\$ 21.815.381,97</b>	<b>\$ 29.972.338,93</b>	<b>\$ 38.819.269,20</b>
Saldo anterior	\$ 0,00	\$ 36.608.200,00	\$ 29.260.582,00	\$ 51.075.963,97	\$ 81.048.302,90	\$ 119.867.572,10
<b>Flujo Neto</b>	<b>\$ 35.000.000,00</b>	<b>\$ 36.608.200,00</b>	<b>\$ 29.260.582,00</b>	<b>\$ 51.075.963,97</b>	<b>\$ 81.048.302,90</b>	<b>\$ 119.867.572,10</b>
		<b>TIR</b>	42%			
		<b>VPN</b>	246.890.853,23			

Tabla 54: tabla de flujograma

## 6.7.ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

<b>Estados de Resultados</b>					
<b>CONCEPTO</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>INGRESOS</b>					
Venta de productos ó servicios	\$ 621.531.000	\$ 671.253.480	\$ 724.953.758	\$ 761.201.446	\$ 799.261.519
Otros Ingresos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>Subtotal ingresos</b>	<b>\$ 621.531.000</b>	<b>\$ 671.253.480</b>	<b>\$ 724.953.758</b>	<b>\$ 761.201.446</b>	<b>\$ 799.261.519</b>
<b>EGRESOS</b>					
Costos Variables	\$ 497.224.800	\$ 514.627.668	\$ 532.639.636	\$ 553.945.222	\$ 576.103.031
Costos Fijos	\$ 29.960.000	\$ 31.008.600	\$ 32.093.901	\$ 33.377.657	\$ 34.712.763
Gastos Ventas y Administración	\$ 213.660.563	\$ 221.138.683	\$ 228.878.537	\$ 238.033.678	\$ 247.555.025
Gastos financieros	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>Subtotal egresos</b>	<b>\$ 740.845.363</b>	<b>\$ 766.774.951</b>	<b>\$ 793.612.074</b>	<b>\$ 825.356.557</b>	<b>\$ 858.370.819</b>
<b>UTILIDAD</b>	<b>(\$ 119.314.363)</b>	<b>(\$ 95.521.471)</b>	<b>(\$ 68.658.316)</b>	<b>(\$ 64.155.111)</b>	<b>(\$ 59.109.301)</b>

Tabla 55: tabla estado de pérdida y ganancias

## 7.PLAN OPERATIVO

### 7.1. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES:



## **7.2. METAS SOCIALES:**

### **7.2.1. Metas Sociales**

- Generar empleo
- Crecimiento económico
- Aportar al crecimiento de la industria del tatuaje
- Gestionar estrategias para aportar a los tatuadores

### **7.2.2. Como se enmarca el proyecto en el Plan Nacional de Desarrollo:**

Tenemos en cuenta el pacto de emprendedores, la formalización y productividad está dirigido a los emprendedores y no directamente al sector de tatuaje, pero se apoya a cualquier tipo de emprendimiento.

- “El pnd busca que los micronegocios accedan a una amplia oferta de productos financieros que consideran dinámicas de generación de ingresos
- El Dane diseñara, implementara y administrara el sistema de información enfocado en la economía popular.
- Se favorece la financiación de los programas de desarrollo empresarial en los territorios dispuestos en el artículo 98 en los cuales se fortalece el grupo de financiamiento “ (colombia potencia de la vida, 2023)

### **7.2.3. Como se enmarca el proyecto en el Plan Regional de Desarrollo**

- Generar empleos en la ciudad de Medellín
- La Industria del arte corporal y el diseño Cadena Productiva se asocia en el proyecto al Sector del arte corporal o clúster artístico

### **7.2.4. Impacto Económico, Metas Económicas**

- Se generará Empleo directo con todas las reglamentaciones de ley bajo la normativa de Colombia y con las características de la población a emplear bajo los requerimientos del emprendimiento.

- Se creará un total de empleos para 5 personas directas en sus inicios, compuestos por un gestor administrativo y diseñador de espacios, 2 tatuadores, profesional en bioseguridad, experto en marketing.
- contribuye con la disminución de la tasa de desempleo.

#### **7.2.5. Impacto Regional**

Son los primeros servicios de asesoría a nivel de la Región Antioquia que se prestarán completos, donde se enseña a conocer las herramientas de trabajo, los parámetros básicos, hasta cuidar la salud propia y del cliente y la manera correcta de venderse y a como transformar tu espacio para que sea lo más agradable para todos.

#### **7.2.6. Impacto Social:**

- Sería el servicio de aprendizaje de tatuaje más completo de la ciudad
- El emprendimiento se enfoca en el aprendizaje de los alumnos
- Brinda la oportunidad de certificar un trabajo empírico en bastante crecimiento a nivel nacional

#### **7.2.7 Impacto Ambiental:**

- En el sector del tatuaje se consume una gran cantidad de energía eléctrica y se puede aportar ahorrando luz apagando equipos y luces que no se están usando en el momento.
- Tinta vegana utilizando tintas más naturales y orgánicas promoviendo su uso.
- Usando materiales más ecológicos

## 8. ANEXOS

- Pieza gráfica de curso herramientas de tatuaje
- Pieza gráfica de curso técnica especial en línea
- Pieza gráfica de curso técnica especial en sombra
- Pieza gráfica de curso marketing digital
- Pieza gráfica de curso en bioseguridad
- Pieza gráfica de curso de asesorías personalizadas para mejoramiento de espacios'  
<https://drive.google.com/drive/folders/1aOWF0ufs57L3L4pb42LWMztZrJRO4OnO>
- Análisis financiero
- Costos Excel
- [https://drive.google.com/drive/folders/1xDah-5hFYbw\\_tfL\\_8DqmP9y3F5J\\_Mutz](https://drive.google.com/drive/folders/1xDah-5hFYbw_tfL_8DqmP9y3F5J_Mutz)

## 9. REFERENCIAS:

- ACOPI (s.f.), MiPymes y compras públicas en Colombia, Bogotá D.C. : Acopi.
- ANIF (2017), Reducción del efectivo y tamaño de la economía subterránea en Colombia. Obtenido de: <https://anif.co/Biblioteca/entrevistas/reduccion-del-efectivo-y-ta-mano-de-la-economia-subterranee-en-colombia>
- CCCE (2021), Informe Trimestral del Comportamiento del Comercio Electrónico en Colombia - Segundo Trimestre 2021, Bogotá D.C.: Cámara Colombiana de Comercio Electrónico. • Confecámaras (2018), Nuevos hallazgos de la supervivencia y crecimiento de las empresas en Colombia, Bogotá D.C.: Confecámaras.
- DANE (2021a), Anexos\_gastos\_constantes\_II\_2021, Bogotá D.C.: Departamento Administrativo Nacional de Estadística. • DANE (2021a), Encuesta de Micro-negocios, Bogotá D.C.: Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas.
- DANE (2021), Boletín Técnico: Cuentas Nacionales, Bogotá D.C.: Departamento Administrativo Nacional de Estadística.

## CIBERGRAFIAS

<https://www.informesdeexpertos.com/informes/mercado-latinoamericano-de-tatuajes#:~:text=El%20mercado%20de%20tatuajes%20en,sea%20el%206%2C70%25>.

<https://www.larepublica.co/empresas/el-negocio-de-los-tatuajes-es-un-mercado-que-mueve-us-190-millones-anuales-2771394>

<https://www.elnuevosiglo.com.co/articulos/11-25-2022-los-tatuajes-una-actividad-que-cobra-fuerza-en-colombia>

<https://www.larepublica.co/empresas/el-negocio-de-los-tatuajes-es-un-mercado-que-mueve-us-190-millones-anuales-2771394>

<https://okdiario.com/bebes/tatuaje-que-edad-lo-pueden-hacer-adolescentes-9421211>

<https://elpais.com/economia/negocios/2021-11-19/tatuajes-tinta-en-la-piel-y-mucho-dinero-en-los-bolsillos.html>

<https://www.siigo.com/blog/apoyo-al-emprendimiento-en-colombia/>

[https://www.dnp.gov.co/Prensa\\_/Noticias/Paginas/empresarios-emprendedores-y-asociaciones-populares-tendran-mayores-oportunidades-y-mejores-condiciones-con-el-plan-nacional.aspx](https://www.dnp.gov.co/Prensa_/Noticias/Paginas/empresarios-emprendedores-y-asociaciones-populares-tendran-mayores-oportunidades-y-mejores-condiciones-con-el-plan-nacional.aspx)