

**Viabilidad de un Plan de Negocio para la Creación de la Empresa Tattoo Júpiter en el
Municipio de Cartago, Valle 2026**

Jenny Alejandra López



Trabajo de grado en la modalidad de Creación de Empresas optar por el título de profesional de:

Administrador de Empresas

Director:

Augusto Cardona Londoño

Economista de la Universidad de Manizales

Universidad del Valle

Facultad de Administración de Empresas

Cartago, Valle del Cauca

2025

Nota de aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Cartago, Valle del Cauca, diciembre 11 de 2025

Dedicatoria

Quiero dedicar este trabajo de grado a la vida por permitirme alcanzar este logro y a mi madre Luz Mery Álvarez, por cuidarme y ser mi guía.

Jenny Alejandra López

Contenido

Introducción	11
Capítulo I. El Problema de Investigación	14
Antecedentes Históricos.....	14
Antecedentes Académicos	16
Descripción del problema	18
Árbol problema	22
Pregunta de Investigación	23
Sistematización de la pregunta de investigación	23
Objetivos.....	23
Objetivo General.....	23
Objetivos Específicos.....	24
Justificación	24
Capítulo II. Marco de Referencia.....	26
Marco Teórico	26
Teoría del emprendimiento y su aplicación en el contexto de la empresa de tatuajes	27
Teoría de la cultura organizacional y su influencia en la viabilidad de empresas de tatuajes.	29
Teoría del marketing estratégico y su aplicación en el ámbito de las empresas de tatuajes.	32
Evaluación de la competencia y la rentabilidad potencial en el mercado de tatuajes.	33

Análisis de los recursos y la capacidad necesarios para la creación de la empresa de tatuajes.....	34
Identificación y evaluación de los recursos financieros necesarios para iniciar la empresa.	34
Requisitos de ubicación, personal y proveedores para la operación exitosa de la empresa.	35
Marco Conceptual.....	35
Marco contextual	38
Exploración del contexto cultural y social de los tatuajes en el municipio de Cartago.....	39
Aspectos culturales y sociales relacionados con los tatuajes en la región.....	40
Percepciones, actitudes y prácticas de la población local hacia los tatuajes	40
Análisis del mercado objetivo y la demanda de servicios de tatuajes en Cartago	40
Marco legal	41
Capítulo III. Marco metodológico	43
En la modalidad de creación de empresa la realidad abordada es compleja puesto que el investigador debe acceder a dos escenarios: su propuesta de negocio con toda la gama de requisitos logísticos y la percepción de los futuros clientes inmersos en el mercadeo y el sector; todo lo anterior se refleja en la metodología.	43
Tipo de Investigación.....	43
Enfoque de la Investigación.....	43
Diseño de la Investigación.....	44
Justificación del enfoque elegido.....	44

Población y Muestra	45
Muestra	45
Recolección de datos.....	47
Variables e Indicadores	48
Análisis de datos o presentación de la información.....	48
Limitaciones del estudio	49
Capítulo IV. Resultados – Hallazgos y Discusión	50
A. Conocimiento de la Estructura del sector al cual pertenece la empresa Tattoo	
Júpiter reconociendo sus oportunidades y amenazas.....	50
B. Análisis del mercado de las empresas de tatuajes en el municipio de Cartago	59
C. Desarrollo de las bases para la Estructura y Gestión Administrativa de la Empresa	
Tattoo Júpiter.....	77
D. Establecimiento del Soporte Técnico para la Empresa de Tatuajes Tattoo Júpiter	86
Procedimientos técnicos y de bioseguridad	88
E. Determinación de la viabilidad económica y financiera del proyecto	89
F. Descripción de los posibles riesgos que se presentan en la creación de la empresa	
Tattoo Júpiter	96
Conclusiones.....	100
Recomendaciones	102
Referencias.....	104

Lista de Tablas

Tabla 1 Matriz de los antecedentes académicos	17
Tabla 2 Infecciones asociadas a los tatuajes	21
Tabla 3 Marco legal que rige la creación de la empresa Tattoo Júpiter	41
Tabla 4 Habitantes por edad, cantidad y porcentajes de la región. 2021.	45
Tabla 5 Cruce 1: Edad * Disposición de pago	69
Tabla 6 Cruce 2: Género * Estilo de tatuajes	69
Tabla 7 Cruce 3: Ocupación por intención de tatuaje	70
Tabla 8 Cruce 4: Factores de Elección y precio	70
Tabla 9 Análisis cualitativo de entrevistas a tatuadores locales de Cartago, Valle	74
Tabla 10 Descripción de los posibles riesgos para la creación de la empresa Tattoo Júpiter	98

Lista de Figuras

Figura 1 Ventas históricas de Tattoo Júpiter 2022	15
Figura 2 Árbol del Problema.....	22
Figura 3 Esquematización del Paradigma Empresarial y las teorías que soportan la investigación	26
Figura 4 Mapa satelital de Cartago, Valle	38
Figura 5 Cálculo de la muestra de estudio	46
Figura 6 Rango de Edad.....	60
Figura 7 Género	61
Figura 8 Ocupación.....	62
Figura 9 ¿Cuál es su intención actual respecto a hacerse un tatuaje?	63
Figura 10 ¿Qué estilo de tatuajes prefieres?	64
Figura 11 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un tatuaje pequeño?	65
Figura 12 ¿Qué factores considera más importantes al elegir un estudio de tatuajes?	66
Figura 13 ¿Le interesa servicios adicionales en un estudio de tatuajes?	67
Figura 14 ¿Por qué medio buscaría un estudio de tatuajes?	68
Figura 15 Organigrama propuesto para Tattoo Júpiter	78
Figura 16 Presupuesto de Inversión.....	90
Figura 17 Presupuesto de Ventas	93
Figura 18 Flujo de Caja.....	95

Resumen

El presente estudio tiene como objetivo estructurar factores de viabilidad para la creación de la empresa Tattoo Júpiter, en el municipio de Cartago, Valle, para el año 2026. Se aborda la viabilidad desde una perspectiva integral, estratégica, operativa y financiera. La investigación adopta un enfoque mixto con diseño concurrente que combina de forma simultánea la recolección y el análisis de datos cualitativos y cuantitativos para enriquecer la interpretación de los resultados y la toma de decisiones. La metodología combina encuestas, entrevistas y revisión documental para capturar tanto la visión del mercado como las capacidades internas y las condiciones del entorno local. La muestra totalizó 384 individuos, con un rango de edad entre 15 y 69 años, lo que facilita la exploración de percepciones, necesidades y expectativas de diferentes segmentos de la población de Cartago y su relación con los servicios de tatuajes. Los resultados indican que existen condiciones favorables para la viabilidad de Tattoo Júpiter y demanda potencial suficiente, con proyecciones financieras que permiten alcanzar rentabilidad en un horizonte de corto a mediano plazo. El estudio identifica también riesgos y áreas de mejora, como la necesidad de fortalecer la regulación sanitaria, la gestión de costos y la comunicación de la marca, lo que permite ajustar el plan de negocio y facilitar la implementación en Cartago. La investigación aporta evidencia empírica y un marco analítico sólido para apoyar la viabilidad de Tattoo Júpiter en 2026, con recomendaciones prácticas para su desarrollo, operación y monitoreo continuo.

Palabras clave: arte, cultura, plan de negocio, percepción, tatuajes, viabilidad.

Abstract

This study aims to identify viability factors for the establishment of Tattoo Júpiter in the municipality of Cartago, Valle del Cauca, by 2026. Viability is addressed from a comprehensive, strategic, operational, and financial perspective. The research employs a mixed-methods approach with a concurrent design, simultaneously combining the collection and analysis of qualitative and quantitative data to enrich the interpretation of results and inform decision-making. The methodology combines surveys, interviews, and document review to capture market insights, internal capabilities, and local environmental conditions. The sample comprised 384 individuals, ranging in age from 15 to 69 years, facilitating the exploration of perceptions, needs, and expectations of different segments of the Cartago population and their relationship with tattoo services. The results indicate favorable conditions for the viability of Tattoo Júpiter and sufficient potential demand, with financial projections that allow for profitability in the short to medium term. The study also identifies risks and areas for improvement, such as the need to strengthen health regulations, cost management, and brand communication, allowing for adjustments to the business plan and facilitating implementation in Cartago. The research provides empirical evidence and a solid analytical framework to support the viability of Tattoo Júpiter in 2026, with practical recommendations for its development, operation, and ongoing monitoring.

Keywords: art, culture, business plan, perception, tattoos, viability

Introducción

El arte del tatuaje ha experimentado un crecimiento notable a nivel mundial, convirtiéndose en una forma ampliamente aceptada de expresión personal y cultural (Luengo, 2019). Esta tendencia en Colombia ha pasado de un contexto marginal en sus inicios, a ser considerada como una industria artística reconocida por sus técnicas y diversidad de estilos, utilizados por profesionales del tatuaje que se han destacado a nivel internacional, así como su participación en convenciones y expo ferias en importantes ciudades del país como Bogotá y Medellín (Zamora, 2018).

Desde esta perspectiva, se plantea la posibilidad que, esta forma de manifestación artística y cultural, además de tener más visibilidad a nivel local y regional, también surja en el mercado cartagüense e impulsar la economía del municipio. Sin embargo, si se compara la demanda que cada vez es mayor entre los usuarios de este tipo de arte, el número de establecimientos y de tatuadores que ofrecen el servicio, registrados de manera formal es limitado, pues gran parte de ellos se encuentra en la informalidad, lo cual puede generar experiencias poco atractivas e insatisfactorias a los clientes. Según informe de la Cámara de Comercio Cartago (2024), algunos estudios de tatuajes y tatuadores locales matriculados, incluyen a Industrial Ink Piercing & Tattoo; Studio Ink; Estudio de Tatuajes Entre Sombras, Lex Osorio Henao, Jefferson Hurtado Arte Tattoo; Tinta y Arte y LOH Tattoo Studio.

Por tanto, el propósito de este estudio es analizar los factores de cultura, viabilidad y capacidad que respaldan la creación de una empresa dedicada a la elaboración de tatuajes en Cartago, Valle para el año 2025, considerando igualmente, la seguridad y los riesgos asociados a la práctica de los mismos, debido a la falta de opciones confiables y de calidad en el mercado local

por la proliferación de tatuadores informales o clandestinos, que desempeñan esta labor sin normas y medidas sanitarias, como afirman Llamas y Morales, (2023), “cuando el tatuaje es realizado en un establecimiento informal y por un tatuador no profesional, el riesgo de sufrir alguna complicación se duplica” (p.21). Esto plantea un riesgo para la salud pública y una pérdida económica para el municipio.

Ahora bien, el desarrollo de la investigación se presenta en varios apartados que incluye en su Capítulo I, el problema de la investigación, donde se plantean los antecedentes, estudios previos relacionados con el tema de estudio y aportan ideas para comprenderlo; la situación o necesidad de la investigación, que se propone responder a través de la pregunta problémica; igualmente los objetivos, o propósitos que se buscan alcanzar con el estudio a través de un proceso que guía el trabajo de investigación; también la justificación, que explica la pertinencia del mismo y su relevancia, para convencer sobre su aporte y beneficios.

En el Capítulo II, se relaciona el marco de referencia, cuyo marco teórico y conceptual, cuenta con elementos o bases conceptuales aportados en el Plan de Empresa de (Varela, 2008); también se compone del marco contextual y marco legal, que sitúan el problema en su escenario real y el cumplimiento de la normatividad vigente. El Capítulo III, describe la metodología, en la cual se estructura de manera organizada y sistemática el problema de investigación para darle validez y rigurosidad; el Capítulo IV, donde se evidencian los hallazgos y resultados, que originan la discusión acerca de la viabilidad de crear una empresa de tatuajes, comprender sus oportunidades y limitaciones, para la toma de decisiones estratégicas y estimar escenarios económicos, riesgos y posible rentabilidad.

Finalmente, los apartados de conclusiones y recomendaciones del este estudio, aportan una visión práctica para avanzar con la idea y confirman qué aspectos son críticos para la viabilidad,

asimismo, sugiere los pasos concretos para validar el nicho de mercado. En suma, orientan a tomar decisiones con base en evidencia, permiten priorizar acciones y ayudan a anticipar riesgos, facilitando la viabilidad a mediano plazo y la sustentabilidad del negocio.

Capítulo I. El Problema de Investigación

Antecedentes Históricos

Los tatuajes tienen una historia muy extensa y diversa: desde prácticas rituales en culturas antiguas como las tribus polinesias y los egipcios, hasta usos de marca y estatus en Asia y Europa. En siglos pasados, se creían poderes curativos o protectores, y algunos motivos eran símbolos de coraje o pertenencia. De acuerdo con López (2024), en Polinesia, los tatuajes representaban una forma de atemorizar enemigos; en el Antiguo Egipto, fue una práctica utilizada por mujeres de distintas clases sociales; en Grecia y Roma, era símbolo de protección. Con el tiempo, especialmente en el siglo XX, los tatuajes pasaron de ser algo marginal a una forma de expresión personal más aceptada, impulsada por el turismo, la moda y la cultura pop.

Por otra parte, en Colombia, la historia de los tatuajes, muestran una mezcla de tradiciones indígenas, influencias coloniales y evoluciones modernas que caracterizan el contexto actual del sector. En comunidades indígenas y afrodescendientes, existen prácticas de marcado corporal con significados rituales y de identidad que persisten en ciertas regiones, “culturas precolombinas, como los Tairona, Muisca y Wayuu, utilizaban el tatuaje para identificar su pertenencia a un clan, rango social o espiritualidad. Los diseños eran simples, geométricos y realizados con pigmentos naturales” (Riaño, 2024); mientras que, durante la época colonial y postcolonial se vio una adopción más occidental y, a veces, estigmatizada, según López (2024), el tatuaje durante mucho tiempo, ha sido una práctica estigmatizada, siendo asociada a prisioneros y otros grupos marginados. No obstante, en las últimas décadas, la popularización de los tatuajes en ciudades principales ha crecido gracias a la apertura de estudios, el turismo y la cultura urbana, lo que ha generado un mercado diverso que va desde lo artístico y personalizado hasta lo técnico y sanitario.

Con respecto a Tattoo Júpiter, un proyecto empresarial arraigado en una profunda pasión por el arte corporal, ha evolucionado de manera natural desde su inicio. Con un sólido compromiso hacia la plena satisfacción de su clientela, esta empresa se destaca por su firme premisa de ofrecer un servicio de tatuajes que permite a las personas sentirse cómodas, seguras y muy conectadas con la obra que adquieren. Su origen se remonta al año 2017, cuando surgió como una visión empresarial impulsada por la pasión y el entusiasmo por el arte del tatuaje. Sin embargo, no fue sino hasta el año 2019 que este emprendimiento comenzó a cosechar sus primeros logros económicos. A lo largo de su trayectoria, la empresa ha mantenido sus raíces en la pasión y el interés personal por el arte corporal, basando su desarrollo inicial en un enfoque empírico.

En la actualidad, Tattoo Júpiter se enfoca en la realización de un estudio más amplio para demostrar su viabilidad y rentabilidad como negocio. La empresa ha evolucionado de manera orgánica, destacándose por su firme compromiso con la mejora continua y la plena satisfacción de sus clientes. En este sentido, Tattoo Júpiter ejemplifica cómo la dedicación y el empeño pueden dar lugar a un negocio exitoso en la industria de los tatuajes en Cartago, Valle.

Figura 1

Ventas históricas de Tattoo Júpiter 2022

VENTAS - INGRESOS												
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Precios, Volúmenes y Ventas Totales												
Precio por Producto												
tatuajes de línea	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000
tatuajes en acurelas	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000
tatuajes en sombras	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000
Producto 4												
Producto 5												
Unidades Vendidas por Producto												
tatuajes de línea	20	23	13	32	19	20	20	20	20	20	20	20
tatuajes en acurelas	12	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	19
tatuajes en sombras	8	8	8	12	8	8	22	8	8	8	8	8
Producto 4												
Producto 5												
Total ventas por Producto												
tatuajes de línea	800.000	920.000	520.000	1.280.000	760.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000
tatuajes en acurelas	900.000	750.000	750.000	750.000	750.000	750.000	750.000	750.000	750.000	750.000	750.000	1.425.000
tatuajes en sombras	800.000	800.000	800.000	1.200.000	800.000	800.000	2.200.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000
Producto 4												
Producto 5												
Total ventas mensuales	2.500.000	2.470.000	2.070.000	3.230.000	2.310.000	2.350.000	3.750.000	2.350.000	2.350.000	2.350.000	2.350.000	3.025.000
TOTAL VENTAS	31.105.000											

Nota. Elaboración propia con base en el Modelo Plan de Negocios Fondos VALLEINN (Municipios)- Ventas Ingresos Históricas (SIGESI-eGOV, 2022)

La información presentada en la figura 1, demuestra que Tattoo Júpiter ha logrado un alto nivel de ingresos, alcanzando la cifra de \$31,105,000 en el año 2022. Esto es particularmente destacable dado el entorno altamente competitivo en el municipio, la ubicación no óptima y su condición de empresa informal. Esta exitosa trayectoria económica subraya la importancia de llevar a cabo un estudio de mercado exhaustivo y otras evaluaciones relevantes. Un análisis en profundidad es esencial para establecer la viabilidad sostenible de la empresa y para estructurarla de manera formal. Además, este enfoque estratégico no solo garantizará el éxito continuo de Tattoo Júpiter en el mercado, sino que, también permitirá que la empresa contribuya de manera significativa y positiva con la comunidad en general. Esto incluye la creación de empleo y otros beneficios que fortalecerán las conexiones a nivel local y su entorno empresarial.

Este marco histórico sugiere que la aceptación social y la profesionalización del rubro han avanzado, pero aún hay retos normativos y de percepción pública que influyen en la viabilidad de una nueva empresa de tatuajes.

Antecedentes Académicos

Los antecedentes seleccionados para esta investigación abarcan tanto el ámbito internacional, nacional como local, con el objetivo de respaldar la idea principal del estudio. Cada uno de estos, examina diferentes aspectos relacionados con el tema central, que incluyen estudios previos, análisis de mercado, creación de empresas, así como la consideración de aspectos culturales y la percepción social de los tatuajes. Es así que, a través de la revisión de literatura en base de datos como revistas de investigación y trabajos de grado, se han recopilado varias fuentes de información, que proporcionan una visión integral sobre el tema de investigación y están recopiladas en la tabla 1, como matriz de antecedentes académicos.

Tabla 1*Matriz de los antecedentes académicos*

Título de la publicación	Autores	Año	Objetivo	Resultados
Complicaciones infecciosas de los tatuajes permanentes: la piel sin ley. Parte I	Morales, C. A. y Llamas, B.C.	2021	Resaltar los riesgos biológicos y complicaciones asociadas a los tatuajes en entornos sin regulaciones.	Se destaca la importancia de aplicar normas sanitarias estrictas para minimizar los riesgos de infecciones. Esto es clave para la implementación de un negocio que priorice la seguridad.
Plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la fabricación de joyería artesanal en Cartago, Valle del Cauca	Castaño, B. D. y Ramírez, M. D.	2021	Crear un plan de negocios para una empresa de joyería artesanal en Cartago.	Se analiza el entorno de mercado, los impactos económicos y los riesgos, lo cual es útil para estructurar la nueva empresa de tatuajes en Cartago.
El tatuaje como signo cultural. Un primer estudio diagnóstico	Díaz, I.	2022	Analizar el tatuaje como signo de identidad cultural y su percepción social.	El estudio permite comprender cómo la percepción del tatuaje influye en la aceptación social. Esto es relevante para medir el impacto de la creación de una empresa de tatuajes en Cartago.
Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de bebidas naturales en Cartago, Valle del Cauca	Giraldo, S.	2022	Evaluar la viabilidad de una empresa de bebidas en Cartago.	Proporciona una guía para analizar la viabilidad empresarial en el contexto local de Cartago, aplicable a la creación de una empresa de tatuajes.
Estéticas de distinción: sistemas de valoración e inequidad en la ocupación de tatuador en México	Recinas, S.	2024	Analizar cómo los sistemas de valoración estética en la ocupación de tatuador en México contribuyen a formar sistemas de inequidad social.	Análisis sociológico basado en los esquemas de percepción, apreciación y acción (Bourdieu, 2009), para entender por qué ciertos estilos de tatuaje generan valor, cómo la percepción y la acción estéticas legitiman estas preferencias, y cómo estas expresiones reproducen o desafían la inequidad y los estigmas.

Nota. Elaboración propia a partir de estudios relacionados con el tema de la investigación.

Los antecedentes académicos ayudan a entender mejor, qué se sabe sobre la viabilidad para crear una empresa de tatuajes y qué falta, especialmente en Cartago Valle; asimismo sobre regulaciones, higiene y seguridad para operar sin problemas. También, permiten analizar aspectos de planificación y modelos de negocio, que ayudan a evaluar costos, proyecciones de ingresos y estrategias de diferenciación. Por tanto, al comparar estudios previos sobre resultados de investigaciones con características similares, se pueden identificar prácticas exitosas y riesgos comunes que conviene mitigar. En este sentido, los antecedentes académicos orientan la pregunta de investigación, mejoran el marco teórico y fortalecen el análisis de viabilidad con datos y métodos ya probados.

Descripción del problema

El tatuaje es como el reflejo dinámico de culturas; desde el arte tribal antiguo hasta el estilo minimalista simple y sutil, cada trazo cuenta una historia personal y social que se enriquece cuando cruza fronteras. A nivel mundial, en los tatuajes se mezclan símbolos, estilos y técnicas para crear una identidad única, no solo en la piel sino en la comunidad que lo comparte; es una forma de expresión que las personas toman prestada de otras tradiciones, pero, también agregando su propia esencia. Además, el tatuaje rompe barreras de clase y género, convirtiéndose en una forma de arte público y accesible, que se convierte en un relato sobre memoria, migración y orgullo. Es por ello, según afirma Riaño (2024) que, “el tatuaje ha sido una forma de expresión artística y cultural durante miles de años, evolucionando significativamente desde sus orígenes hasta la actualidad”.

Por consiguiente, los tatuajes se consideran hoy en día, una práctica voluntaria de búsqueda de identidad de cada persona, con amplia popularidad en la sociedad. De acuerdo con Carvajal, (2024) señala que, “un estudio realizado en el 2018 por la start-up tecnológica Dalia Research, en

el que participaron más de 9.000 personas de 18 países diferentes, mostró que el porcentaje de personas tatuadas en los países estudiados es del 38%"; igualmente, según el mismo autor, "con respecto a los grupos de edad, se encontró que el 32% de los jóvenes de 14 a 29 años dicen tener tatuajes. El mayor porcentaje de personas tatuadas, el 45%, se encontraba en el grupo de 30 a 49 años" (p.3).

De igual manera, según datos periodísticos de Alarcón (2023) "para el 2020, el 6% de los colombianos mayores de 35 años tenían tatuajes, el 19% de 25 a 34 años y personas de 18 a 24 años, el 47% estaban tatuadas"; asimismo, Aguirre (2025), reporta que, "en Colombia, el fenómeno no es diferente, con aproximadamente 3.000 tatuajes realizados diariamente y el 19% de los adultos entre 18 y 65 años tiene al menos uno". Sin embargo, los mitos sobre la duración de los mismos, también persisten, al igual que los procesos de cicatrización, seguridad y cuidados, dado que la demanda de esta práctica implica factores de riesgo, debido a la falta de regularización sanitaria y laboral, en este caso particular, la informalidad de locales y de tatuadores en el país, donde se utilizan elementos de dudosa procedencia, como mencionan Llamas y Morales (2023) "Las tintas que se inyectan tienen un perfil de seguridad cuestionable, pues no existe un marco normativo que regule su producción y comercialización" (p.9).

En este sentido, el auge de los tatuajes se convierte así, en una práctica popular y de alto potencial como negocio lucrativo, como afirma Luengo (2019), refiriéndose al crecimiento exponencial de este arte, lo cual plantea la posibilidad que se pueda convertir en una empresa de aceptación cultural y de expresión personal en el municipio de Cartago, Valle. Pues, en las últimas décadas el arte del tatuaje en la región ha tenido más visibilidad, a través de algunos estudios de tatuajes entre ellos: LOH Tattoo Estudio y Estudio de Tatuajes Entre Sombras, entre otros; cuyos factores de seguridad en normas de higiene, legalidad, condiciones ambientales y profesionalismo

de los artistas en técnicas y creatividad, cumplen de manera efectiva y confiable con esta práctica. También, en eventos como Cartago Tattoo Expo (iNKPPL. Tattoo Magazine, 2025), “un espacio creado para el arte”, se trata de una convención que reúne los mejores tatuadores locales, regionales, nacionales e internacionales y se realiza por primera vez en el municipio de Cartago, entre marzo 25 y 26 del año 2023; continuando con la segunda edición en marzo 2025 y próximamente la tercera edición en 2026. Asimismo, el Festival de Tinta y Arte (CNC Cartago, 2024), que se realizó en las Ferias de Cartago del 2024, y convocó a 60 artistas de Colombia entre ellos 30 locales, buscando apoyo para una cultura del arte, aún muy estigmatizada, y donde se destacó la creatividad, originalidad, y talento de cada uno de los tatuadores.

Conviene subrayar entonces, la necesidad de crear la empresa de tatuajes denominada Tattoo Júpiter, que busca establecerse en un municipio con identidad cultural, “gracias a su tradición del bordado, la fotografía, la pintura, el teatro y otras prácticas artísticas que han contribuido a rescatar la memoria histórica de Cartago” (Ramírez y Vásquez, 2016, p.17); así como un mercado potencial, pero que todavía no tiene una oferta formal y estable de servicios de tatuajes que combine calidad, seguridad y precios accesibles. Por ello, es necesario analizar qué tan viable puede ser la idea frente a variables como la demanda real en la población local y la competencia existente en el área, que puede afectar la posibilidad de captar clientes de forma sostenida y rentable. Esta situación, entre otros aspectos de bioseguridad y asepsia, genera un entorno poco estimulante para el desarrollo artístico y profesional de los tatuadores locales.

Efecto de ello, es la aparición de tatuadores ilegales o clandestinos, que operan sin cumplir con las regulaciones sanitarias y normatividad mercantil, para contribuir al bienestar, cuidado, seguridad e integridad de los usuarios, así lo indica Luengo (2019) “Por cada trabajador legal hay dos ilegales”, esta realidad refuerza la necesidad de establecer puntos confiables y seguros donde

los consumidores puedan acceder a servicios de tatuajes de calidad, porque según Sánchez (2021), aunque un tatuaje es considerado comúnmente como una práctica segura, es recomendable acudir a lugares con profesionales idóneos para evitar el riesgo de contraer alguna enfermedad.

A partir de lo anterior, en la tabla 2, se describen las diferentes infecciones que pueden ser transmitidas cuando no se cumplen con las condiciones sanitaria adecuadas en la prestación del servicio de los tatuajes corporales.

Tabla 2

Infecciones asociadas a los tatuajes

Tipo de infección	Causa	Consecuencia
Infecciones Bacterianas	Falta de esterilización adecuada de todos los equipos y materiales necesarios para hacer los tatuajes	Aumento del riesgo de infecciones en la piel, como celulitis y abscesos
Infecciones Virales	Reutilización de agujas y tintas que sobran ya contaminadas	Posibilidad de transmisión de enfermedades virales como hepatitis B, hepatitis C o VIH.
Infecciones fúngicas	Ambiente propicio para el crecimiento de hongos	Aparición de infecciones micóticas en la piel, como candidiasis o tiñas.
Infecciones por falta de Higiene	Falta de lavado de manos y superficies de trabajo	Mayor riesgo de infecciones causadas por bacterias presentes en la piel y el entorno.

Nota. Elaboración propia, a partir de información obtenida en Morales y Llamas (2021), sobre las causas y consecuencias de infecciones por elaboración de tatuajes sin medidas sanitarias.

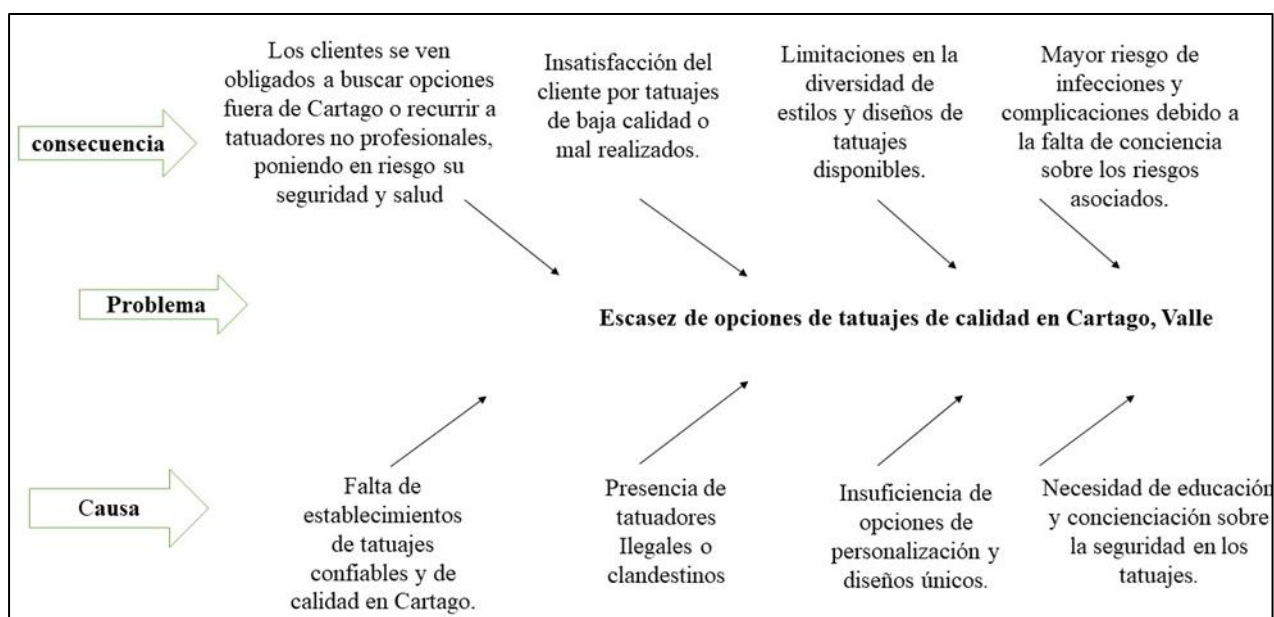
En vista de lo expuesto, se genera la incertidumbre de que los establecimientos y tatuadores existentes en el municipio, al no cumplir con los estándares de calidad y normatividad esperados, obligan a los usuarios a desplazarse a regiones aledañas, e incluso por desconocimiento pueden recurrir a tatuadores en sitios ambulantes de dudosa reputación. Como señala Sánchez (2021), “el arte del tatuaje genera constantemente unos riesgos sanitarios y económicos para el cliente”, además, representa una pérdida económica para el municipio, ya que los recursos asociados a esta labor, se desvían hacia otros lugares.

Árbol problema

En la figura 2, se exponen de manera gráfica el problema central del estudio, sus causas y consecuencias, estructurados de forma que se pueda analizar la situación e identificar y planificar la intervención más efectiva.

Figura 2

Árbol del Problema



Nota. Elaboración propia, a partir de la descripción del problema donde se describen sus causas y consecuencias.

Por tanto, con el objetivo de impulsar el crecimiento de la industria del tatuaje en Cartago y contribuir al desarrollo económico local, surge la necesidad de estructurar un plan de negocio de la empresa Tattoo Júpiter, especializada en la elaboración de tatuajes, la cual está enfocada en brindar servicios de alta calidad, con diseños personalizados y riguroso en términos de seguridad e higiene. Para lo cual se plantea la siguiente pregunta, que representa el punto de partida del estudio.

Pregunta de Investigación

¿Qué factores de viabilidad presenta un plan de negocio para la creación de la empresa Tattoo Júpiter dedicada a la elaboración de tatuajes en el municipio de Cartago, Valle para el año 2026?

Sistematización de la pregunta de investigación

Con el fin de complementar la pregunta formulada para la realización del estudio, se plantean las siguientes sub-preguntas.

- ¿Cómo es la estructura del sector?
- ¿Cuáles son las características del mercado?
- ¿Cuál debe ser su estructura administrativa
- ¿Cómo debe ser el soporte técnico?
- ¿Cuánto debe ser el recurso financiero?
- ¿Cómo desarrollar el análisis económico?
- ¿Cuáles son los posibles riesgos en la creación de una empresa?

Objetivos

Objetivo General

Estructurar los factores de viabilidad que presenta un plan de negocio para la creación de la empresa Tattoo Júpiter dedicada a la elaboración de tatuajes en el municipio de Cartago, Valle para el año 2026.

Objetivos Específicos

- A. Conocer la estructura del sector al cual pertenece la empresa Tattoo Júpiter reconociendo sus oportunidades y amenazas.
- B. Analizar el mercado de las empresas de tatuajes en el municipio
- C. Desarrollar las bases para la estructura y gestión administrativa de la empresa.
- D. Establecer el soporte técnico que requiere la empresa
- E. Determinar la viabilidad económica y financiera para la ejecución del proyecto.
- F. Describir los posibles riesgos que se presentan en la creación de la empresa.

Justificación

La presente investigación tiene como objetivo analizar la viabilidad de la creación de una empresa dedicada a la elaboración de tatuajes en el municipio de Cartago, Valle. Tattoo Júpiter, como empresa de servicios representa un desafío y una oportunidad para los profesionales de Administración de Empresas, porque brinda la oportunidad de aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en esta disciplina y pone en práctica las habilidades y herramientas necesarias para lograr los objetivos planteados.

Por consiguiente, Tattoo Júpiter surge como una propuesta formal y segura para cubrir una demanda creciente de en el arte de los tatuajes, respaldada por datos que señalan una alta presencia de esta práctica a nivel nacional y regional. Al considerarse el tatuaje como una expresión y búsqueda de identidad, posiciona al estudio como punto de encuentro cultural que puede capitalizar la tradición artística de Cartago (bordado, fotografía, pintura, teatro), para ofrecer diseños que repercutan en la memoria histórica local. Además, la necesidad de formalizar la actividad y elevar los estándares de seguridad se contraponen a la informalidad existente, generando una clara

oportunidad para distinguirse mediante prácticas sanitarias rigurosas, reguladas y transparentes en procesos y cuidados. Igualmente, la presencia de eventos indica un ecosistema artístico activo que facilita visibilidad y captación de talento local, elementos que fortalecen la viabilidad operativa y el crecimiento sostenible del negocio a través de una oferta de calidad, precios razonables y una identidad cultural bien definida.

De igual manera, con el apoyo del análisis del entorno competitivo, esta investigación contribuirá al desarrollo del conocimiento existente en el ámbito de la creación de empresas al determinar la viabilidad de establecer un negocio de tatuajes en Cartago, e identificar características de un mercado local y los factores culturales que influyen en el éxito de dicho emprendimiento, que servirá de insumo en futuras investigaciones. Asimismo, en cuanto a la gestión administrativa, que permite la organización sistemática de recursos para alcanzar los objetivos, sustenta la viabilidad operativa de Tattoo Júpiter, mientras que las bases teóricas, que definen el plan de empresa, ofrece las herramientas para planificar, medir y crecer de forma sostenible, con enfoque en seguridad, calidad y conexión cultural con Cartago.

Por otra parte, la investigación se alinea con los propósitos institucionales, ya que promueve la generación de conocimiento aplicado y la formación de profesionales comprometidos con el desarrollo sostenible y la responsabilidad social, al analizar la viabilidad de una empresa de tatuajes, se fomenta el espíritu emprendedor y la innovación en el ámbito de los servicios creativos, lo cual contribuye al crecimiento económico y cultural de la región

Capítulo II. Marco de Referencia

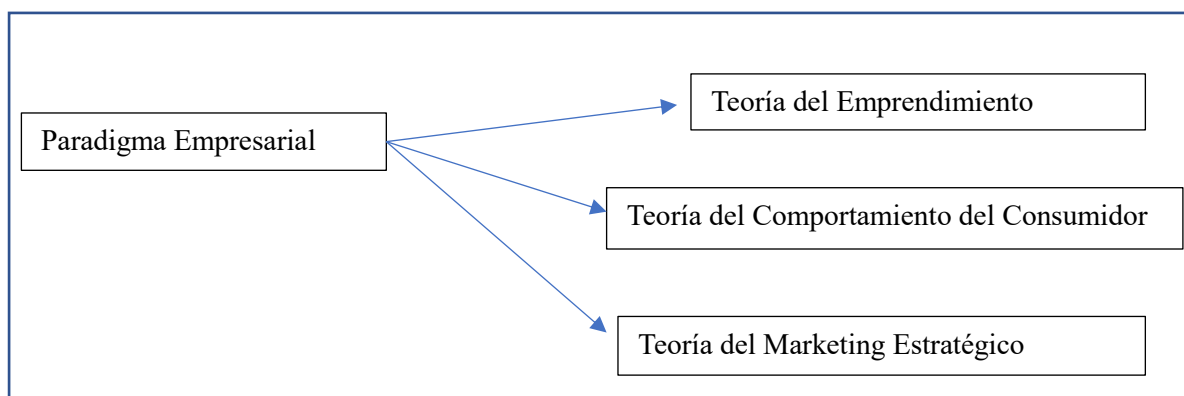
La investigación de viabilidad para la creación de la empresa de tatuajes Tattoo Júpiter, se fundamenta en el pragmatismo, un enfoque que permite validar la idea de negocio a través de técnicas de forma ágil en el mundo real, no solo en teoría, como mencionan, Hernández et al. (2014) “consiste en usar el método más apropiado para un estudio específico”, pues, en lugar de articularse a una sola perspectiva (cuantitativa o cualitativa), aborda la investigación mixta, combinando la exploración, la medición de conceptos y la interpretación del contexto para tomar decisiones y desarrollar estrategias adecuadas para la gestión futura del negocio.

Marco Teórico

El desarrollo de este marco teórico abarca enfoques y teorías, que hacen parte del paradigma empresarial, proporcionando una comprensión más profunda de la investigación.

Figura 3

Esquematización del Paradigma Empresarial y las teorías que soportan la investigación



Nota. Elaboración propia a partir del modelo empresarial y las teorías que lo componen.

El estudio de la viabilidad para la empresa de tatuajes, se fundamenta en comprender los factores que influyen en el alcance de los objetivos y sostenibilidad en el mercado. En este apartado, se presentarán tres teorías fundamentales que son relevantes para el análisis de la viabilidad: la teoría del emprendimiento, la teoría de la cultura organizacional y la teoría del marketing estratégico.

Teoría del emprendimiento y su aplicación en el contexto de la empresa de tatuajes

Esta teoría, busca entender cómo nacen, se desarrollan y sostienen las ideas de negocio en contextos reales, combinando oportunidad, recurso y acción. Un aporte clásico es el de Schumpeter (2008), quien plantea la innovación como motor de progreso y la capacidad de romper con lo establecido para crear valor, de ahí su máxima de “destrucción creativa”. Según el autor en el enfoque contemporáneo, resalta la teoría de los roles del emprendedor, con la detección de oportunidades, la toma de riesgos y la construcción de redes que facilitan recursos y legitimidad. En esa misma dirección, la teoría de la oportunidad emprendedora, donde expone que las ideas exitosas suelen surgir cuando hay un ajuste entre necesidades del mercado y capacidades del individuo o del equipo, acompañado de una tolerancia al error y aprendizaje iterativo. Así pues, el emprendedor es aquella persona que sabe crear e innovar, es una persona que piensa más allá de las convicciones con el fin de desarrollar nuevas ideas, ya sea en beneficio de sí mismo, pero también de la sociedad, todo esto para generar prosperidad económica.

En esta misma línea, autores como Von Mises (2011) y Kirzner (2001), afirman que, la actividad emprendedora, no solamente se limita al aspecto económico, sino que, abarca todas las dimensiones de la vida humana, es decir, emprender también es una acción para sentirse bien consigo mismo, entender que las personas son útiles a la sociedad, que tienen un propósito personal

para lograr su desarrollo integral, de ahí la importancia fundamental de emprender, más allá de crear un negocio.

Por su parte, Varela (2008), tiene una visión práctica del emprendimiento, y se relaciona con la innovación, que no solo es tecnológica, sino también organizacional y de proceso; la creatividad debe traducirse en modelos de negocio viables, en planes que articulen valor para el cliente con una ejecución eficiente. El autor, enfatiza la relación entre innovación, aprendizaje y capacidad de moverse estratégicamente ante cambios significativos, lo que es clave para enfrentar entornos dinámicos y sectores competitivos. También, menciona, la teoría del emprendimiento social, la cual sirve como aporte para alinear la viabilidad económica con impactos sociales, recordando que la innovación puede responder a necesidades comunes sin perder sostenibilidad financiera.

Igualmente, señala que, cuando se piensa en planes de empresa, estas ideas se traducen en componentes claros: ver la oportunidad de mercado (qué problema resuelve la propuesta y para quién), validar la idea con clientes, definir la propuesta de valor, diseñar un modelo de ingresos y costos, y establecer una ruta de implementación con hitos y métricas. La teoría del emprendimiento, para este autor, radica en la importancia de recursos y redes, por lo que el plan de empresa debe describir alianzas estratégicas, adquisición de talento y mecanismos de financiamiento, así como un plan de riesgos y aprendizaje.

En el marco de la empresa de tatuajes, estas ideas apuntan a que no basta con un buen servicio artístico; es importante innovar en experiencia del cliente, seguridad sanitaria, posición de la marca (Branding) y operaciones eficientes. Un emprendedor debe estar atento a la demanda local, adaptar la oferta a gustos y estilos, y construir una red de proveedores, consultores sanitarios y comunidades creativas.

De acuerdo a lo expuesto, se puede definir el emprendimiento como las capacidades que tiene la persona para actuar con creatividad, entusiasmo e innovación, aprovechando las oportunidades al máximo, ejerciendo liderazgo equilibrado para resolver algún problema del entorno, buscando beneficio colectivo y personal. Es por ello, que el emprendedor, debe trabajar no solo en su beneficio, sino que, igualmente, debe hacerlo para cubrir las necesidades de los consumidores, sin perjudicarlos de manera alguna con el bien o servicio que se ofrece. En este sentido, cabe mencionar el cumplimiento de la seguridad y la normatividad sanitaria que se debe llevar a cabo al realizar la práctica de tatuar la piel de las personas.

Igualmente, la teoría del emprendimiento, con los aportes de los teóricos, sugiere que la viabilidad de la empresa Tattoo Júpiter, depende de convertir ideas innovadoras en prácticas operativas viables, apoyadas en redes, aprendizaje constante y una propuesta de valor que conecte con la comunidad de Cartago, Valle.

Teoría del Comportamiento del Consumidor y su influencia en la viabilidad de empresas de tatuajes.

La teoría del comportamiento del consumidor, se trata del estudio que se orienta hacia la comprensión del porqué las personas seleccionan, usan, compran o rechazan, un producto o servicio para satisfacer sus necesidades. Por consiguiente, dicho comportamiento se asume a partir de factores emocionales, culturales, psicológicos, sociales y económicos. En su origen, teóricos, como Samuelson (1938) y Hicks (1939), asumían que las personas buscaban maximizar su utilidad, es decir, obtener la mayor satisfacción posible con su dinero. Según los autores, en ocasiones esto funciona, pero hay momentos en que las cosas no son tan claras: emociones, prisa

o presión de grupo, pueden hacer que cambie la decisión, incluso si el precio y la renta no cambian. Por eso, es importante tener en cuenta, tanto el lado racional como el lado más humano del tema.

En primer lugar, cabe subrayar las preferencias y la utilidad. Las preferencias de cada persona se pueden representar con curvas de indiferencia, que son como mapas: cada punto señala qué combinación de bienes da la misma satisfacción. La pendiente de estas curvas, subraya la tasa marginal de sustitución (TMS), es decir, cuánto estaría dispuesta una persona a dejar de un bien para obtener un poco más de otro, manteniendo la satisfacción constante (Marshall, 1931; Hicks, 1939). Pero, estas ideas funcionan dentro de ciertos supuestos: la gente es racional y las preferencias son completas y transitivas.

Seguidamente, está la restricción presupuestaria. El ingreso y los precios de los bienes forman una línea que se llama la restricción presupuestaria. El punto donde esta línea toca la curva de indiferencia más alta posible, es el equilibrio del consumidor, o también, la mejor combinación de bienes que se pueden permitir (Samuelson, 1938). A partir de ahí, se derivan conceptos útiles como la descomposición del cambio en la demanda, es decir, el efecto ingreso y el efecto sustitución (elasticidad) (Hicks, 1939). Si el precio de un bien sube, por ejemplo, se puede comprar menos de ese bien por el menor poder adquisitivo (efecto ingreso) y/o porque ya no es tan rentable comprar ese bien en comparación con otros (efecto sustitución).

Asimismo, la elasticidad también es clave. La elasticidad-precio de la demanda dice cuánto cambia la cantidad demandada y cuando cambia el precio (Marshall, 1931). Hay bienes que responden mucho a los cambios de precio y otros que no, por eso hay que mirarla bien para entender comportamientos reales. En casos especiales, existen bienes donde, paradójicamente, la demanda sube cuando el precio sube, pero eso sucede en circunstancias muy específicas y con bienes esenciales y sustitutos de baja calidad. Otra parte importante es lo que pasa cuando hay

incertidumbre. En la teoría de la utilidad esperada (Von Neumann y Morgenstern, 1953), los consumidores eligen pensando en probabilidades y resultados posibles, no solo en certeza. Pero en la vida real, la información no siempre es clara y eso puede llevar a comportamientos que la teoría clásica no predice muy bien.

Desde esta perspectiva, la teoría del comportamiento del consumidor también tiene limitaciones. En la práctica, las personas enfrentan costos de búsqueda, asimetrías de información y otros obstáculos que hacen que las decisiones no sean perfectas. Por eso, hay enfoques conductuales que añaden elementos como sesgos, ganancias y pérdidas, y otros factores psicológicos que influyen en la elección.

En suma, la teoría del comportamiento del consumidor intenta explicar por qué se eligen ciertos productos y cuánto estarían dispuestos a pagar por ellos los consumidores, pero para entender realmente el comportamiento de compra hay que combinar la teoría clásica con evidencia empírica, contextos reales y, a veces, enfoques conductuales. Así se obtiene una imagen más completa de cómo funciona el consumo en el mundo real.

De acuerdo a lo anterior, la teoría del comportamiento del consumidor, puede ayudar a la empresa Tattoo Júpiter, a entender qué buscan los clientes obtener con la experiencia del tatuaje: calidad, diseño único y confianza. Al analizar preferencias, elasticidades y costos, la empresa puede fijar precios y paquetes que maximizan la satisfacción sin perder demanda. También, es clave considerar factores conductuales: emociones, sesgos y riesgos percibidos, que influyen en la decisión de hacerse un tatuaje. Con una buena investigación de mercado, un diseño de servicio claro y precios bien situados, Tattoo Júpiter puede atraer a distintos segmentos y ajustar su oferta a la realidad del barrio, la competencia y las tendencias. En pocas palabras, entender al cliente, adaptar la propuesta y comunicar valor, de forma transparente para crecer de forma sostenible.

Teoría del marketing estratégico y su aplicación en el ámbito de las empresas de tatuajes.

La teoría del marketing estratégico es esencial para comprender cómo las empresas pueden alcanzar una ventaja competitiva y atraer y retener a sus clientes. En este sentido, el marketing estratégico, se ocupa de crear valor sostenible para la empresa mediante la comprensión profunda del mercado, segmentarlo y posicionar una oferta que satisfaga necesidades reales. Con base en lo expuesto por Drucker (1980), el marketing busca identificar y satisfacer las necesidades humanas de modo rentable, convirtiendo el interés del cliente en la razón de ser del negocio. Por otro lado, Porter (2009), sostiene la idea de ventaja competitiva a través de tres enfoques genéricos, liderazgo en costos, diferenciación y enfoque; además propone analizar la estructura del sector económico, para entender la rentabilidad y las fuerzas que condicionan la estrategia.

También, Perreault y McCarthy (2002), con su modelo de las 4 P (producto, precio, plaza y promoción), ofrecen un marco práctico para diseñar la mezcla de marketing de forma coherente con la propuesta de valor y el segmento objetivo. Kloter y Armstrong (2012), por su parte, enfatizan la orientación al cliente y la necesidad de alinear internamente las capacidades de la empresa con las demandas del mercado, destacando la importancia de la ejecución y la coherencia entre marketing y operaciones.

En marketing estratégico aplicado a un plan de negocio para la empresa Tattoo Júpiter, estas ideas se traducen en: definir claramente el segmento de Cartago (perfil de clientes, necesidades específicas, percepción de seguridad y arte), diseñar una oferta diferenciada (calidad artística, seguridad sanitaria, experiencia de cliente), fijar una estrategia de costo y valor (precios competitivos que cubran costos y entreguen valor percibido), ubicar la marca en un canal adecuado (tiendas, redes, alianzas con comunidades creativas) y comunicar mensajes que se conecten

positivamente con la comunidad local. La relación entre la gestión de marca, servicio y operación es clave: la confianza en higiene, la consistencia de los diseños y la rapidez en la atención son factores que fortalecen la lealtad y el voz a voz, especialmente en un sector sensible como el de los tatuajes.

Para la viabilidad de la empresa Tattoo Júpiter, el marketing estratégico debe desarrollarse a través de campañas centradas en la experiencia del cliente y la diferenciación basada en seguridad y creatividad. Alinear las tácticas de mercadeo con la operación: horarios eficientes, disponibilidad de artistas, calidad de los portafolios y un proceso claro de reserva y atención posventa. Asimismo, el plan debe incluir investigación de mercado local, estimación de demanda, costos de adquisición de clientes y un presupuesto de marketing que priorice canales con mayor retorno en Cartago. Por tanto, las teorías, respaldadas por Drucker, Porter y McCarthy y complementada por Kloter, sugieren que la viabilidad de una empresa de tatuajes, depende de articular una propuesta de valor clara, una marca confiable y una estrategia de afinidad con el cliente, bien diseñada, que se adapte a la comunidad de jóvenes y adultos cartagüesños, y que permita medir y ajustar estrategias en función de la respuesta del mercado.

Evaluación de la competencia y la rentabilidad potencial en el mercado de tatuajes.

La evaluación de la competencia existente y la rentabilidad potencial en el mercado de tatuajes en Cartago, es esencial para determinar la viabilidad económica de la empresa. Por tanto, es importante realizar un análisis de los locales que ofrecen este tipo de servicios, con el fin de evaluar aspectos como la calidad, los precios, la reputación y las estrategias de marketing. Además, se llevará a cabo un estudio financiero que, según Domínguez (2018), cuyo objetivo es proporcionar una estrategia que permita al proyecto obtener los recursos necesarios para su

implementación, así como contar con suficiente liquidez y solvencia para realizar las operaciones programadas de manera ininterrumpida. Con este análisis, además, se identificarán oportunidades de diferenciación y posicionamiento en el mercado, así como los desafíos a enfrentar en términos de competencia.

Análisis de los recursos y la capacidad necesarios para la creación de la empresa de tatuajes.

La creación de la empresa de tatuajes, exige una combinación de talento artístico, personal de apoyo y formación en bioseguridad, así como infraestructura adecuada y tecnología de gestión. Se requieren instalaciones con flujos de trabajo que separen áreas de preparación, ejecución y esterilización, así como software de gestión de citas, control de calidad y trazabilidad de insumos. Las relaciones con proveedores de insumos regulados, clínicas y asociaciones profesionales son clave para asegurar suministros confiables y cumplimiento normativo, mientras que una cultura organizacional orientada a la bioseguridad y a la experiencia del cliente favorece la consistencia operativa.

Identificación y evaluación de los recursos financieros necesarios para iniciar la empresa.

La estimación de recursos financieros cubre la inversión inicial para adecuación del local, adquisición de equipos y suministros, licencias, seguros y costos de marketing inicial. También implica la proyección de flujo de caja, que considera ingresos esperados, costos fijos y variables, pagos de personal y gastos de operación, así como capital de trabajo necesario para las primeras fases. La evaluación financiera debe incluir indicadores como punto de equilibrio, periodo de recuperación de la inversión, TIR y ROI, y contemplar diferentes escenarios de demanda y costos.

Las fuentes de financiamiento pueden abarcar capital propio, préstamos, inversores o alianzas con entidades públicas o privadas, así como programas de apoyo al emprendimiento.

Requisitos de ubicación, personal y proveedores para la operación exitosa de la empresa.

La ubicación debe cumplir criterios de visibilidad, accesibilidad, afluencia de público y adecuación para bioseguridad, con un diseño que facilite flujos de trabajo eficientes y una experiencia de cliente positiva. El personal requerido incluye tatuadores certificados, personal de recepción y administración, y un responsable de bioseguridad y esterilización, con planes de capacitación continua y certificaciones sanitarias. Se establecerá una red de proveedores confiables que garanticen insumos regulados, equipos de esterilización, consumibles estériles y políticas de gestión de residuos, así como servicios de mantenimiento y tecnología de apoyo (sistemas de citas, registro de trazabilidad, software de gestión). El cumplimiento normativo abarca licencias sanitarias, permisos de uso de suelo, normativas de bioseguridad y seguridad laboral, para garantizar la continuidad de la operación y la satisfacción de los clientes.

Marco Conceptual

El presente estudio busca establecer un marco conceptual que englobe una idea general de los conceptos más importante ya que estos son fundamentales para comprender la naturaleza y los aspectos relevantes de la investigación. En primer lugar, un plan de negocio para Tattoo Júpiter, se entiende como la factibilidad de convertir una idea emprendedora en una empresa operativa, rentable y sostenible en el tiempo dentro del contexto de Cartago, Valle del Cauca, en 2026.

Por otro lado, el estudio de viabilidad se refiere a la posibilidad de que dicha idea, proyecto o empresa pueda ser realizado con éxito. Según Osterwalder y Pigneur (2009), la viabilidad se

evalúa mediante el análisis de diversos aspectos, como la factibilidad financiera, técnica, legal y operativa. Es importante determinar la viabilidad de la creación de una empresa dedicada a la elaboración de tatuajes en el municipio de Cartago Valle, considerando factores como la demanda del mercado, los recursos necesarios y los requisitos legales. En este marco, la noción de viabilidad se articula a partir de tres dimensiones interrelacionadas: viabilidad estratégica, viabilidad operativa y viabilidad financiera, las cuales se alimentan de conceptos centrales de marketing estratégico, emprendimiento y gestión de servicios.

En cuanto a la viabilidad estratégica, examina la adecuación entre la oportunidad de mercado, la propuesta de valor y la ventaja competitiva. En términos de variables, se consideran: oportunidad de mercado (demanda potencial de servicios de tatuajes, tendencias de consumo, turismo y percepciones de seguridad y calidad), propuesta de valor (arte creativo, higiene rigurosa, experiencia del cliente, personalización), y ventaja competitiva (diferenciación por diseño, estándares de seguridad, Branding local, alianzas con artistas). También se atiende a la segmentación de mercado (perfil de clientes: jóvenes adultos, tránsito de turistas, empresas o eventos locales) y al posicionamiento deseado de Tattoo Júpiter en la mente del consumidor.

Por otra parte, la viabilidad operativa, aborda la capacidad de la empresa para funcionar de manera eficiente y consistente. Las variables clave incluyen: modelo de negocio y operaciones (horarios, turnos, flujo de clientes, gestión de citas, control de calidad de arte y cumplimiento de normas sanitarias), procesos de servicio (recepción, diseño, ejecución, entrega y atención posventa), recursos humanos (selección, capacitación, clima laboral y retención de talento), gestión de proveedores (materiales esterilizados, suministros y alianzas con proveedores sanitarios) y tecnología de apoyo (portafolios digitales, reservas en línea, gestión de clientes).

Además, se considera la cultura organizacional y el liderazgo como elementos que canalizan la ejecución operativa hacia la calidad y la seguridad.

En este sentido, la cultura juega un papel relevante en el contexto de los tatuajes. Según Clifford y Marcus (1991), la cultura es un sistema de creencias, valores, normas y prácticas compartidas por un grupo de individuos. Los tatuajes pueden ser considerados expresiones culturales, ya que reflejan las tradiciones, simbolismos y significados propios de una comunidad o subcultura específica. La cultura influye en la forma en que los tatuajes son percibidos y valorados, así como en las preferencias estéticas y los estilos artísticos asociados a ellos.

Por último, la viabilidad financiera, evalúa la sostenibilidad económica y la capacidad de generar valor para los inversionistas y la comunidad. Las variables son: estructura de costos (fijos y variables, costos de seguridad, alquiler, insumos), proyecciones de ingresos (volumen de tatuajes, precios, servicios complementarios), punto de equilibrio, flujo de caja y rentabilidad. También se contemplan escenarios y riesgos financieros (variabilidad de demanda, costos de materiales, fluctuaciones en impuestos y normativas) y estrategias de financiamiento (capital propio, crédito, alianzas estratégicas). Adicionalmente, se analizan indicadores de desempeño como retorno sobre la inversión (ROI), periodo de recuperación y eficiencia operativa.

Como se ha mencionado, estas tres dimensiones no funcionan de manera aislada; la viabilidad estratégica influye en la operativa y en lo financiero; la operación efectiva fortalece la viabilidad financiera a través de mayor productividad y satisfacción del cliente; y el desempeño financiero retroalimenta la estrategia, permitiendo reinvertir y escalar. En este sentido, la validación de supuestos mediante la investigación de mercado, pruebas piloto y retroalimentación de clientes es necesario para ajustar la propuesta de valor, costos y canales de adquisición de clientes.

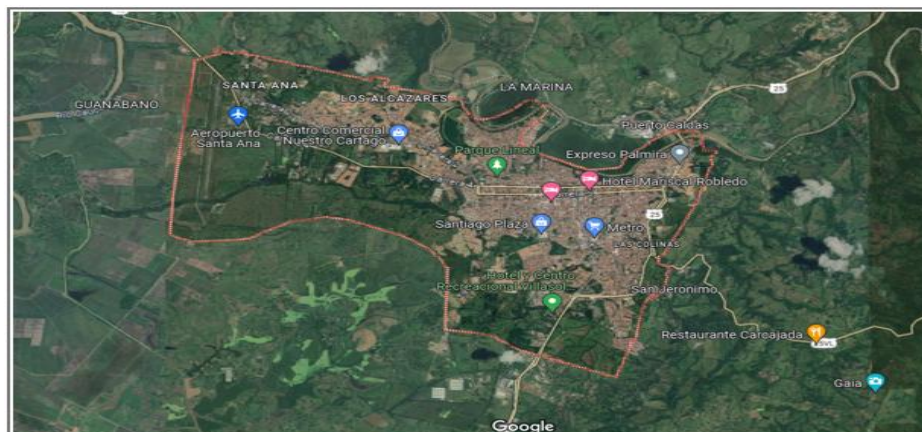
Asimismo, dado el contexto local, se deben considerar factores específicos como la competencia local (número de estudios de tatuajes, reputación y diferenciación), el perfil demográfico y turístico de Cartago, y las tendencias culturales que afectan la demanda, y muy importante aún el marco regulatorio sanitario, las condiciones de seguridad y control de calidad, puesto que, el tatuaje, tal como ahora se conoce, según como menciona Rodríguez (2011), es una modificación superficial de la piel, mediante punciones con una aguja eléctrica de suficiente profundidad para que se pueda alojar un pigmento de color, lo cual puede generar riesgos de infecciones o enfermedades, sino se realiza en condiciones sanitarias adecuadas. Finalmente, se debe integrar el componente social y comunitario, referido a la responsabilidad social, alianzas con artes y comunidades creativas, y percepción pública sobre la industria de tatuajes.

Marco contextual

La presente investigación se desarrolla en el municipio de Cartago, ubicada en el departamento del Valle del Cauca, Colombia.

Figura 4

Mapa satelital de Cartago, Valle



Nota. Imagen de la ubicación de Cartago, tomada de Google Maps (2025)

Cartago, es un lugar propicio para explorar sobre el tema objeto de estudio, por su historia como eje comercial y patrimonio colonial, su destacada cultura como capital del bordado, al igual que su riqueza natural e identidad que le atribuye el nombre de Villa de Robledo, y la ciudad del sol más alegre de Colombia, además, de ser centro económico en la región.

Este municipio del Valle del Cauca, es conocido por su riqueza turística, que incluye una variedad de sitios de interés. Entre ellos se destacan el Templo Parroquial de San Francisco, el Parque de Bolívar y la Iglesia de Guadalupe, que atraen a visitantes locales y extranjeros. Estos lugares emblemáticos ofrecen oportunidades para promocionar la empresa y atraer a turistas interesados en la cultura y el arte, como el tatuaje, aprovechando su ambiente histórico y natural.

Además, cuenta con universidades reconocidas, como la Universidad del Valle y la Universidad Antonio Nariño, la Corporación de Estudios Tecnológicos del Norte del Valle (Cotecnova), que cuentan con un amplio número de estudiantes jóvenes, clientes potenciales favorable para negocios de expresión artística como un estudio de tatuajes. Esto no solo generará visibilidad y reconocimiento, sino que también establecerá vínculos sólidos con la comunidad y fomentará el apoyo local.

Exploración del contexto cultural y social de los tatuajes en el municipio de Cartago

Se refiere al nivel de integración de símbolos y prácticas culturales locales en la narrativa de la marca. Así, como aceptación y demanda percibidas por el público objetivo, y, los segmentos de clientes identificados (perfil demográfico y psicográfico), que a continuación se relacionan.

Aspectos culturales y sociales relacionados con los tatuajes en la región

El estudio de los tatuajes en el municipio de Cartago, requiere una exploración exhaustiva de los aspectos culturales y sociales relacionados con esta práctica. Según Lasluisa y Vayas (2024), el tatuaje desempeña un papel significativo en la vida y la cultura de los pueblos primitivos, así como en las distintas etapas de la civilización contemporánea. En la región de Cartago, se pueden observar influencias de diversas corrientes culturales, como la tradición indígena, la cultura afrodescendiente y las tendencias contemporáneas. Se examinarán las raíces históricas de los tatuajes en la región y su evolución hasta la actualidad, considerando su significado cultural y su papel en la identidad personal y colectiva.

Percepciones, actitudes y prácticas de la población local hacia los tatuajes

El análisis de las percepciones, actitudes y prácticas de la población local hacia los tatuajes es fundamental para comprender la aceptación y la demanda de servicios de tatuajes en Cartago. Al igual que tradiciones orales y escritas del lenguaje, el cuerpo también se reconoce como una herramienta simbólica de diferenciación cultural, social, emocional y política (Calderón, 2014). Mientras que algunas personas consideran a los tatuajes como una forma de arte y autenticidad, otras pueden tener prejuicios o estigmas asociados, se realizarán encuestas y entrevistas para recoger datos sobre las actitudes, percepciones y prácticas de la población local hacia el arte del tatuaje, con el propósito de identificar oportunidades y desafíos en el desarrollo del plan de empresa Tattoo Júpiter.

Análisis del mercado objetivo y la demanda de servicios de tatuajes en Cartago

El análisis del mercado objetivo es esencial para evaluar la viabilidad económica y financiera de la empresa de tatuajes Tattoo Júpiter, en Cartago, porque los segmentos de mercado

agrupan individuos con características demográficas, económicas, psicosociales, culturales y de comportamiento comunes, como afirman Fernández y Aqueveque (2001). Por tanto, cuando se identifica el segmento, se procede a la recopilación de los datos sobre la demanda actual de servicios de tatuajes, analizando el tamaño del mercado, las tendencias de crecimiento y las preferencias de los clientes. Además, se investigará la viabilidad de expandir la oferta de servicios en el municipio y la posibilidad de atraer a turistas interesados en esta forma de expresión artística.

Marco legal

A continuación, en la tabla 3, se presenta una lista de leyes y normas vigentes en Colombia, que podrían resultar relevantes para la creación de una empresa dedicada a la elaboración de tatuajes en Cartago, Valle del Cauca.

Tabla 3

Marco legal que rige la creación de la empresa Tattoo Júpiter

Normativa	Descripción
Ley 590 de 2000	La ley busca impulsar el desarrollo de micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) en Colombia, fomentando empleo, desarrollo regional e integración económica. Facilita su acceso a mercados, talento y financiamiento, y promueve políticas públicas para su competitividad. También apoya a productores rurales y garantiza la libre competencia. En suma, su objetivo es fortalecer y estimular el crecimiento de las MiPymes en el país.
Ley 789 de 2002 (diciembre 27)	La ley busca impulsar el empleo, la formalización laboral y la competitividad. Define medidas para contratación flexible, incentivos para crear empleo, sanciones a la informalidad y programas de capacitación y empleo. En conjunto, pretende un entorno laboral más dinámico que fomente la creación de empleo y la formalización de las relaciones laborales.
Resolución 2400 de 1979 (mayo 22)	La resolución tiene como objetivo salvaguardar la seguridad y salud laboral. Define requisitos mínimos para condiciones de trabajo, uso de equipos de protección personal y manejo seguro de materiales. Fomenta la prevención de incendios, el registro de accidentes y la creación de comités de seguridad y salud en el trabajo. En conjunto, busca garantizar un entorno laboral seguro y saludable para los trabajadores.

Continuación tabla 3, Marco legal que rige la creación de la empresa Tattoo Júpiter

Normativa	Descripción
Resolución 2263 de 2004 (Julio 14)	La Resolución 2263/2004 regula los centros de estética en Colombia. Abarca establecimientos que brindan servicios cosméticos, faciales y corporales, exigiendo instalaciones adecuadas, bioseguridad, iluminación y ventilación, agua potable, control de plagas y manejo de residuos. También obliga a informar a los clientes sobre cuidados, riesgos y costos. La supervisión corresponde a entes departamentales y municipales. En síntesis, la norma busca proteger la seguridad y el bienestar de clientes y trabajadores de estos centros..
Ley 9 de 1979 (enero 24)	El Código Sanitario Nacional de Colombia busca proteger la salud pública mediante reglas para prevenir enfermedades, promover la higiene, regular alimentos y medicamentos, supervisar establecimientos de salud y definir responsabilidades sanitarias. Su objetivo central es garantizar el bienestar de la población y fijar estándares de salud en el país.
Decreto 3518 del 2006	Crea el Sistema de Vigilancia en Salud Pública en Colombia. Su objetivo es recopilar información para orientar políticas y acciones en salud pública, prevención de enfermedades y evaluación de intervenciones. Aplica en todo el país y es de cumplimiento obligatorio.
Decreto 351 de 2014 (febrero 19)	Reglamenta la gestión integral de los residuos generados en la atención en salud y otras actividades en Colombia, estableciendo normas para su adecuada clasificación, manejo y disposición final, con el objetivo de proteger la salud humana y el ambiente.
Resolución 2117 de 2010 (junio 09)	La resolución, emitida por el Ministerio de la Protección Social, define los requisitos para abrir y operar lugares de estética ornamental (barberías, peluquerías, escuelas de estilistas y manicuristas, salas de belleza). Su objetivo es asegurar higiene y bioseguridad, pues estas actividades pueden afectar la salud pública si no se cumplen normas adecuadas. Enfoca la prevención de problemas higiénico-sanitarios y la adopción de medidas preventivas por trabajadores independientes. Especifica condiciones de infraestructura, saneamiento, seguridad, señalización y sistema eléctrico, además de precisar diversos términos clave.
Ley 711 de 2001 (noviembre 30)	Regula la ocupación de la cosmetología en Colombia. Establece requisitos para ejercer como cosmetólogo(a), define el campo de aplicación y principios de la cosmetología, y prohíbe realizar prácticas reservadas a profesionales de la salud. También crea una Comisión Nacional del Ejercicio de la Cosmetología y establece sanciones por incumplimiento.

Nota. Elaboración propia de la investigadora, tomada de la información normativa y de seguridad para empresas de tatuajes.

En el marco legal se describen las normas básicas de higiene, de bioseguridad y salud pública, que la actividad de una empresa de tatuajes implica para respetar el derecho a la salud de la comunidad.

Capítulo III. Marco metodológico

En la modalidad de creación de empresa la realidad abordada es compleja puesto que el investigador debe acceder a dos escenarios: su propuesta de negocio con toda la gama de requisitos logísticos y la percepción de los futuros clientes inmersos en el mercadeo y el sector; todo lo anterior se refleja en la metodología.

Tipo de Investigación

La investigación es de tipo descriptivo, se ocupa de caracterizar los elementos teórico prácticos que inciden en la definición de la viabilidad para crear una empresa dedicada a la elaboración de tatuajes; igualmente es transversal ya que se desarrolla en un tiempo definido estipulado por la Universidad como condición para poder optar por el título de Administrador de Empresas.

Enfoque de la Investigación

La investigación abordará un enfoque mixto, el cual según Hernández et al. (2014), “ofrece una visión más amplia y clara del problema, genera datos más ricos, fortalece la creatividad teórica, sustenta inferencias y facilita la exploración y explotación de los datos” (p.579). La combinación de los enfoques cualitativo y cuantitativo, permitirá obtener una mejor comprensión de los aspectos financieros, de mercado, legales y culturales relacionados con la creación de la empresa de tatuajes Tattoo Júpiter en Cartago, Valle.

Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación es concurrente, el cual, según Hernández et al. (2014), implica de manera simultánea recolectar y analizar datos cuantitativos y cualitativos sobre el problema de investigación. En este estudio de viabilidad mixto, se emplearán múltiples métodos de recolección de datos para abordar diferentes aspectos de la investigación. Se utilizarán técnicas cuantitativas, como encuestas, para recopilar datos numéricos sobre la demanda de tatuajes, características demográficas de la población objetivo, preferencias de los clientes y proyecciones financieras. Asimismo, se emplearán métodos cualitativos, como entrevistas de tipo semiestructurado y análisis documental, para obtener información detallada sobre la cultura local, las prácticas de tatuaje existentes y las regulaciones legales pertinentes.

Justificación del enfoque elegido

La elección del enfoque de investigación mixto se justifica por su capacidad para proporcionar una visión completa de los factores que influyen en la viabilidad de la empresa de tatuajes en Cartago Valle. Al combinar tanto el análisis cuantitativo como el cualitativo, se podrá obtener una comprensión más profunda de las necesidades y preferencias de los clientes, las características del mercado local, las consideraciones legales y las implicaciones financieras.

De acuerdo con Creswell (2009), el acercamiento mixto permitirá triangular los datos, es decir, comparar y contrastar los hallazgos cuantitativos y cualitativos para obtener una imagen más completa y confiable de la viabilidad del negocio. Esta triangulación fortalecerá la validez y la confiabilidad de los resultados, y permitirá tomar decisiones más fundamentadas en relación con la creación de la empresa.

Población y Muestra

En el presente estudio, se establece como población objetivo a las personas de género masculino y femenino, con edades comprendidas entre los 15 y 69 años, residentes en el municipio de Cartago, Valle. Se considera a esta población como el grupo potencialmente interesado en adquirir el servicio de tatuajes.

Tabla 4

Habitantes por edad, cantidad y porcentajes de la región. 2021.

Rango de edades	Total
15-19	26.095
20-24	23.950
25-29	22.153
30-34	20.692
35-39	19.897
40-44	19.505
45-49	19.134
50-54	20.105
55-59	19.964
60-64	18.045
65-69	14.881
Total	224.421

Nota. Datos socioeconómicos de la Cámara de Comercio de Cartago (2021), utilizadas como población objeto de estudio.

Muestra

El tamaño de la muestra se determinó utilizando técnicas de muestreo probabilístico para garantizar la representatividad de la población objetivo. Se empleó un muestreo aleatorio simple (MAS), donde cada individuo de la población objetivo tuvo la misma probabilidad de ser seleccionado para formar parte de la muestra. El tamaño de la muestra que se muestra en la figura 5, se calculó utilizando la fórmula de muestreo aleatorio simple para población finita o conocida (Velásquez, 2023).

Figura 5

Cálculo de la muestra de estudio

Población finita conocida $n = \frac{Z^2 * p * q * N}{(N-1) * e^2 + Z^2 * p * q}$

Nota. Fórmula de muestreo aleatorio simple para población finita o conocida, tomada de Velásquez (2023).

donde:

n= Tamaño de la muestra.

Z= Nivel de confianza (95% = 1.96).

p: Proporción esperada (0.5)

q= 1-p (0.5)

e =Margen de error (5% = 0.05).

N: Tamaño de la población total.

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 224.421}{(224.421-1) * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{215.534}{562}$$

n = 384 tamaño de la muestra

Las técnicas utilizadas, incluyen la realización de encuestas en lugares estratégicos del municipio de Cartago Valle, como centros comerciales, parques y espacios públicos, con el fin de alcanzar a un mayor número de individuos de la población objetivo.

Recolección de datos

Los instrumentos de recolección de datos, incluirán encuestas estructuradas, entrevistas semiestructuradas y análisis de documentos. Las encuestas estructuradas se utilizarán para obtener datos cuantitativos sobre la demanda de servicios de tatuajes, las preferencias de los clientes, la disposición a pagar y otros aspectos relacionados con la viabilidad financiera del negocio.

Por otro lado, las entrevistas semiestructuradas serán aplicadas a individuos seleccionados intencionalmente, como expertos en la industria del tatuaje, artistas tatuadores y potenciales clientes. El proceso de recolección será sistemática y estandarizada. Las encuestas se realizarán de forma presencial y en línea, estableciendo puntos de contacto estratégicos en el municipio de Cartago, Valle. Los cuestionarios, se entregan a los participantes seleccionados en estos puntos, brindando apoyo sobre dudas durante el proceso elaboración. En este marco, se garantiza la calidad de los datos recopilados, permitiendo obtener información valiosa y precisa para el análisis de viabilidad del proyecto.

En cuanto a las entrevistas, se realizarán de manera presencial y virtual en un entorno cómodo y confidencial. Serán grabadas y transcritas posteriormente para el análisis de contenido. Igualmente, se realiza un análisis documental, respecto a normativas locales y estudios de mercado existentes, para obtener información adicional relevante, para la elaboración del plan de negocio.

Con relación a las consideraciones éticas, se solicitará a los participantes el consentimiento informado, garantizando que los datos serán tratados de manera confidencial y solo se utilizarán para fines académicos. Además, aclarar que no implica riesgos que afecten la integridad de los participantes. Se promoverá la participación voluntaria, el derecho a retirarse en cualquier momento sin repercusiones y la devolución de resultados en un lenguaje accesible a los participantes, como parte del compromiso ético y social del investigador.

Variables e Indicadores

En esta investigación se identificarán y definirán las variables de estudio relevantes para evaluar la viabilidad y el éxito del negocio. Estas variables permiten medir aspectos clave relacionados con la demanda de servicios de tatuajes, las preferencias de los clientes y los aspectos financieros y legales pertinentes.

Análisis de datos o presentación de la información

Una vez se han recopilado los datos necesarios para el estudio de viabilidad, se debe llevar a cabo un proceso de análisis de datos riguroso y sistemático. Este análisis tiene como objetivo extraer información relevante, identificar patrones y tendencias, y obtener conclusiones basadas en evidencia sólida. Durante esta etapa, se examinarán los datos de manera objetiva y se aplicarán técnicas estadísticas y herramientas de análisis para explorar la información recopilada.

El procesamiento y organización de los datos recolectados será el primer paso en el análisis de datos. Esto implica la revisión y verificación de los datos para garantizar su integridad y calidad. Luego, los datos se organizarán de manera estructurada y se crearán bases de datos o matrices para facilitar su manipulación y análisis.

Las técnicas estadísticas desempeñarán un papel fundamental en el análisis de los datos recolectados. Dependiendo de la naturaleza de las variables y los objetivos del estudio, se utilizarán diferentes técnicas estadísticas. Para el análisis de los datos cuantitativos, se podrán emplear técnicas descriptivas, como cálculos de frecuencia, promedio y desviación estándar, así como técnicas inferenciales, como pruebas de hipótesis y análisis de regresión.

Además de las técnicas estadísticas, el análisis cualitativo será fundamental para comprender los aspectos cualitativos y subjetivos de los datos recolectados, como las respuestas

de las entrevistas y los análisis de documentos. Dicho análisis, obliga a identificar los temas sobresalientes y repetitivos, los cuales se deben interpretar. Para ello, se utilizará el software especializado de Atlas. Ti.

Limitaciones del estudio

Al llevar a cabo cualquier investigación, es importante reconocer y abordar las posibles limitaciones que puedan afectar los resultados y la interpretación de los hallazgos. En el caso de la viabilidad para crear una empresa de tatuajes en el municipio de Cartago Valle, se deben considerar diversas limitaciones que podrían influir en los resultados obtenidos. Algunas incluyen la disponibilidad limitada de datos históricos y estadísticas sobre la demanda de servicios de tatuajes en el municipio, la falta de participación de todos los grupos demográficos relevantes debido a falta de tiempo y de recursos; asimismo, la posibilidad de sesgos o respuestas sesgadas, por parte de los participantes.

Otra limitación, podría ser la generalización de los resultados, es importante tener en cuenta que este estudio se centra en el municipio de Cartago Valle y sus resultados pueden no ser generalizables a otras regiones o contextos, debido a las diferencias socioculturales, económicas o ambientales que podrían influir en los resultados.

Capítulo IV. Resultados – Hallazgos y Discusión

En este capítulo se presenta el desarrollo de los objetivos específicos de la investigación, es decir, el desglose del objetivo general en metas observables y medibles, que permitan cumplir con el propósito de estudio, crear una empresa de tatuajes denominada Tattoo Júpiter en Cartago, Valle; por tanto, en este apartado se analizan una serie de pasos lógicos, para garantizar que cada objetivo contribuya a demostrar viabilidad técnica, económica y mercadológica de la empresa.

A. Conocimiento de la Estructura del sector al cual pertenece la empresa Tattoo Júpiter reconociendo sus oportunidades y amenazas

El análisis de la estructura del sector es fundamental en la evaluación de la viabilidad para la creación de una empresa, ya que permite comprender los movimientos competitivos y los factores que influyen, directa e indirectamente, en el éxito de las compañías. Por lo tanto, en este capítulo se investigará el sector de los tatuajes, un área que, a primera vista, muestra un crecimiento notable dentro de la industria de la belleza y el bienestar, con el objetivo de identificar los desafíos y oportunidades que enfrentará la futura empresa "Tattoo Júpiter".

Descripción del Sector

El sector de los tatuajes ha experimentado un notable crecimiento a nivel internacional en los últimos años. Según Luengo (2019), "en 1996 había unos 100 estudios en todo el territorio. Hoy día hay más de 300 solo en Madrid y entre 2.500 y 3.000 en todo el país". Este crecimiento significativo demuestra que la industria ha pasado de ser un sector poco valorado a convertirse en una actividad ampliamente aceptada en la cultura actual. A nivel nacional y local, se observa un

fenómeno similar, evidenciado por el aumento de locales o estudios que ofrecen servicios de tatuajes, así como por la diversificación de técnicas y estilos disponibles. Este sector puede segmentarse en varias categorías, que incluyen tatuajes artísticos, tradicionales, temporales, y servicios complementarios como la eliminación de tatuajes.

El análisis del sector se realizó a través de las cinco fuerzas de Porter, este marco estratégico permite evaluar la rentabilidad y competencia, al analizar cada una de las fuerzas: rivalidad competitiva, amenaza de nuevos entrantes, poder de negociación de los proveedores y compradores y amenaza de productos sustitutos, se favorece un amplio panorama competitivo que fundamente la toma de decisiones estratégica para la empresa. A continuación, se detalla cada fuerza:

Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter

El modelo de Porter (2009), permite identificar la estructura competitiva del sector y determinar la intensidad de la competencia. En el caso de Cartago, estas fuerzas se manifiestan de la siguiente forma:

Rivalidad Competitiva. La competencia en el sector del tatuaje en Cartago es alta debido a la cantidad de estudios existentes y la presencia de tatuadores independientes. Esta rivalidad se expresa en factores como:

- Calidad artística:** los clientes buscan estilos específicos y revisan portafolios digitales.
- Precio:** la sensibilidad al precio es alta en ciertos segmentos jóvenes.
- Reputación:** un tatuador con trayectoria puede atraer mayor demanda.
- Experiencia personal del cliente:** ambiente, trato y bioseguridad.

Porter, plantea que, mercados con alta rivalidad tienden a presionar las estrategias de diferenciación. Para Tattoo Júpiter, esto implica la necesidad de posicionarse como un estudio confiable, con altos estándares sanitarios y una experiencia integral.

El crecimiento del sector también ha atraído a actores informales que ejercen sin permisos ni bioseguridad, lo cual aumenta la competencia desleal y pone en riesgo la percepción del mercado. Esto constituye una amenaza para estudios formales, pero también una oportunidad para destacar a través de la profesionalización del servicio.

Amenaza de Nuevos Entrantes. Porter, discute cómo la amenaza de nuevos participantes puede alterar la dinámica de un sector. En el contexto de los estudios de tatuajes, es importante considerar las barreras de entrada, como la inversión inicial, las regulaciones gubernamentales y la lealtad de los clientes existentes. Aunque los costos iniciales para establecer un estudio pueden ser significativos, las barreras de entrada son relativamente bajas, lo que facilita la aparición de nuevos competidores. Desde un enfoque empírico, ingresar en la industria de los tatuajes no es particularmente complejo, ya que cualquier persona con habilidades para dibujar puede intentar incursionar en este ámbito. Sin embargo, la construcción de una sólida reputación como tatuador depende en gran medida de la calidad del trabajo y la confianza que se genera en los clientes. Aunque entrar al sector no resulte difícil, consolidarse en él requiere una destacada reputación profesional. Además, muchos clientes basan sus decisiones en el precio del tatuaje, lo que también influye en la competitividad del mercado.

Poder de Negociación de los Proveedores y compradores. El poder de negociación de los proveedores y compradores en la industria del tatuaje constituye un factor determinante que puede influir significativamente en la rentabilidad de las empresas del sector, tal como lo establece la teoría de las cinco fuerzas de Porter. Según Johnson et al. (2012), el poder de los proveedores

está relacionado con la disponibilidad, calidad y especialización de los insumos ofrecidos; mientras que el poder de los compradores depende de sus niveles de exigencia, preferencias y capacidad de sustituir servicios.

En el municipio de Cartago, el poder de negociación de los proveedores de insumos para tatuajes puede considerarse moderado. Si bien existe una oferta variada de tintas, agujas y equipos, la calidad y exclusividad de ciertos suministros otorgan a algunos proveedores una posición más ventajosa en las negociaciones. Esto obliga a los estudios de tatuajes a seleccionar cuidadosamente sus proveedores, a fin de asegurar productos de alta calidad y mantener la competitividad en el mercado local.

En contraste, los clientes del sector presentan un poder de negociación elevado, debido a la amplia oferta de estudios disponibles y la facilidad para cambiar de proveedor si el servicio no cumple con sus expectativas. Además, la sensibilidad al precio varía entre los diferentes segmentos de consumidores: algunos priorizan costos más bajos, mientras que otros están dispuestos a pagar tarifas superiores a cambio de una experiencia más completa, mayor calidad artística y estándares de bioseguridad más altos.

Amenaza de Productos Sustitutos. La amenaza de productos o servicios sustitutos es un aspecto importante para considerar, según Porter. En este sentido, para Sweetman (1999), en el contexto de los tatuajes, los sustitutos podrían incluir accesorios de moda o el maquillaje artístico actuando como "moda fluida" que sustituye la necesidad de diferenciación visual sin la permanencia del tatuaje. También, podrían ser formas temporales de expresión corporal, como pegatinas o maquillaje artístico. Existen varias opciones para la expresión artística en la piel, como los tatuajes de henna, que ofrecen diseños exclusivos y duran entre una y dos semanas; las pegatinas, que proporcionan múltiples diseños para todas las zonas del cuerpo; y el maquillaje

artístico, que se puede aplicar y remover según se desee para cambiar de diseño. Sin embargo, estas alternativas tienen limitaciones que impiden sustituir por completo a un tatuaje permanente. La experiencia y el deseo de llevar un tatuaje duradero en la piel son incomparables, y no existe un producto sustituto que iguale la permanencia y el impacto emocional que ofrece un tatuaje permanente.

Análisis PESTEL para "Tattoo Júpiter"

El análisis PESTEL es una herramienta clave para evaluar el entorno externo de una empresa, identificando factores Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales que pueden influir en la viabilidad del proyecto. A continuación, se presenta un análisis detallado de cada uno de estos factores en el contexto de la creación de "Tattoo Júpiter", un estudio de tatuajes que operaría en Cartago, Valle del Cauca.

1. Análisis Político (P). En Colombia, el sector del tatuaje está regulado por normativas que buscan asegurar la protección de la salud pública. A nivel nacional, el Ministerio de Salud y Protección Social establece que los estudios de tatuajes deben cumplir con estrictas normas de bioseguridad. Esto incluye el uso de equipos estériles, desechables y capacitación certificada para los tatuadores en técnicas de prevención de infecciones (Ministerio de la Protección Social, 2004).

Adicionalmente, la Alcaldía de Cartago supervisa y emite licencias comerciales para la operación de establecimientos de tatuajes, asegurando que cumplan con los lineamientos locales de salubridad. La gestión política en este sector implica la obtención de permisos previos a la apertura del local, los cuales pueden estar sujetos a revisiones periódicas por parte de las autoridades de salud locales (Ministerio de Salud y Protección Social, 2004).

El ambiente político en Cartago y Valle del Cauca se caracteriza por ser relativamente estable. Sin embargo, cualquier cambio en las regulaciones a nivel nacional, como las leyes de

protección al consumidor o los protocolos sanitarios, podría influir directamente en la operación de un estudio de tatuajes. Estas normativas políticas representan un reto, pero también aseguran una mayor confianza por parte de los clientes al garantizar la seguridad de los procedimientos.

2. Análisis Económico (E). La situación económica de Cartago y la región del Valle del Cauca presenta un panorama mixto. Según el Departamento Nacional de Estadística (DANE, 2023), Cartago ha experimentado un crecimiento moderado en sectores como el comercio y los servicios, lo cual es favorable para nuevos negocios que ofrecen servicios diferenciados como el tatuaje. La tasa de desempleo en la región se ha mantenido en el 10.5%, lo que podría influir en la disposición de los consumidores a gastar en productos y servicios no esenciales, como los tatuajes.

El Banco de la República (2023), reportó una inflación del 9%, lo que ha disminuido el poder adquisitivo de los colombianos. Sin embargo, a medida que la economía se recupera tras los impactos de la pandemia, hay indicios de una creciente demanda en productos y servicios ligados al entretenimiento y la expresión personal, lo que podría beneficiar a "Tattoo Júpiter". El crecimiento económico moderado en Cartago permite anticipar que el público objetivo, principalmente jóvenes entre 18 y 35 años, podría aumentar su gasto en este tipo de servicios. Por otro lado, los costos operativos, como el alquiler del local y los suministros especializados, podrían estar sujetos a variaciones según la estabilidad económica del país. Es importante incluir esto en el análisis financiero de viabilidad.

3. Análisis Social (S). En Colombia, los tatuajes han ganado gran aceptación social en los últimos años, especialmente entre los jóvenes. Según un informe de Radar Consumer Knowledge Group (2024), en el 2022, el 60% de los jóvenes de entre 18 y 35 años en Colombia consideran los tatuajes como una forma de arte y autoexpresión. En Cartago, esta tendencia se ha replicado,

influenciada por la creciente exposición a las redes sociales y a personalidades del entretenimiento que popularizan el arte corporal.

No obstante, todavía existe una cierta resistencia cultural hacia los tatuajes entre generaciones mayores y en contextos más conservadores, algo que puede ser un desafío en ciudades más pequeñas como Cartago. A pesar de esto, la demanda de tatuajes sigue aumentando, con un enfoque en estilos personalizados y artísticos que permiten a las personas expresar su identidad y valores. En este sentido, Tattoo Júpiter puede capitalizar este fenómeno social al ofrecer un servicio de alta calidad y un ambiente seguro y profesional que atraiga a los jóvenes que buscan un medio de autoexpresión a través del arte corporal.

4. Análisis Tecnológico (T). La industria del tatuaje ha experimentado avances tecnológicos significativos en la última década. Las máquinas de tatuaje rotativas son más silenciosas, precisas y livianas, lo que mejora la experiencia tanto para el tatuador como para el cliente (Moe Tattoo Studio, 2023). Además, las tintas veganas y ecológicas, libres de metales pesados, se están volviendo cada vez más populares entre los clientes preocupados por el medio ambiente y por los posibles efectos en la salud (Tattoo Art Forest TAF, 2025).

En el contexto de marketing digital, plataformas como Instagram y Tik Tok, juegan un papel clave en la promoción de los estudios de tatuaje, permitiendo a los artistas mostrar sus trabajos a una audiencia masiva. Tattoo Júpiter, podría aprovechar estas herramientas tecnológicas para construir una base de clientes sólida, mostrando el portafolio de arte del estudio en redes sociales y fomentando la interacción con los seguidores. Además, la innovación tecnológica también incluye la gestión digital de citas, pagos en línea y consultas previas al tatuaje a través de plataformas web, lo que mejora la experiencia del cliente y optimiza la eficiencia operativa del estudio.

5. Análisis Ecológico (E). El impacto ambiental de la industria del tatuaje es un tema cada vez más relevante. En Colombia, los estudios de tatuaje están sujetos a normativas para el manejo de residuos biológicos y desechables peligrosos, como agujas y guantes usados, los cuales deben eliminarse siguiendo protocolos establecidos por el Ministerio de Salud y Protección Social (2004). Además, como se ha mencionado, existe un creciente interés en la utilización de tintas veganas y biodegradables, que no contienen productos químicos dañinos para el medio ambiente ni para el cuerpo humano.

Por consiguiente, Tattoo Júpiter, tiene la oportunidad de diferenciarse como un estudio comprometido con prácticas ecológicas, utilizando materiales reciclables y sostenibles. Esta estrategia podría atraer a una base de clientes consciente del medio ambiente, lo cual representa un nicho de mercado en crecimiento.

6. Análisis Legal (L). El marco legal para los estudios de tatuajes en Colombia está regido por normativas de bioseguridad y protección al consumidor. La resolución 2263 de 2004, establece las normas que deben seguir los establecimientos que ofrecen procedimientos invasivos, como los tatuajes. Estas incluyen la esterilización de equipos, el uso de productos desechables y la obtención de licencias sanitarias (Ministerio de Salud y Protección Social, 2004).

Además, la contratación de empleados en Tattoo Júpiter, estaría sujeta a las leyes laborales colombianas, lo que incluye el pago de salarios justos, afiliación a la seguridad social y el cumplimiento de las normativas de salud y seguridad ocupacional (Ministerio de Trabajo, 2023). Cumplir con estos requisitos no solo garantiza la estabilidad legal del negocio, sino que también contribuye a una reputación positiva entre los empleados y clientes.

Se concluye que, el sector de los servicios de tatuajes en el municipio presenta una estructura dinámica, influenciada por tendencias culturales, sociales y artísticas que han

incrementado su aceptación en los últimos años. Este análisis permitió identificar oportunidades relevantes como el crecimiento sostenido de la demanda, la apertura del mercado hacia estilos innovadores y la baja presencia de estudios con propuestas integrales. Del mismo modo, se reconocieron amenazas asociadas a la informalidad del sector, la alta competencia emergente y la necesidad de cumplir con estrictos protocolos sanitarios. Estos hallazgos permiten comprender que Tattoo Júpiter ingresará a un entorno competitivo, pero con amplias posibilidades de posicionamiento diferenciador.

Hallazgos del análisis del sector

Oportunidades del sector

- Crecimiento sostenido de la demanda juvenil y adulta.
- Mayor aceptación cultural y artística del tatuaje.
- Ausencia de estudios que ofrezcan experiencias integrales (arte + ambiente + sostenibilidad).
- Posibilidad de diferenciarse mediante el uso de tintas ecológicas y protocolos avanzados de bioseguridad.
- Expansión del mercado gracias al marketing digital y redes sociales.
- Tendencia hacia estilos personalizados que permiten especialización.

Amenazas del sector

- Alta competencia formal e informal en Cartago.
- Competidores ambulantes sin regulación (competencia desleal).
- Consumidores sensibles al precio en ciertos segmentos.

- Nuevos tatuadores entrando constantemente al mercado por sus bajas barreras de entrada.
- Cambios en normas de salud pública que pueden aumentar costos de cumplimiento.
- Percepción pública afectada por malas prácticas de estudios informales.

Integración de las herramientas utilizadas

El uso combinado de las herramientas estratégicas permitió comprender la estructura del sector desde diferentes perspectivas:

Con las cinco fuerzas de Porter, se revelaron los niveles de rivalidad, el poder de negociación, las barreras de entrada y la amenaza de sustitutos.

El análisis PESTEL, aportó información clave sobre factores externos como regulaciones sanitarias, condiciones económicas, tendencias sociales y avances tecnológicos.

La descripción del sector permitió contextualizar el crecimiento de la industria y la diversificación de técnicas.

Esta integración permitió obtener una visión completa del entorno en el cual operará Tattoo Júpiter, así como identificar los riesgos y oportunidades clave.

B. Análisis del mercado de las empresas de tatuajes en el municipio de Cartago.

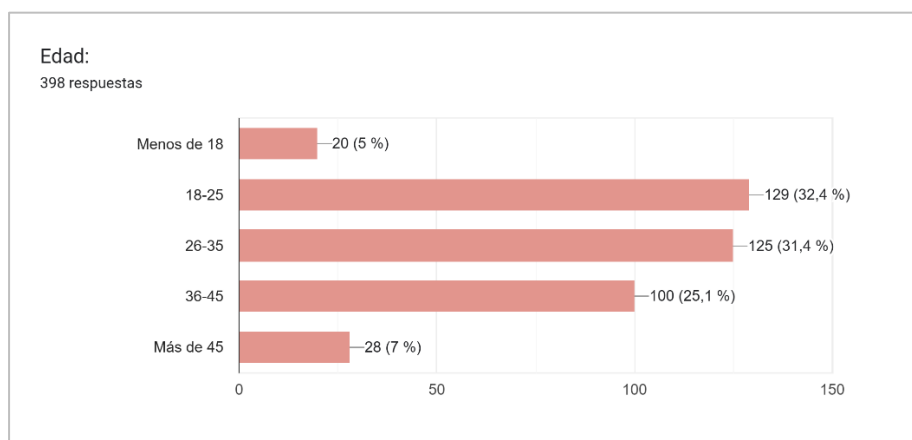
El presente estudio de mercado tiene como propósito evaluar la viabilidad comercial de la empresa Tattoo Júpiter, proyectada para operar en el municipio de Cartago, Valle del Cauca. A través del análisis de la demanda, las preferencias de los consumidores y el comportamiento de la competencia local, se busca determinar el potencial de aceptación del proyecto y establecer estrategias que permitan posicionarlo de manera efectiva en el sector del tatuaje.

Para la identificación del público objetivo se consideraron estadísticas del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2023), las cuales señalan que la mayor concentración poblacional interesada en servicios de arte corporal se encuentra entre los 18 y 35 años, un grupo demográfico caracterizado por su inclinación hacia la autoexpresión, la estética y la adopción de tendencias culturales modernas. De igual forma, estudios de consumo juvenil, evidencian que los jóvenes destinan una parte significativa de sus ingresos a servicios relacionados con la identidad y expresión personal, dentro de los cuales el tatuaje ocupa un lugar relevante (Radar Consumer Knowledge Group, 2024).

Por ello, para llevar a cabo el análisis de mercado se realizó una encuesta en línea, a una muestra de 384 personas residentes de Cartago, arrojando los siguientes resultados:

Figura 6

Rango de Edad



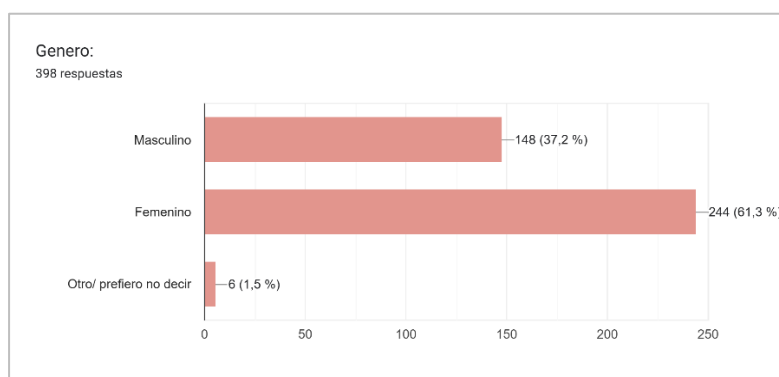
Nota. El gráfico estadístico, corresponde al rango de edad de los participantes, obtenido a través de encuestas por un formulario en línea.

Como se observa en la figura 6, la distribución por rangos de edad muestra que el mayor porcentaje de encuestados se concentra entre los 18 y 25 años (32,4%), seguido por el grupo de 26 a 35 años (31,4%). Esto confirma que los jóvenes adultos, representan el segmento principal del mercado, coherente con las tendencias nacionales de mayor aceptación del tatuaje en esta población. También se observa una participación relevante de adultos entre 36 y 45 años (25,1%), lo que amplía el mercado potencial para la empresa. Los menores de 18 años (5%) y los mayores de 45 años (7%) presentan una participación reducida, como es habitual debido a factores culturales y normativos.

En conjunto, los resultados indican que el público objetivo central de Tattoo Júpiter se ubica entre los 18 y 35 años, lo cual orienta las estrategias comerciales y de posicionamiento del estudio.

Figura 7

Género

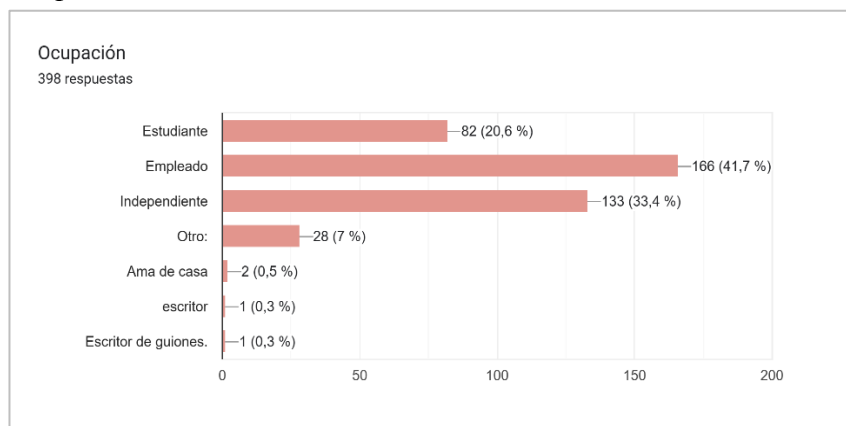


Nota. El gráfico estadístico, corresponde al género de los participantes, obtenido a través de encuestas por un formulario en línea.

Se puede apreciar en la figura 7, que el género predominante es el femenino con un 61,3% del total de encuestas, en comparación con el masculino que fue de, 37, 2%, lo cual hace inferir que en las mujeres el tabú de esta práctica ya ha sido superada y lo ven no solo como una forma de expresión artística, sino de igualdad de género, situación que pueden aprovechar la empresa, para dirigir su mercado con mayor influencia a esta parte de la población.

Figura 8

Ocupación



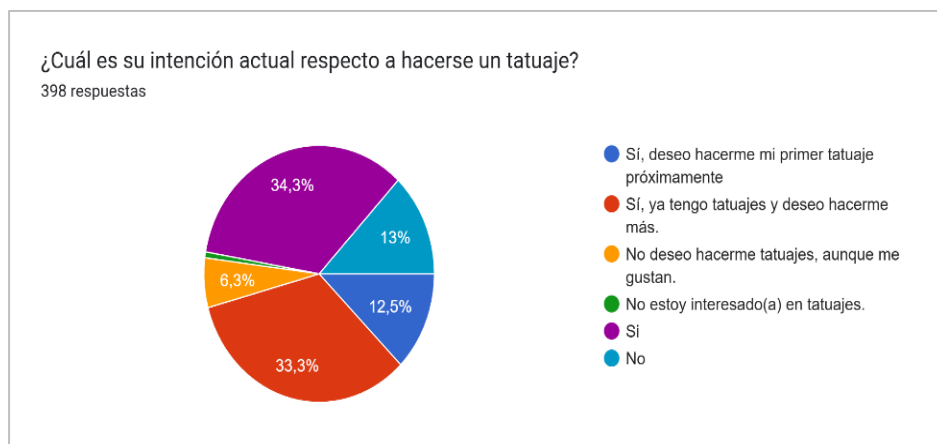
Nota. El gráfico estadístico, corresponde a la ocupación de los participantes, obtenido a través de encuestas por un formulario en línea.

La figura 8, evidencia que la mayor proporción de encuestados pertenece al grupo de empleados (41,7%), seguido por independientes (33,4%) y estudiantes (20,6%). Estos resultados indican que el mercado potencial está compuesto principalmente por personas con ingresos estables y capacidad de pago, lo cual favorece la contratación de servicios como los tatuajes. Además, la participación de estudiantes confirma el interés del público joven por el arte corporal. Las demás categorías representan porcentajes menores, pero reflejan que la demanda es diversa y

no se limita a una sola ocupación. Este perfil ocupacional permite identificar un segmento con posibilidades económicas y afinidad hacia los servicios ofrecidos por Tattoo Júpiter

Figura 9

¿Cuál es su intención actual respecto a hacerse un tatuaje?



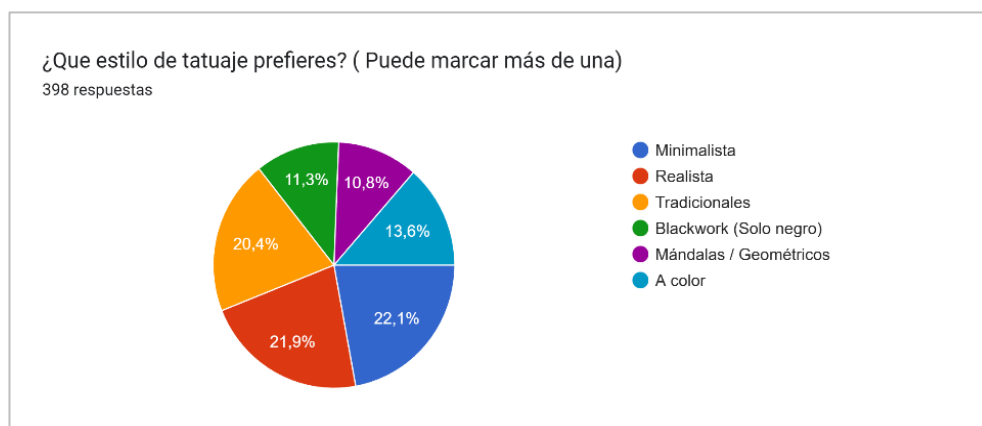
Nota. El gráfico estadístico, corresponde a la intención de los participantes para hacerse un tatuaje, obtenido a través de encuestas por un formulario en línea.

Se observa en la figura 9, que la mayoría de los encuestados ya tiene tatuajes y desea realizarse más (33,3%). Este hallazgo indica una alta disposición de compra dentro de un público con experiencia previa en el servicio, lo cual representa un mercado sólido y recurrente para Tattoo Júpiter. Por otro lado, el 12,5 % manifestó que desea hacerse su primer tatuaje próximamente, lo que evidencia un segmento adicional en crecimiento compuesto por nuevos clientes potenciales. En menor proporción aparecen quienes no desean tatuarse, aunque les gustan (aprox. 6,3%) y quienes no están interesados en los tatuajes, representando un porcentaje mínimo dentro de la muestra.

En general, los resultados permiten concluir que más del 94% de los encuestados tiene una intención positiva hacia hacerse tatuajes, ya sea por primera vez o de manera recurrente, lo que confirma una demanda fuerte y sostenida para la apertura del estudio Tattoo Júpiter.

Figura 10

¿Qué estilo de tatuajes prefieres?



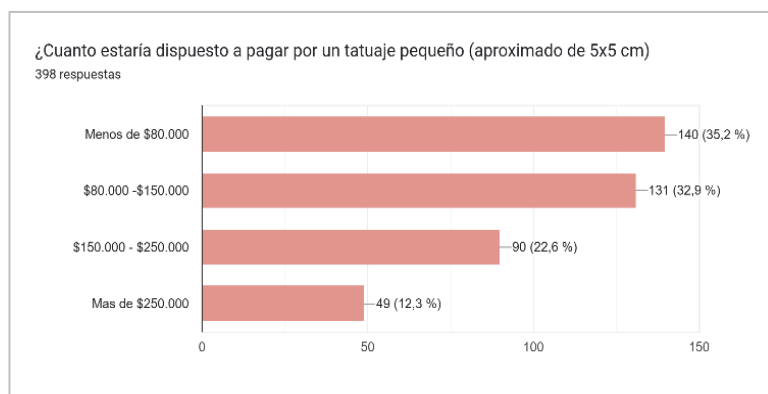
Nota. El gráfico estadístico, corresponde al estilo de tatuaje que prefieren los participantes, obtenido a través de encuestas por un formulario en línea.

Los resultados de la figura 10, evidencian que los estilos más demandados son el minimalista (22,1%) y el realista (21,1%), lo que confirma la preferencia de los consumidores por diseños modernos, detallados y visualmente limpios. En tercer lugar, se encuentran los estilos tradicionales (20,4%), seguidos por el blackwork (11,3%) y los mándalas o geométricos (10,8%), que también mantienen una presencia significativa en el mercado local. Finalmente, el estilo a color (13,6%), muestra una demanda estable, especialmente entre quienes buscan diseños más vibrantes y personalizados. De acuerdo con estos resultados, los clientes tienen gustos diversos, pero con inclinación hacia estilos contemporáneos y versátiles.

Para Tattoo Júpiter, este comportamiento representa la oportunidad de especializarse en líneas finas, realismo y diseños personalizados, porque concentran mayor intención de preferencia dentro del público encuestado.

Figura 11

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un tatuaje pequeño?



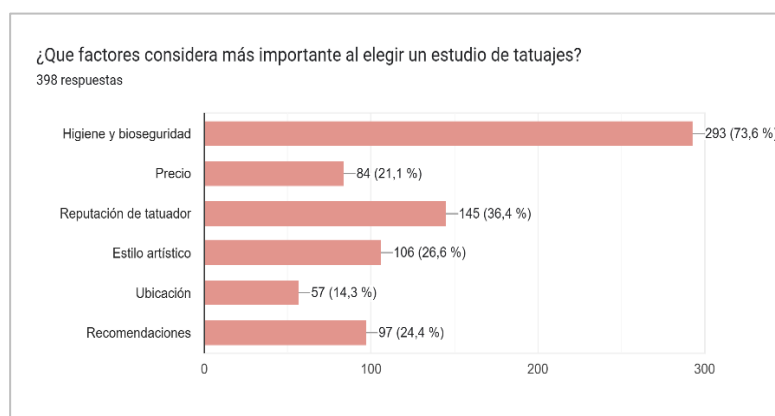
Nota. El gráfico estadístico, corresponde a la disposición de pago por un tatuaje de los participantes, obtenido a través de encuestas por un formulario en línea.

Según la figura 11, la mayor parte de los encuestados estaría dispuesta a pagar entre \$80.000 y \$150.000, por un tatuaje pequeño (32,9%), seguido del grupo que pagaría menos de \$80.000, (35,2%). Esto indica una alta sensibilidad al precio en el mercado local, predominando rangos económicos accesibles. Un 22,6% estaría dispuesto a pagar entre \$150.000 y \$250.000, mientras, el 12,3% asumiría un costo superior a \$250.000, esto representa un segmento reducido que valora factores como exclusividad o estilos más elaborados.

En general, los datos permiten concluir que la disposición de pago se concentra en valores entre \$80.000 y \$150.000, constituyéndose en el rango óptimo para establecer precios competitivos en Tattoo Júpiter sin perder atractivo frente al mercado local.

Figura 12

¿Qué factores considera más importantes al elegir un estudio de tatuajes?



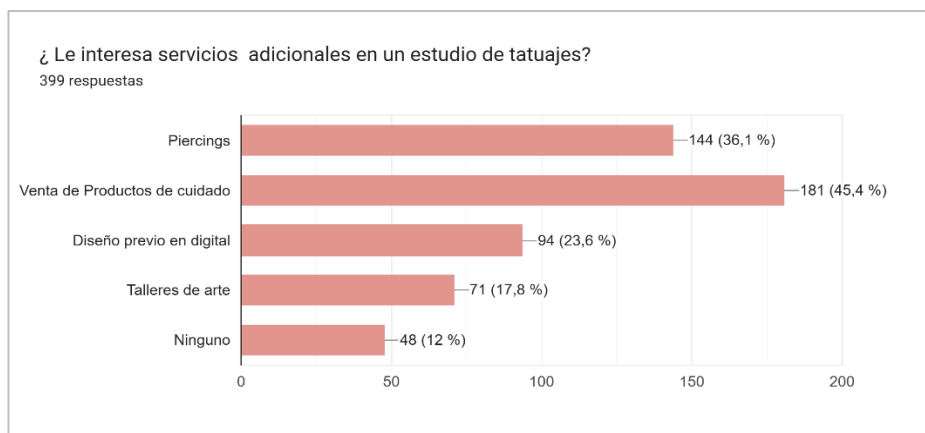
Nota. El gráfico estadístico, corresponde a los principales factores para elegir un estudio de tatuajes según los participantes, obtenido a través de encuestas por un formulario en línea.

Se observa en la figura 12, que la higiene y bioseguridad, es el factor decisivo para los encuestados en un 73,6%, evidenciando la seguridad sanitaria como prioridad al elegir un estudio. Asimismo, la reputación del tatuador (36,4%) indica que, la confianza en la experiencia del profesional influye notablemente en la decisión del cliente. El estilo artístico y las recomendaciones (26,6% cada uno) también son relevantes, lo que destaca la importancia de la calidad visual del trabajo y de la validación social, especialmente a través de redes y referencias. Por otro lado, factores como el precio (21,1%) y la ubicación (14,3%) tienen menor peso, aquí, se infiere que los clientes priorizan calidad y seguridad, sobre aspectos económicos o logísticos.

En síntesis, el mercado valora principalmente la bioseguridad, la reputación y la calidad artística, elementos fundamentales para el posicionamiento estratégico de Tattoo Júpiter.

Figura 13

¿Le interesa servicios adicionales en un estudio de tatuajes?



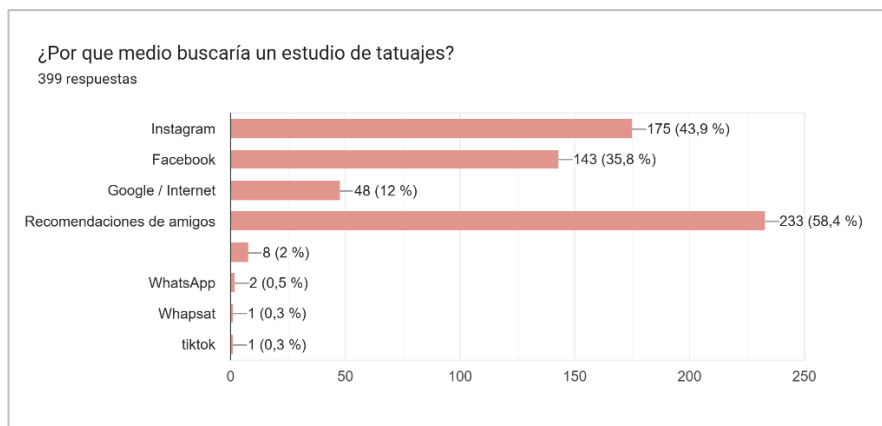
Nota. El gráfico estadístico, corresponde al interés de los participantes por servicios adicionales en un estudio de tatuajes, obtenido a través de encuestas por un formulario en línea.

En la figura 13, se muestra que, los servicios adicionales más valorados son la venta de productos de cuidado (45,4%) y los piercings (36,1%), evidenciando interés por opciones asociadas al mantenimiento y modificación corporal. El diseño previo en digital (23,6%), también destaca como apoyo importante para la toma de decisiones del cliente. En menor proporción, los talleres de arte (17,8%) y quienes no desean servicios adicionales (12%).

En conclusión, la disposición de los participantes a consumir servicios adicionales representa una oportunidad que fortalecería la oferta de Tattoo Júpiter, dado que, las preferencias señaladas, confirma que el modelo de negocio debe evolucionar de la prestación de un servicio único hacia un centro de estética y modificación corporal integral, para maximizar el sostenimiento de la empresa en un entorno competitivo.

Figura 14

¿Por qué medio buscaría un estudio de tatuajes?



Nota. El gráfico estadístico, corresponde al medio de búsqueda del estudio de tatuaje por parte los participantes, obtenido a través de encuestas por un formulario en línea.

Se observa en la figura 14, que los canales más utilizados para buscar un estudio de tatuajes son Instagram con un (43,9%) y las recomendaciones de amigos, ambos con un 58,4%, lo que evidencia la importancia del contenido visual y voz a voz en este sector. Facebook también ocupa un lugar relevante (35,8%), mientras que Google/Internet, registra una menor participación (12%). Por otro lado, WhatsApp presenta porcentajes casi nulos. En conjunto, estos datos indican que Tattoo Júpiter, deberá enfocar su estrategia de promoción en redes sociales, especialmente Instagram, y fortalecer la reputación para favorecer las recomendaciones.

Análisis del cruce de variables del estudio de mercado sobre tatuajes

Cruce 1: Edad * Disposición de pago

El grupo de 18 a 35 años concentra la mayor disposición de pago entre \$80.000 y \$150.000.

Esto indica que el público joven–adulto prioriza accesibilidad sin sacrificar calidad.

Tabla 5*Cruce 1: Edad * Disposición de pago*

Edad	Rango de pagos dominantes	Lectura estratégica
18-25	\$80.000 - \$150.000	Ideal para tatuajes pequeños y promociones
26-35	\$120.000 - \$250.000	Acepta pagar más por diseño y reputación
36-45	\$150.000 - \$250.000	Prefiere calidad y confianza

Nota. Tabla elaborada para el análisis del cruce de las variables rango de edad y disposición

de pago.

Cruce 2: Género * Estilo de tatuajes

El predominio femenino se relaciona directamente con la preferencia por estilos minimalistas y realistas, asociados a estética, simbolismo y delicadeza.

Tabla 6*Cruce 2: Género * Estilo de tatuajes*

Género	Estilo predominante	Implicación comercial
Femenino	Minimalista, Realista	Alta rotación, piezas delicadas
Masculino	Tradicional, Blackwork	Mayor tamaño y contraste

Nota. Tabla elaborada para el análisis del cruce de las variables género y estilo de tatuajes.**Cruce 3: Ocupación por intención de tatuaje**

Las personas con ingresos propios muestran mayor intención de tatuarse y repetir el servicio, lo que garantiza recurrencia y estabilidad comercial

Tabla 7*Cruce 3: Ocupación por intención de tatuaje*

Ocupación	Intención	Conclusión
Empleado	Alta	Cliente estable
Independiente	Muy alta	Acepta personalización
Estudiante	Media	Sensibles a promociones

Nota. Tabla elaborada para el análisis del cruce de las variables ocupación e intención de tatuaje.

Cruce 4: Factores de Elección y precio

Aunque el precio es relevante, los encuestados priorizan higiene y reputación, lo que permite una estrategia basada en reputación.

Tabla 8*Cruce 4: Factores de Elección y precio*

Factor	Peso	Impacto en precio
Higiene	Muy alto	Permite Justificar precios
Reputación	Alto	Fideliza Clientes
Precio	Medio	No es decisivo

Nota. Tabla elaborada para el análisis del cruce de las variables factores de elección y precio.

El presente análisis se fundamenta en el cruce de variables sociodemográficas, conductuales y económicas obtenidas a partir de una muestra de 384 personas, con el objetivo de identificar patrones de consumo, preferencias estéticas y factores determinantes en la elección de servicios de tatuaje.

1. Cruce entre edad y disposición de pago

El cruce entre la variable edad y la disposición de pago evidencia una relación directa entre el ciclo vital del encuestado y su capacidad y voluntad de inversión en servicios de tatuaje. El segmento comprendido entre los 18 y 35 años concentra la mayor proporción de la muestra y presenta una disposición predominante a pagar entre \$80.000 y \$150.000 COP por tatuajes de pequeño formato.

Este comportamiento sugiere que el público joven-adulto prioriza la accesibilidad económica sin renunciar a la calidad técnica y estética del servicio. Por su parte, el grupo de 36 a 45 años muestra una mayor tolerancia a rangos de precio superiores, lo que puede asociarse a una mayor estabilidad económica y a una valoración más alta de la experiencia, la confianza y la durabilidad del trabajo artístico.

En términos generales, este cruce confirma que el rango etario no solo determina la frecuencia del consumo, sino también el umbral de aceptación del precio.

2. Cruce entre género y estilo de tatuaje

El análisis cruzado entre género y estilos de tatuaje preferidos revela una correlación significativa entre la composición mayoritariamente femenina de la muestra y la preferencia por estilos minimalistas y realistas. Estos estilos se caracterizan por líneas finas, composiciones delicadas y una fuerte carga simbólica.

En contraste, el segmento masculino presenta una inclinación relativa hacia estilos tradicionales y blackwork, los cuales incorporan mayor contraste visual y una estética más robusta. Este cruce permite inferir que las preferencias estilísticas no responden únicamente a tendencias artísticas, sino también a construcciones culturales vinculadas al género.

3. Cruce entre ocupación e intención de tatuarse

El cruce entre ocupación e intención de tatuarse muestra que los encuestados con ingresos propios presentan una intención significativamente más alta de realizarse tatuajes de manera recurrente. Este grupo concentra mayor capacidad de pago y disposición a invertir en personalización y servicios complementarios.

Por su parte, el grupo de estudiantes presenta una mayor sensibilidad al precio, lo que sugiere una demanda condicionada por promociones o formatos de menor costo.

4. Cruce entre factores de elección y percepción del precio

Los resultados indican que la higiene y la bioseguridad constituyen el principal criterio de decisión, seguidos por la reputación del tatuador y el estilo artístico, mientras que el precio ocupa una posición secundaria.

Este hallazgo sugiere que el valor percibido se construye más a partir de factores intangibles como la confianza y la calidad, que del costo monetario directo.

5. Análisis integrador

El análisis conjunto permite identificar un perfil de consumidor joven-adulto, mayoritariamente femenino, con ingresos propios, interesado en tatuajes de estilo limpio y simbólico, dispuesto a pagar precios medios siempre que perciba altos estándares de higiene, profesionalismo y confianza.

El cruce de los datos, confirma que las decisiones de consumo responden a una combinación de factores sociodemográficos, económicos y perceptuales. La edad y la ocupación

influyen en la disposición de pago, el género incide en la preferencia estética y los factores de confianza superan al precio como criterio de elección.

Análisis de la Demanda

El crecimiento en la demanda de tatuajes ha sido impulsado por la aceptación social y cultural que este arte ha ganado en Colombia en los últimos años. En Cartago, el segmento juvenil representa una oportunidad clave para "Tattoo Júpiter". De acuerdo con el DANE (2023), el grupo de jóvenes en Cartago crece a una tasa anual del 3.2%, lo que implica un mercado en expansión. Por otro lado, “la industria mundial del tatuaje supera los US\$2.200 millones y en Colombia crece entre los jóvenes” (Villamizar, 2025). Por tanto, el sector del tatuaje en América Latina ha experimentado un amplio crecimiento, en gran parte debido al aumento en la demanda por parte de los jóvenes adultos.

Además, la influencia de las redes sociales, como, Facebook, Instagram y Tik Tok, ha jugado un papel fundamental en la normalización del tatuaje como forma de autoexpresión. De acuerdo con el informe de We Are Social.com (2023), el 75% de los jóvenes son influenciados por redes sociales para decisiones relacionadas con la moda y el arte corporal, esto valida el canal de adquisición de clientes y justifica la inversión en herramientas digitales, que actúan como el escaparate, y, en el contexto de los tatuajes, la capacidad de los estudios para ofrecer una previsualización digital profesional es lo que convierte esa influencia y potencia el servicio, en productos altamente compartibles, generando un ciclo de marketing orgánico donde el cliente se convierte en embajador de la marca.

A continuación, en la tabla 9, se describe el análisis cualitativo de las entrevistas realizadas a los tatuadores de Cartago, Valle.

Tabla 9*Análisis cualitativo de entrevistas a tatuadores locales de Cartago, Valle*

Categoría	Fragmentos de respuesta	Interpretación
Demanda del servicio	“Los tatuajes han dejado de ser un tabú para muchas personas... existe una mayor aceptación social.” (Moro Hoyos). / “La demanda por los tatuajes ha mejorado mucho ya que no ha sido tan criticada últimamente.” (Yeferson Borrero).	Se evidencia una creciente aceptación social y cultural del tatuaje, lo cual ha incrementado la demanda del servicio en Cartago. El tatuaje se percibe cada vez más como una forma de arte y expresión personal.
Estilos más solicitados	“El estilo más solicitado es el que esté de moda.” (Moro Hoyos). / “El estilo más apetecido es el realismo sombras.” (Yeferson Borrero). / “Los estilos más solicitados son el realismo, blackwork y línea fina.” (Yustin).	Los clientes suelen guiarse por tendencias artísticas y muestran preferencia por estilos como el realismo y el blackwork, considerados más estéticos y duraderos.
Dificultades del sector	“Competencia creciente y saturación... el auge de tatuadores independientes complica la rentabilidad.” (Moro Hoyos). / “Las dificultades son los permisos para el negocio.” (Yeferson Borrero). / “El mal manejo de los ingresos y la falta de control de gastos afecta la estabilidad del estudio.” (Yustin).	Las principales dificultades son de tipo económico, legal y administrativo, reflejando una necesidad de formalización y planificación financiera en el sector del tatuaje local.
Aspectos valorados por los clientes	“La gente se inclina más por el que cobre menos, pero también valoran la presentación del estudio y la comodidad.” (Moro Hoyos). / “Valoran mucho la economía y el resultado del trabajo.” (Yeferson Borrero). / “Calidad, compromiso, buena asepsia y profesionalismo.” (Yustin).	Los clientes priorizan el precio, pero también consideran la calidad, higiene y ambiente del estudio, lo que resalta la importancia de ofrecer servicios confiables y seguros.
Oportunidades de innovación	“Transformar el estudio en una experiencia artística completa.” (Moro Hoyos). / “No estancarse en el arte, adaptarse a nuevos estilos.” (Yustin).	Existen oportunidades para innovar en la experiencia del cliente, la personalización del servicio, el uso de técnicas sostenibles y la actualización artística constante.

Nota. Elaboración propia, a partir de entrevistas realizadas a tatuadores locales de Cartago, Valle del Cauca (2025).

Análisis Competitivo

Actualmente, en Cartago operan al menos 7 estudios de tatuajes establecidos. A través de un análisis en redes sociales y entrevistas locales, se identificaron las siguientes características de la competencia:

Estudio A: Especializado en tatuajes tradicionales y realistas, cobra entre \$100,000 y \$200,000 COP por hora de trabajo.

Estudio B: Con un enfoque en tatuajes minimalistas, cobra precios fijos según el tamaño del diseño.

Estudio C: Ofrece promociones y descuentos para estudiantes, y maneja una amplia gama de estilos, desde tatuajes en color hasta diseños personalizados.

A pesar de la competencia existente, ninguno de estos estudios se ha centrado en el uso de tintas ecológicas o en un enfoque personalizado artístico, lo que representa una oportunidad de diferenciación para "Tattoo Júpiter".

Fortalezas y debilidades de la competencia

Fortalezas: Amplia experiencia y buena reputación en la comunidad.

Debilidades: Falta de innovación en estilos y en los materiales utilizados, como el uso de tintas ecológicas y servicios personalizados.

Análisis de Precios

El análisis de los competidores revela que los precios en los estudios de tatuajes de Cartago oscilan entre los \$100,000 y \$250,000 COP por hora de trabajo, dependiendo de la complejidad

del diseño y la experiencia del tatuador. Para mantenerse competitivo, se propone que "Tattoo Júpiter" ofrezca:

Tatuajes pequeños: Entre \$80,000 y \$120,000 COP.

Tatuajes medianos o personalizados: Entre \$150,000 y \$250,000 COP.

Promociones: Descuentos para estudiantes o clientes frecuentes.

Esta política de precios competitiva, junto con una oferta artística de calidad y personalización, permitirá a "Tattoo Júpiter" captar una base de clientes sólida.

Canales de Promoción

Dado que el público objetivo de "Tattoo Júpiter" es joven y activo en redes sociales, es esencial utilizar plataformas como Instagram y Facebook para promocionar el trabajo del estudio. Según el informe de Statista (2024), Instagram es la red más popular entre jóvenes colombianos para seguir tendencias y tomar decisiones de consumo.

Se recomienda realizar publicaciones constantes que muestren el trabajo de los tatuadores, interactuar con clientes mediante encuestas y publicaciones en historias, así como implementar una estrategia de marketing digital basada en el voz a voz, y colaboraciones con microinfluencers locales.

El estudio de mercado demuestra que existe una creciente demanda de tatuajes en Cartago, especialmente entre los jóvenes de 18 a 35 años. Aunque el entorno competitivo es moderado, "Tattoo Júpiter" puede diferenciarse a través de la personalización, el uso de tintas ecológicas y una sólida presencia en redes sociales. Este enfoque único permitirá al estudio atraer a clientes conscientes de la calidad artística y del impacto ambiental, asegurando así un lugar en el mercado local.

C. Desarrollo de las bases para la Estructura y Gestión Administrativa de la Empresa

Tattoo Júpiter.

Tipo de empresa

Tattoo Júpiter se constituye como una empresa de persona natural, en la cual el propietario asume directamente la representación legal, la administración y la responsabilidad sobre las obligaciones financieras y jurídicas. Esta modalidad resulta adecuada para el inicio de operaciones, ya que simplifica los trámites legales y permite una gestión más ágil de los recursos.

Tamaño de la empresa

De acuerdo con su capacidad operativa, la empresa se clasifica como de pequeña escala, con una producción estimada de 23 tatuajes mensuales. Este volumen refleja un modelo de negocio en etapa de consolidación, caracterizado por la atención personalizada y el énfasis en la calidad del servicio, antes que en la producción masiva.

Estructura organizacional

La estructura organizacional corresponde a un esquema funcional y jerárquico, que busca optimizar la división de responsabilidades y garantizar la eficiencia operativa.

Organigrama propuesto:

Propietario / Administrador General

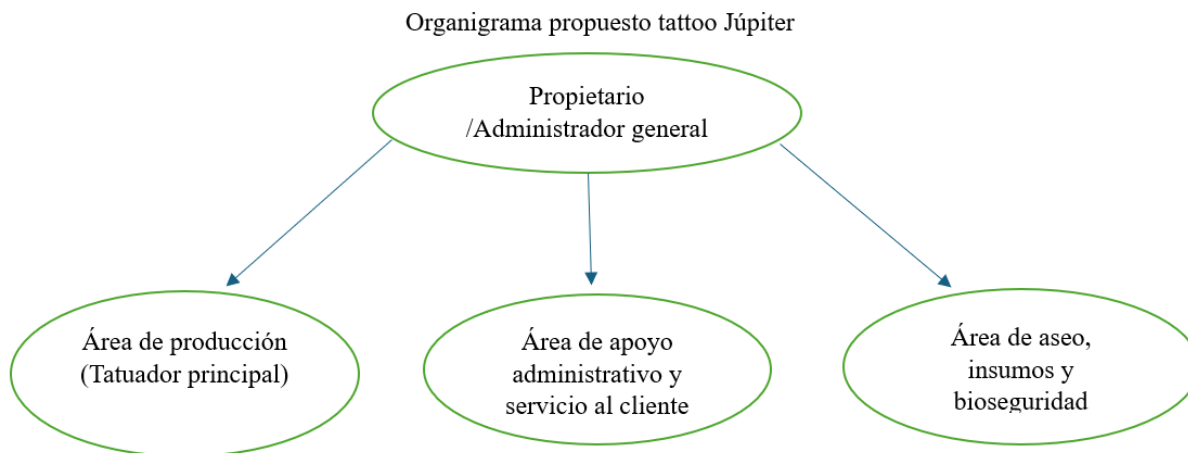
Área de Producción (Tatuador Principal)

Área de Apoyo Administrativo y Servicio al Cliente

Área de Aseo, Insumos y Bioseguridad

Figura 15

Organigrama propuesto para Tattoo Júpiter



Nota. Elaboración propia con base en la estructura organizacional de la empresa.

Manual de funciones por área:

Propietario / Administrador General

Funciones principales

- Dirigir la planeación estratégica del estudio.
- Gestionar los recursos financieros, humanos y materiales.
- Representar legalmente a la empresa ante entidades públicas y privadas.
- Supervisar el cumplimiento de los protocolos de bioseguridad y normas sanitarias.
- Aprobar la compra de insumos, equipos y materiales.
- Velar por la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.

Perfil requerido:

- Formación técnica o profesional en administración, mercadeo o áreas afines.
- Conocimientos en gestión financiera básica.
- Competencias en liderazgo, toma de decisiones y resolución de conflictos.

Riesgos del cargo:

- Estrés por toma de decisiones.
- Riesgo administrativo por manejo de información financiera.
- Riesgo legal por incumplimiento de normativas sanitarias o laborales.

Área de Producción (Tatuador Principal)**Funciones principales:**

- Diseñar y ejecutar tatuajes personalizados de acuerdo con la solicitud del cliente.
- Aplicar procedimientos de higiene y bioseguridad de acuerdo con la normativa vigente.
- Realizar diseños digitales previos cuando sea necesario.
- Registrar la información técnica del tatuaje (tipo de tinta, lote, aguja, fecha).
- Brindar asesoría sobre cuidados posteriores del tatuaje.
- Mantener el área de trabajo en óptimas condiciones.

Perfil requerido:

- Experiencia mínima de 1 a 2 años como tatuador profesional.
- Certificación en bioseguridad y manipulación de elementos invasivos.
- Habilidades artísticas en dibujo, colorimetría y técnicas de sombreado.
- Manejo de herramientas digitales como Procreate o Illustrator.

Riesgos laborales:

- Exposición a fluidos biológicos.
- sesiones osteomusculares por posturas prolongadas.
- Riesgo de pinchazos accidentales.
- Estrés visual debido a tareas de precisión.

Medidas preventivas:

- Uso obligatorio de EPP.
- Pausas activas cada 45 minutos.
- Iluminación regulada y ambiente ergonómico.

Área de Apoyo Administrativo y Servicio al Cliente**Funciones principales:**

- Gestionar la agenda de citas y el contacto con los clientes.
- Administrar redes sociales y campañas de marketing digital.
- Llevar el registro contable básico (ingresos, egresos, inventarios).
- Realizar procesos de facturación y control de caja.
- Atender consultas y solicitudes de clientes.
- Apoyar procesos de compra y proveedores.

Perfil requerido:

- Formación técnica en administración, contabilidad o mercadeo.
- Manejo de herramientas digitales, facturación electrónica y atención al cliente.
- Excelente comunicación, organización y habilidades de servicio.

Riesgos laborales:

- Fatiga visual por uso constante de computadores.
- Estrés por contacto con clientes.
- Riesgo de errores administrativos.

Área de aseo, insumos y bioseguridad**Funciones principales:**

- Realizar la limpieza y desinfección del área antes y después de cada servicio.
- Organizar y controlar el inventario de insumos.
- Verificar fechas de vencimiento y condiciones de almacenamiento.
- Gestionar residuos peligrosos de acuerdo con la normativa.
- Preparar el espacio y apoyar al tatuador en labores básicas no invasivas.

Perfil requerido:

- Formación básica en manipulación de insumos y limpieza técnica.
- Capacitación en manejo de residuos peligrosos.
- Organización, responsabilidad y atención al detalle.

Riesgos laborales:

- Exposición a productos químicos.
- Riesgo de contacto con residuos cortopunzantes.
- Afecciones respiratorias si no se usan mascarillas adecuadas

Competencias transversales requeridas

- Para garantizar un desempeño adecuado en cada uno de los cargos de Tattoo Júpiter, se definen las siguientes competencias transversales, aplicables a todas las áreas del estudio:
- **Comunicación asertiva:** capacidad para interactuar de manera clara y respetuosa con clientes y compañeros.
- **Trabajo en equipo:** disposición para colaborar en las tareas operativas y administrativas.
- **Responsabilidad ética:** manejo cuidadoso de la información, insumos y recursos del estudio.
- **Orientación al cliente:** actitud de servicio, acompañamiento y cordialidad.
- **Manejo del estrés:** capacidad para responder adecuadamente ante situaciones de alta demanda.
- **Puntualidad y disciplina:** cumplimiento de horarios, citas y procedimientos establecidos.
- **Adaptación al cambio:** apertura a actualizaciones técnicas, nuevas regulaciones o ajustes administrativos.

Responsabilidades legales por cargo

- Con el fin de asegurar el cumplimiento normativo, se establecen las responsabilidades legales específicas para cada área:

Propietario / Administrador General

- Velar por el cumplimiento de la normativa sanitaria establecida en la Resolución 1441 de 2013.
- Garantizar el manejo y disposición adecuada de residuos peligrosos según la Resolución 1164 de 2002.
- Cumplir con los requisitos de funcionamiento establecidos en el Decreto 780 de 2016.
- Hay que asegurar que la empresa cumpla con obligaciones tributarias y de facturación de acuerdo con lineamientos DIAN.
- Supervisar el cumplimiento de la Ley 1581 de 2012 de protección de datos personales.

Tatuador Principal

- Cumplir con los protocolos de bioseguridad establecidos en la Resolución 1441 de 2013.
- Realizar la correcta clasificación, almacenamiento y disposición de residuos cortopunzantes conforme a la Resolución 1164 de 2002.
- Registrar cada procedimiento conforme lo exigen las normas sanitarias vigentes.
- Asegurar el uso exclusivo de insumos estériles y desechables.
- Cumplir la normatividad en procedimientos invasivos establecida por el Ministerio de Salud.

Área Administrativa y Servicio al Cliente

- Cumplir con los lineamientos de facturación electrónica emitidos por la DIAN.
- Aplicar la Ley 1581 de 2012 sobre el manejo de datos personales.
- Garantizar la custodia segura de la información financiera, comercial y de clientes.
- Dar cumplimiento a la normatividad en atención al usuario (Ley 1480 de 2011).

Área de Aseo, Insumos y Bioseguridad

- Dar cumplimiento a los protocolos de limpieza establecidos por el Ministerio de Salud.
- Manejar residuos peligrosos según Resolución 1164 de 2002.
- Verificar el cumplimiento de normas de seguridad ocupacional (Decreto 1072 de 2015).
- Aplicar los instructivos internos de desinfección, esterilización y organización del espacio.

Conclusión del manual de funciones

El manual de funciones de Tattoo Júpiter establece de manera clara y detallada las responsabilidades, perfiles, competencias y obligaciones de cada área, incorporando elementos técnicos, operativos y legales que garantizan una gestión organizada, segura y alineada con la normativa vigente. Esta estructura fortalece la eficiencia del estudio, minimiza riesgos y contribuye al cumplimiento de los estándares exigidos para la práctica profesional del tatuaje en Colombia.

Gestión administrativa

La gestión administrativa de Tattoo Júpiter se fundamenta en los procesos clásicos de planeación, organización, dirección y control, los cuales aseguran orden y eficiencia en la operación empresarial.

Planeación: definir objetivos de corto, mediano y largo plazo que permitan el crecimiento del negocio y su posicionamiento en el mercado local.

Organización: distribuir funciones y responsabilidades entre las áreas, garantizando el uso adecuado de los recursos disponibles.

Dirección: orientar y motivar al personal mediante un liderazgo participativo y comunicación efectiva.

Control: implementar indicadores de desempeño, tales como número de tatuajes realizados, satisfacción del cliente y cumplimiento de protocolos de bioseguridad.

Políticas administrativas

Tattoo Júpiter adoptará las siguientes políticas internas:

- **Política de calidad:** ofrecer tatuajes personalizados con altos estándares de técnica e higiene.
- **Política de atención al cliente:** garantizar un servicio caracterizado por la confianza, la transparencia y el respeto.
- **Política de sostenibilidad:** incorporar progresivamente insumos ecológicos (tintas, productos de limpieza biodegradables, guantes sostenibles), con el fin de minimizar el impacto ambiental y reducir el rastro contaminante.
- **Política de seguridad:** cumplir estrictamente con los protocolos de bioseguridad en todos los procedimientos.

La estructura y gestión administrativa de Tattoo Júpiter se fundamenta en la simplicidad, la eficiencia y la sostenibilidad. Al constituirse como empresa de persona natural y clasificarse como pequeña, se garantiza una organización flexible y eficiente. La definición clara de roles, acompañada de políticas de calidad, seguridad y sostenibilidad, contribuye a la consolidación de un Modelo empresarial responsable y competitivo dentro del mercado local.

D. Establecimiento del Soporte Técnico para la Empresa de Tatuajes Tattoo Júpiter

El soporte técnico es un componente esencial en la viabilidad de un estudio de tatuajes, dado que determina la calidad del servicio, la seguridad del cliente y la eficiencia de los procesos internos. Un plan de soporte técnico sólido permite que la empresa cumpla con la normativa sanitaria vigente, se adapte a las tendencias del mercado y garantice experiencias seguras y satisfactorias para los usuarios.

Infraestructura y ubicación

La empresa se proyecta como un establecimiento de tamaño mediano (60–80 m²), con distribución funcional que incluya: recepción, sala de espera, cabinas de tatuaje, área de esterilización, oficina administrativa y un espacio de descanso para el personal.

Uno de los factores más relevantes es la iluminación, ya que impacta directamente en la precisión del trabajo artístico y en la seguridad del procedimiento. Es por ello, según Wan (2025), que la Administración de Seguridad y Salud Ocupacional (OSHA), recomienda para los espacios donde se manipulan materiales biológicos, contar con iluminación uniforme, sin sombras y con una intensidad mínima de 500 lux en iluminación general, y entre 1000 y 1500 lux en iluminación focal. Además, para los niveles de luz, reconoce el uso de lámparas LED regulables con brazos móviles y temperatura de color entre 5000K y 6500K favorece la percepción real de los colores y reduce la fatiga visual, de acuerdo con los estándares de mejores prácticas de la industria Illuminating Engineering Society (IES).

De igual manera, la infraestructura debe garantizar una ventilación adecuada, con sistemas de extracción de aire o ventanas que permitan recambios de aire por hora, lo cual disminuye la concentración de contaminantes. El Ministerio de Salud y Protección Social de Colombia (2019)

establece que los establecimientos de procedimientos invasivos deben cumplir con estándares de aire limpio y control de partículas.

Finalmente, la insonorización también resulta importante, dado que el uso prolongado de máquinas de tatuaje puede generar contaminación acústica que afecta tanto al tatuador como al cliente. La inclusión de materiales absorbentes en paredes y techos permite un ambiente más confortable y profesional.

Equipos y tecnología

El equipamiento técnico de un estudio de tatuajes debe cumplir con criterios de calidad, durabilidad y certificación sanitaria. Entre los principales equipos se encuentran:

Máquinas de tatuaje: Se recomiendan las rotativas de marcas como Cheyenne y Bishop Rotary, por su precisión, menor vibración y facilidad de esterilización. También son utilizadas las de bobina, aunque presentan mayor desgaste mecánico.

Autoclaves de vapor: Esenciales para la esterilización de instrumental. Se destacan marcas como Tuttnauer y Midmark, reconocidas en el sector médico.

Tintas certificadas: Es indispensable el uso de pigmentos aprobados por la FDA y regulados por la Unión Europea, como Eternal Ink, Intenze, Radiant Colors y World Famous Tattoo Ink. Estas últimas incluyen líneas veganas y ecológicas, fabricadas sin subproductos animales, lo que responde a la creciente demanda de sostenibilidad y seguridad dermatológica (FDA, 2019).

Mobiliario ergonómico: Camillas hidráulicas ajustables, sillas con soporte lumbar y mesas auxiliares. Estas características garantizan comodidad para el cliente y reducen la fatiga postural del tatuador.

Insumos desechables: Agujas estériles de un solo uso, guantes de nitrilo sin talco, mascarillas, papel barrera y dermógrafos desechables, que reducen el riesgo de infecciones cruzadas (Ministerio de Salud, 2019).

Herramientas digitales: Tabletas con programas como Procreate o Adobe Illustrator para el diseño previo de tatuajes, y software de gestión empresarial que permita facturación electrónica, registro de citas y control de inventario.

Procedimientos técnicos y de bioseguridad

El éxito técnico de un estudio de tatuajes depende de la aplicación rigurosa de protocolos de bioseguridad. El flujo de procedimiento recomendado incluye:

- Recepción del cliente y diligenciamiento del consentimiento informado.
- Preparación del área: limpieza de superficies con desinfectantes aprobados.
- Esterilización del instrumental: uso de autoclaves con pruebas biológicas para validar su eficacia.
- Uso de equipo estéril y barreras de protección: guantes, mascarillas, campos desechables.
- Aplicación del tatuaje siguiendo normas de asepsia.
- Limpieza final del área de trabajo y desecho de residuos cortopunzantes en contenedores rígidos, según Resolución 1164 de 2002 de MinSalud.
- Registro de la sesión: tinta utilizada, lote, tipo de aguja, fecha de esterilización.

La evidencia científica muestra que las complicaciones más frecuentes en tatuajes se relacionan con infecciones cutáneas, alergias y transmisión de virus como hepatitis B, C o VIH, derivadas de prácticas inadecuadas de higiene (Llamas y Morales 2023). Por ello, la observancia estricta de estos protocolos es indispensable.

Capacitación y soporte humano

El talento humano constituye un eje fundamental del soporte técnico. Los tatuadores deben contar con formación integral en:

Técnicas artísticas: estilos, sombreado, colorimetría.

Bioseguridad y control de infecciones: certificaciones avaladas por el SENA u otras entidades acreditadas.

Primeros auxilios: manejo de lipotimias, reacciones alérgicas o hemorragias leves.

Herramientas digitales: uso de software de diseño e ilustración.

La formación continua también es indispensable, dado que la industria del tatuaje evoluciona constantemente. La participación en congresos internacionales, ferias y capacitaciones virtuales permite al personal mantenerse actualizado y ofrecer un servicio diferenciado. Adicionalmente, el personal administrativo requiere capacitación en atención al cliente, facturación electrónica y manejo de software empresarial, lo que garantiza un soporte técnico integral tanto en la parte artística como en la gestión del negocio.

E. Determinación de la viabilidad económica y financiera del proyecto

La viabilidad económica, representa un componente fundamental dentro del estudio de factibilidad de cualquier iniciativa empresarial, ya que permite analizar si los recursos financieros disponibles y las proyecciones de ingresos son suficientes para garantizar la puesta en marcha y sostenibilidad del negocio a lo largo del tiempo. En el caso del estudio de tatuajes “Tattoo Júpiter”, este objetivo se orienta a examinar de manera rigurosa todos los elementos que conforman su estructura económica, con el fin de establecer si el proyecto es rentable y si cuenta con la solidez necesaria para su ejecución en el contexto local de Cartago, Valle del Cauca.

En una primera fase, se llevó a cabo la identificación y estimación de los costos de inversión inicial, los cuales comprenden la adquisición de equipos profesionales de tatuaje, mobiliario especializado, materiales certificados, elementos de bioseguridad, adecuación del espacio físico, obtención de licencias y recursos, destinados a estrategias de promoción. Este proceso permitió calcular con precisión el monto total del capital requerido para la apertura del negocio, asegurando que las proyecciones económicas se ajusten a las condiciones reales del mercado objetivos.

Figura 16

Presupuesto de Inversión

Presupuesto de inversion				
Detalle	Unidad	Cantidad	V.unitario	V.total
ACTIVOS FIJOS				
Maquinaria y equipo				
Maquina de tatuar de bobinas rotativa marca airon fux max	Unidad	1	\$ 4.300.000	\$ 4.300.000
Maquina de tatuar de bobinas rotativa marca airon fux max generica	Unidad	1	\$ 1.400.000	\$ 1.400.000
Maquina de tatuar rotatiba Chellen	Unidad	1	\$ 4.800.000	\$ 4.800.000
Baterias inalamblicas	unidad	2	\$ 1.500.000	\$ 3.000.000
Aire acondicionado Olimpi	unidad	1	\$ 1.600.000	\$ 1.600.000
Impresora termica Brother	Unidad	1	\$ 900.000	\$ 900.000
Total maquinaria y equipo				\$ 16.000.000
Muebles y enseres				
Camilla hidraulica	Unidad	1	\$ 5.200.000	\$ 5.200.000
Apollabrazo premio	unidad	1	\$ 440.000	\$ 440.000
Silla de escritorio cliente	Unidad	1	\$ 200.000	\$ 200.000
silla de escritorio personal	Unidad	1	\$ 180.000	\$ 180.000
Escritorio	Unidad	1	\$ 100.000	\$ 100.000
Espejo y cajoneras	Unidad	1	\$ 320.000	\$ 320.000
Impresora para papel	unidad	1	\$ 400.000	\$ 400.000
Computador	unidad	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
mesa de trabajo	unidad	1	\$ 120.000	\$ 120.000
Kit de trabajo de 2 tintas de 8onzas	Unidad	1	\$ 450.000	\$ 450.000
Kit de trabajo de 2 tintas de 1 onza	Unidad	1	\$ 100.000	\$ 100.000
Kit de agujas de cartucho para lineas por 20 de 9 y 11	Unidad	1	\$ 70.000	\$ 70.000
Kit de agujas de cartucho para somnras y rellenos por 20 de 9,11,13,15,21	Unidad	1	\$ 70.000	\$ 70.000
Cajas de guantes de nitrilo	Unidad	1	\$ 18.000	\$ 18.000
Papel Hectografica	unidad	100	\$ 2.900	\$ 290.000
Estencil proton 8 onzas	Unidad	1	\$ 55.000	\$ 55.000
Espuma royal 200mm	unidad	1	\$ 28.000	\$ 28.000

Continuación figura 16, presupuesto de inversión

Presupuesto de Inversion				
Detalle	Unidad	Cantidad	V.unitario	V.total
ACTIVOS FIJOS				
Crema hidratante	Unidad	1	\$ 35.000	\$ 35.000
Cup por 200 ecologicos	unidad	1	\$ 12.500	\$ 12.500
maquinas de afeitar desechables 50 unidades	Unidad	1	\$ 59.000	\$ 59.000
Total Muebles y enseres	unidad			\$ 10.147.500
Vehiculo				
Moto	Unidad	1	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000
Total Vehiculo	unidad	0	\$ 0	\$ 5.000.000
Edificio	Unidad			
Total Edificio	unidad	0	\$ 0	\$ 0
Terreno	Unidad			
Total Terreno	unidad	0	\$ 0	\$ 0
Total Activos Fijos	Unidad			\$ 31.147.500
Detalle	Unidad	Cantidad	V.unitario	V.total
Activos Diferidos				
Gastos de Constitucion	Unidad	1	\$ 2.000.000,00	\$ 2.000.000
Montaje y puesta en marcha	Unidad	1	\$ 3.000.000,00	\$ 3.000.000
Total Activos Diferidos				\$ 5.000.000,00
Capital de trabajo				
Efectivo	mes costos fijos	4	\$ 11.429.458,33	\$ 45.717.833
Cartera	mes	0		\$ 0
Inventario	mes	0		\$ 0
Total Capital de trabajo				\$ 45.717.833
Total Presupuesto Inversion				\$ 81.865.333

Nota. Identificación y estimación de los costos de inversión inicial con base en los activos fijos, para precisar el capital que se requiere en la apertura del negocio (2025).

El presupuesto de inversión corresponde a la estimación económica necesaria para la adquisición de los recursos que permitirán la puesta en marcha de la empresa Tattoo Júpiter. Este rubro comprende tanto los activos fijos como los diferidos y el capital de trabajo, garantizando que el negocio cuente con las herramientas, equipos e insumos esenciales para su funcionamiento eficiente y sostenible.

En primera instancia, dentro de los activos fijos, se incluyen los elementos de maquinaria y equipo indispensables para la prestación del servicio de tatuaje, tales como máquinas rotativas profesionales, baterías inalámbricas, aire acondicionado e impresoras térmicas, cuyo valor total asciende a \$16.000.000. Estos equipos son fundamentales para ofrecer un servicio de calidad, eficiente y con altos estándares de higiene.

Por otro lado, el apartado de muebles y enseres contempla la adquisición de mobiliario y utensilios complementarios como camilla hidráulica, escritorio, sillas, computador, espejo, kit de tintas y demás implementos necesarios para el acondicionamiento del local. La inversión estimada para este grupo es de \$10.147.500, lo que permite dotar adecuadamente las instalaciones y brindar comodidad tanto al cliente como al personal.

Adicionalmente, dentro del presupuesto se incluye la compra de un vehículo tipo moto valorado en \$5.000.000, el cual facilitará la realización de diligencias, compras y desplazamientos relacionados con la operación del negocio. De esta manera, el total correspondiente a los activos fijos asciende a \$31.147.500.

En cuanto a los activos diferidos, se consideran los gastos iniciales de constitución de la empresa y los costos de montaje y puesta en marcha, por un valor total de \$5.000.000. Este componente cubre los trámites legales, registros y adecuaciones necesarias antes del inicio de las operaciones.

Finalmente, el capital de trabajo incluye los recursos económicos destinados a cubrir los costos operativos de los primeros meses de funcionamiento. Este monto asciende a \$45.717.833, correspondiente principalmente a gastos fijos mensuales y liquidez inicial para garantizar la continuidad del servicio.

En conjunto, el presupuesto total de inversión requerido para la apertura y operación de Tattoo Júpiter es de \$81.865.333, cifra que refleja la planeación financiera necesaria para la viabilidad económica del proyecto y su adecuada ejecución. Seguidamente, se determinó el presupuesto operativo considerando los costos mensuales de producción, nómina y gastos generales.

Durante el primer año se proyectan gastos operativos promedio de \$12.239.958 mensuales, con incrementos progresivos por inflación y aumento de la demanda, alcanzando en el quinto año un total estimado de \$15.837.092,54.

Los principales rubros incluyen:

Materia prima: insumos como tintas certificadas, agujas de cartucho, guantes de nitrilo y papel hectográfico.

Nómina operativa y administrativa: remuneraciones del tatuador principal, asistente de aseo, gerente, asistente administrativo y personal de ventas.

Costos generales: servicios públicos, arrendamiento, internet y programas de diseño.

Gastos de venta y publicidad: estrategias de posicionamiento digital, diseño web, material POP y participación en ferias locales.

Por otra parte, el presupuesto de ventas se fundamenta en una proyección promedio de 40 a 60 tatuajes mensuales, con un valor estimado de \$330.000 por servicio. A partir de esta estimación, se calculan ingresos anuales aproximados de \$158.400.000 durante el primer año de operación, con un crecimiento gradual hasta alcanzar \$237.600.000 en el quinto año.

Figura 17

Presupuesto de Ventas

	mes 1 año				mes 2 año			mes 3 año			mes 4 año			mes 5 año		
Detalle	Unidad	Cantidad	V.unitario	V.total	Cantidad	V.unitario	V.total	Cantidad	V.unitario	V.total	Cantidad	V.unitario	V.total	Cantidad	V.unitario	V.total
Tatuajes	tatuaje prom 14"9cms	40	\$ 330.000	\$ 13.200.000	45	\$ 330.000,00	\$ 14.850.000,00	50	\$ 330.000,00	\$ 16.500.000,00	55	\$ 330.000,00	\$ 18.150.000,00	60	\$ 330.000,00	\$ 19.800.000,00
Total presupuesto de Ventas año				\$ 158.400.000			\$ 178.200.000,00			\$ 198.000.000,00			\$ 217.800.000,00			\$ 237.600.000,00

Nota. Presupuesto de ventas como proyección financiera para el estudio de tatuajes Tattoo Júpiter (2025).

El análisis del presupuesto de ventas evidencia una proyección financiera sólida y coherente con la capacidad operativa y la demanda estimada para el estudio de tatuajes “Tattoo Júpiter”. Los resultados muestran un crecimiento sostenido de los ingresos, pasando de \$158.400.000 en el primer año a \$237.600.000 en el quinto año, lo que representa un incremento del 50% en el periodo analizado.

Este comportamiento ascendente refleja una efectiva planificación comercial, respaldada por estrategias de posicionamiento digital, la fidelización de clientes y la ampliación progresiva de la cartera de servicios. Asimismo, las proyecciones evidencian que el negocio posee la capacidad de generar flujos de efectivo estables y crecientes, garantizando la cobertura de los costos operativos y contribuyendo a la recuperación de la inversión inicial en un periodo estimado de tres años.

En conclusión, el presupuesto de ventas permite afirmar que el proyecto es financieramente atractivo y viable a mediano plazo, ya que logra un equilibrio entre ingresos, costos y crecimiento proyectado, consolidando su potencial de rentabilidad y sostenibilidad dentro del mercado local de Cartago, Valle del Cauca.

Flujo de Caja, Punto de Equilibrio y Evaluación Financiera

El flujo de caja proyectado evidencia una inversión inicial negativa de \$44.147.500, destinada a la adquisición de activos fijos, capital de trabajo y gastos de constitución. Durante los primeros dos años, el flujo monetario refleja un proceso de ajuste propio de la etapa inicial de operaciones, estabilizándose a partir del tercer año, cuando el proyecto alcanza un flujo neto positivo acumulado de \$17.342.034, marcando el inicio de la recuperación de la inversión.

El análisis financiero establece que el punto de equilibrio se alcanza con una facturación promedio mensual de aproximadamente \$12.000.000, equivalente a la realización de entre 35 y 40 tatuajes al mes. Este nivel de ventas permite cubrir la totalidad de los costos fijos y variables del negocio, garantizando la autosuficiencia operativa.

A partir del tercer año, Tattoo Júpiter, no solo recupera la inversión inicial, sino que empieza a generar utilidades sostenidas. Para el quinto año, el flujo neto acumulado asciende a \$106.225.820, lo cual demuestra una rentabilidad creciente y una sólida estabilidad financiera.

Figura 18

Flujo de Caja

Flujo Monetario Neto						
Detalle	0	1	2	3	4	5
Presupuesto de Inversión	\$ 44.147.500,00					
Presupuesto de Operación		\$ 143.107.599,96	\$ 158.177.103,96	\$ 171.825.761,52	\$ 182.700.603,92	\$ 183.815.610,52
Presupuesto Integral	\$ 44.147.500,00	\$ 143.107.599,96	\$ 158.177.103,96	\$ 171.825.761,52	\$ 182.700.603,92	\$ 183.815.610,52
Presupuesto de venta		\$ 158.400.000,00	\$ 178.200.000,00	\$ 198.000.000,00	\$ 217.800.000,00	\$ 237.600.000,00
FMN	-\$ 44.147.500,00	\$ 15.292.400,04	\$ 20.022.896,04	\$ 26.174.238,48	\$ 35.099.396,08	\$ 53.784.389,48
FMN Acumulado	-\$ 44.147.500,00	-\$ 28.855.099,96	-\$ 8.832.203,92	\$ 17.342.034,56	\$ 52.441.430,64	\$ 106.225.820,13

Nota. Flujo de caja proyectado que refleja el ajuste de la etapa inicial de operaciones (2025)

El cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR) arroja un resultado del 46%, cifra superior a la tasa mínima aceptable de rendimiento, lo que confirma la viabilidad financiera y la capacidad del proyecto para generar valor a sus inversionistas.

Conclusión del análisis económico y financiero

Los resultados obtenidos en el análisis económico y financiero permiten concluir que el proyecto “Tattoo Júpiter” es económicamente viable y financieramente rentable, gracias a su estructura de costos eficiente, su proyección de ventas sostenida y una rentabilidad superior al promedio del sector de servicios estéticos y artísticos.

El punto de equilibrio, alcanzado durante el primer año de operaciones, y la recuperación del capital invertido en el tercer año, confirman la capacidad del negocio para sostenerse en el tiempo, garantizar liquidez y generar utilidades crecientes.

En síntesis, el proyecto presenta indicadores favorables de rentabilidad, flujo de caja positivo y un crecimiento constante, lo que respalda su sostenibilidad financiera y su potencial de consolidación como un emprendimiento exitoso en el municipio de Cartago, Valle del Cauca.

F. Descripción de los posibles riesgos que se presentan en la creación de la empresa

Tattoo Júpiter.

Todo proyecto empresarial conlleva un conjunto de riesgos que, si bien pueden anticiparse, requieren de una adecuada gestión para minimizar su impacto en la estabilidad y sostenibilidad del negocio. En el caso del estudio de tatuajes “Tattoo Júpiter”, se identifican diversos riesgos asociados a los ámbitos financiero, operativo, comercial, legal y sanitario, los cuales deben ser analizados y controlados mediante estrategias preventivas y planes de contingencia.

En primer lugar, se reconoce un riesgo financiero relacionado con la posible variación en los costos de los insumos (como tintas, agujas o elementos de bioseguridad), los cuales pueden verse afectados por la inflación o por la dependencia de proveedores externos. Esto podría alterar los márgenes de rentabilidad si no se realiza una planificación adecuada de compras o una búsqueda de alternativas locales.

El riesgo operativo se asocia a la falla o deterioro del equipo especializado, lo cual puede interrumpir temporalmente la prestación del servicio. Asimismo, la dependencia del capital humano calificado representa un factor crítico, ya que el desempeño del tatuador principal incide directamente en la reputación y continuidad del negocio. Para mitigar este riesgo, se recomienda implementar programas de mantenimiento preventivo y capacitación constante del personal.

Desde el punto de vista comercial, el proyecto enfrenta el riesgo de una demanda fluctuante debido a factores externos como la competencia, las tendencias del mercado o la capacidad adquisitiva del público objetivo. Una adecuada estrategia de marketing digital, acompañada de campañas de fidelización y alianzas con artistas locales, puede contribuir a mantener la estabilidad de la clientela.

En el ámbito legal y normativo, existe el riesgo de incumplimiento de requisitos sanitarios o licencias de funcionamiento, lo que podría derivar en sanciones o cierres temporales. Para prevenirlo, es fundamental garantizar el cumplimiento estricto de las normas de salud pública, higiene y seguridad laboral exigidas por las autoridades competentes.

Finalmente, se contempla un riesgo sanitario, derivado de la naturaleza del servicio de tatuaje, que involucra el contacto directo con la piel y fluidos corporales. El manejo inadecuado de bioseguridad podría generar afectaciones tanto en los clientes como en el personal. Por ello, el uso de materiales certificados, la esterilización constante y la aplicación rigurosa de protocolos son medidas indispensables para la mitigación de este riesgo.

Tabla 10

Descripción de los posibles riesgos para la creación de la empresa Tattoo Júpiter

Tipo de riesgo	Descripción	Probabilidad	Impacto	Estrategias de mitigación
Financiero	Variación en los costos de insumos debido a inflación o dependencia de proveedores externos.	Media	Alta	Planificación de compras. Negociación con proveedores y búsqueda de alternativas locales.
Operativo	Falla o deterioro de equipos especializados que interrumpen temporalmente la operación.	Media	Alta	Mantenimiento preventivo regular y capacitación del personal técnico.
Comercial	Disminución de la demanda por factores externos como, competencia o cambios en tendencias.	Media	Media	Estrategias de marketing digital, fidelización de clientes y alianzas locales.
Legal y normativo	Incumplimiento de licencias o normas sanitarias que genere sanciones.	Baja	Alta	Cumplimiento estricto de requisitos legales y protocolos de bioseguridad.
Sanitario	Riesgo de infecciones por mal manejo de insumos o bioseguridad deficiente.	Baja	Alta	Uso de materiales certificados, esterilización constante y supervisión de protocolos.

Nota. Descripción de los riesgos, financiero, operativo, comercial, legal y sanitario que se deben analizar y minimizar en la creación de la empresa Tattoo Júpiter (2025)

A partir del análisis realizado, se concluye que los riesgos más significativos para la empresa Tattoo Júpiter se relacionan con los aspectos financieros, operativos y de capital humano, debido a la alta dependencia de insumos importados, la necesidad de mantener equipos en óptimo estado y la importancia del talento técnico especializado. Sin embargo, la aplicación de medidas preventivas como la planificación financiera, la capacitación continua del personal y la

implementación de protocolos de mantenimiento y bioseguridad permitirán reducir considerablemente su impacto.

En términos generales, el proyecto demuestra una viabilidad controlada, en la medida en que los riesgos identificados pueden gestionarse de manera efectiva mediante estrategias preventivas y una administración responsable orientada a la mejora continua y la sostenibilidad del negocio.

Conclusiones

El desarrollo del estudio de viabilidad para la creación de la empresa Tattoo Júpiter en el municipio de Cartago, Valle del Cauca, permitió determinar que el proyecto es comercial, técnica, económica y financieramente viable, reflejando un alto potencial de éxito en el mercado local.

En primer lugar, el análisis de mercado evidenció una demanda significativa de servicios de tatuaje por parte del público joven entre 18 y 35 años, segmento que percibe el tatuaje no solo como una expresión estética, sino como una forma de identidad y empoderamiento personal. Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas muestran una aceptación positiva hacia la apertura de un estudio formal que garantice calidad, higiene, profesionalismo y estilo artístico propio. Esto demuestra que existe una oportunidad clara para posicionar la marca Tattoo Júpiter como un referente de arte corporal moderno, creativo y responsable en la región.

Desde la perspectiva técnica, el estudio comprobó la viabilidad operativa del negocio, dado que los recursos físicos, tecnológicos y humanos necesarios son accesibles y ajustables al tamaño del proyecto. La selección de equipos certificados, tintas ecológicas y mobiliario ergonómico garantiza un ambiente seguro y atractivo, alineado con las normas de bioseguridad exigidas por el Ministerio de Salud. Además, la ubicación proyectada en una zona de fácil acceso contribuye a la visibilidad del negocio y a la captación de clientes potenciales.

En el ámbito económico y financiero, las proyecciones realizadas demuestran que el proyecto puede alcanzar rentabilidad a mediano plazo, con una recuperación de la inversión inicial estimada en un periodo inferior a tres años. Los indicadores financieros —como el VAN, TIR y relación beneficio-costos— evidencian resultados positivos, lo que respalda la factibilidad del emprendimiento. Asimismo, se resalta que los costos fijos y variables son controlables, siempre que se mantenga una adecuada gestión de inventarios y gastos operativos.

En cuanto al entorno empresarial, se identificó un mercado en expansión con competidores que aún presentan limitaciones en la atención al cliente y la innovación artística, lo que ofrece a Tattoo Júpiter una ventaja competitiva basada en la diferenciación del servicio, el valor estético y la experiencia del usuario.

Finalmente, este proyecto no solo evidencia la viabilidad de un negocio rentable, sino que también representa una propuesta de valor cultural y social, al promover el arte corporal como una forma legítima de expresión, creatividad y autoestima. En conjunto, los hallazgos permiten concluir que Tattoo Júpiter tiene el potencial de consolidarse como un estudio de tatuajes líder en Cartago, combinando arte, profesionalismo y pasión por el diseño.

Recomendaciones

Consolidar una estrategia de posicionamiento sólida y coherente con la identidad de marca.

Se recomienda centrar la comunicación de Tattoo Júpiter en la creatividad, la autenticidad y la seguridad del servicio, promoviendo una imagen artística moderna y confiable. Esto puede lograrse mediante una presencia activa en redes sociales, el uso de contenido visual atractivo y la colaboración con artistas locales o microinfluencers que compartan los valores del negocio.

Implementar un plan de fidelización de clientes que genere sentido de comunidad.

Crear programas de beneficios, descuentos por recomendación o membresías exclusivas puede incentivar la recompra y fortalecer la relación con los clientes. Esta estrategia permitirá construir una base de consumidores leales que actúen como promotores naturales de la marca.

Mantener altos estándares de bioseguridad y calidad en los procedimientos.

Se aconseja realizar capacitaciones periódicas al personal en normas sanitarias, manejo de instrumentos y uso de tintas certificadas, garantizando la confianza del cliente y el cumplimiento de la normatividad vigente. Esto no solo protege la salud de los usuarios, sino que posiciona al estudio como un espacio responsable y profesional.

Fortalecer la gestión administrativa y financiera.

Es fundamental implementar un sistema de control contable y presupuestal que permita evaluar los ingresos, costos y márgenes de rentabilidad. Realizar auditorías internas trimestrales y proyectar escenarios financieros ayudará a prevenir desequilibrios y asegurar la sostenibilidad del negocio en el tiempo.

Diversificar la oferta de servicios y experiencias.

Ampliar la propuesta de valor con servicios complementarios como piercings, talleres de arte corporal, venta de productos para el cuidado de tatuajes o sesiones personalizadas con artistas

invitados, puede aumentar los ingresos y reforzar el atractivo del local como un espacio cultural y artístico.

Desarrollar un enfoque sostenible y socialmente responsable.

Promover el uso de tintas ecológicas, el manejo adecuado de residuos y la educación del cliente sobre el cuidado del tatuaje puede generar una ventaja competitiva y fortalecer la imagen del negocio como un emprendimiento consciente y responsable con el entorno.

Evaluar continuamente el entorno del mercado y las tendencias emergentes.

El arte corporal evoluciona constantemente; por ello, se recomienda mantener un monitoreo permanente de las tendencias internacionales, los estilos de tatuaje y las preferencias de los consumidores. La innovación artística debe ser un pilar estratégico que mantenga a Tattoo Júpiter a la vanguardia del sector.

Fomentar el bienestar y desarrollo del talento humano.

Invertir en el crecimiento personal y profesional del equipo de trabajo, motivando la creatividad, la colaboración y el sentido de pertenencia, permitirá ofrecer un servicio más humano, empático y de alta calidad, fortaleciendo la cultura organizacional del estudio.

Referencias

- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2009). *Generación de Modelos de Negocio Canvas. Un manual para visionarios, revolucionarios y retadores*. Modderman Drukwerk.
https://www.camarabaq.org.co/wp-content/uploads/2020/11/Generacion-de-Modelos-de-Negocio-2010.en_.es_.pdf
- Aguirre, P. (24 de marzo de 2025). *Desmitificando los tatuajes: mitos y verdades sobre su durabilidad y cuidados*. <https://www.radionacional.co/cultura/arte/tatuajes-mitos-y-realidades>
- Alarcón Vargas, L. (21 de abril de 2023). *¿Es amante a los tatuajes? Esta es un poco de su historia*.
<https://www.eltiempo.com/cultura/arte-y-teatro/tatuajes-de-donde-nace-este-arte-761667>
- Banco de la República. (2 de agosto de 2023). *Informe de Política Monetaria - julio de 2023*.
<https://www.banrep.gov.co/es/publicaciones-investigaciones/informe-politica-monetaria/julio-2023>
- Calderón Silva, L. (5 de agosto de 2014). *El Tatuaje como Elemento Simbólico*.
<https://red.uao.edu.co/entities/publication/f5606a6b-387d-427e-9776-0031a701c8fc>
- Cámara de Comercio Cartago. (diciembre de 2024). *Registros Públicos. Boletín de Noticia Mercantil, Periodo Diciembre 2024 Relación Matriculados*.
https://www.camaracartago.org/wp-content/uploads/2025/01/1736353428022_12.-DICIEMBRE.pdf
- Carvajal Zaera, E. (2024). Influencia de los tatuajes y sus diferentes estilos en la formación de primeras impresiones . *Revista de Comunicación de la SEECI*(57), 1-28.
<https://doi.org/https://doi.org/10.15198/seeci.2024.57.e866>

- Castaño López, B., & Ramírez Díaz, M. (10 de diciembre de 2021). *Plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la fabricación de joyería artesanal en Cartago, Valle del Cauca*. <https://hdl.handle.net/10893/21565>
- Chiavenato, I. (2011). *Administración de Recursos Humanos. El capital humano de las organizaciones*. McGraw Hill Interamericana Editores S.A. de C.V. <http://bibliotecas.uasb.edu.bo:8080/bitstream/20.500.14624/1145/1/Chiavenato-Recursos%20humanos%20na%20ed.pdf>
- Clifford, J., & Marcus, G. (1991). *Retóricas de la Antropología*. (J. Moreno, Trad.) Ediciones Jucar (obra original publicada en 1986). https://www.academia.edu/35936189/Clifford_James_Marcus_George_Ret%C3%B3ricas_de_la_antropolog%C3%ADa
- CNC Cartago. (26 de julio de 2024). *Festival Tinta y Arte en la Feria de Cartago*. https://www.youtube.com/watch?v=zE8HiOB5_Ag
- Cochran, W. (1977). *Samplly Techniques*. John Willey & Sons. <https://es.scribd.com/document/534046574/Cochran-1977-Sampling-Techniques-Third-Edition>
- Creswell, W. (2009). *Diseño de investigación: Enfoques cualitativos, cuantitativos y mixtos (3.^a ed.)*. Sage Publications. <https://es.scribd.com/document/701592738/Creswell-1>
- Departamento Nacional de Estadística DANE. (julio de 2023). *Del DANE a entidades territoriales: Información sobre el departamento del Valle del Cauca*. <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/planes-departamentos-ciudades/pres-ValledelCauca-18jul2023.pdf>

- Díaz Sierra, I. (14 de septiembre de 2022). *El tatuaje como signo cultural. Un primer estudio diagnóstico*. <https://hdl.handle.net/10481/77398>
- Domínguez Martínez, J. (2018). Introducción a la educación económica y financiera: un enfoque didáctico. *eXtoikos*(20), 57-80. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6407655>
- Drucker, P. (1980). *La Gerencia Efectiva. Tareas económicas y decisiones arriesgadas*. (I. Calvo, Trad.) De Bolsillo (obra original publicada en 1967). https://ciec.edu.co/wp-content/uploads/2024/04/La_gerencia_efectiva_Peter_Drucker_1714407789.pdf
- FDA. (17 de mayo de 2019). *Tatuajes y maquillaje permanente: Hoja informativa*. <https://www.fda.gov/cosmetics/cosmetic-products/tattoos-permanent-makeup-fact-sheet>
- Fernández Robin, C., & Aqueveque Torres, C. (2001). Segmentación de mercados: buscando la correlación entre variables psicológicas y demográficas. *Revista Colombiana de Marketing*, 2(2), 1-15. <https://www.redalyc.org/pdf/109/10900204.pdf>
- Función Pública. (24 de enero de 1979). *Ley 9 de 1979*. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=1177>
- Función Pública. (10 de julio de 2000). *Ley 590 de 2000*. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=12672>
- Función Pública. (30 de noviembre de 2001). *Ley 711 de 2001*. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=14756>
- Función Pública. (27 de diciembre de 2002). *Ley 789 de 2002*. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=6778>
- Función Pública. (19 de febrero de 2014). *Decreto 351 de 2014*. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=56755>

- Giraldo Muriel, S. (17 de mayo de 2022). *Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de bebidas naturales en Cartago, Valle del Cauca*. <https://hdl.handle.net/10893/25569>
- Google Maps. (2025). *Ubicación de Cartago Valle*. <https://www.google.com/maps/place/Cartago,+Valle+del+Cauca/@4.7461028,-75.9691458,13z/data=>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación - 6a edición*. Mc Graw Hill. <https://pdfcoffee.com/libro-metodologia-de-la-investigacion-de-sampieri-pdf-free.html>
- Hicks, J. (1939). *Value And Capital (second Edition)*. Oxford University Press. <https://archive.org/details/in.ernet.dli.2015.223876/page/n3/mode/2up>
- Hofstede, G. (2011). Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1), 1-26. <https://doi.org/> <https://doi.org/10.9707/2307-0919.1014>
- iNKPPL. Tattoo Magazine. (marzo de 2025). *Cartago Tattoo Expo 2025*. <https://inkppl.com/es/tattooevents/2025/march-2025/cartago-tattoo-expo-2025>
- Johnson, F., Leenders, M., & Flynn, A. (2012). *Administración de compras y abastecimientos*. McGraw Hill. <https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24118w/AdmComprasAbasteS2.pdf>
- Kirzner, I. (2001). *Ludwig Von Mises: The Man and His Economics*. Regnery Gateway. <https://dokumen.pub/ludwig-von-mises-the-man-and-his-economics-0865978646-9780865978645.html>

- Kloter, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing . Decimo cuarta ediciòn*. (L. Pineda Ayala, Trad.) Pearson Educaciòn (obra original publicada en 2012).
https://campus.eco.unlpam.edu.ar/pluginfile.php/154367/mod_resource/content/1/Marketing%20Kotler-Armstrong.pdf
- Lasluisa Mise, J., & Vayas Ruiz, E. (2024). Representaciòn y el arte en el cuerpo: El tatuaje como significaciòn social. *ARANDU UTIC Revista Científica Internacional*, 11(2), 3182–3194.
<https://doi.org/https://doi.org/10.69639/arandu.v11i2.492>
- Llamas Castellanos, B., & Morales Cardona, C. (2023). Complicaciones dermatológicas de los tatuajes: abordaje para el médico general. *Revista Ciencias Biomédicas*, 12(1), 8-22.
<https://doi.org/https://doi.org/10.32997/rcb-2023-3904>
- López, P. (18 de enero de 2024). *El fascinante mundo de los tatuajes: significados, riesgos, historia*. https://unamglobal.unam.mx/global_revista/tatuajes-del-rechazo-a-la-moda-social/
- Luengo Montero, M. (22 de abril de 2019). *Tatuajes, de estigma a seña de identidad*.
https://elpais.com/elpais/2019/04/15/eps/1555310717_862872.html
- Marshall, A. (1931). *Principios de Economía. Introducción al estudio de esta ciencia*. (E. Hazera, & (. o. 1890), Trads.) El Consultor Bibliográfico. <https://eet.pixel-online.org/files/etranslation/traduzioni/spagna/Marshall,%20Principios%20de%20economia.pdf>
- Ministerio de la Protección Social . (14 de julio de 2004). *Resolución 2263 de 2004* .
<https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Normal.jsp?i=21035>

Ministerio de la Protección Social. (9 de octubre de 2006). *Decreto número 3518 de 2006*.

<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/Decreto-3518-de-2006.pdf>

Ministerio de la Protección Social. (15 de junio de 2010). *Resolución 2117 de 2010*.

<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/Resoluci%C3%B3n%202117%20de%202010.pdf>

Ministerio de Trabajo. (2023). *Comunicados del año 2023*.

<https://www.mintrabajo.gov.co/web/guest/prensa/comunicados>

Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. (22 de mayo de 1979). *Resolución 2400 de 1979*.

<https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Resolucion/30035732>

Moe Tattoo Studio. (7 de noviembre de 2023). *Máquinas de tatuaje Bobina vs. Rotativas: El Arte*

y la Tecnología se Unen. <https://moetattoostudio.com/maquinas-de-tatuajes/>

Morales-Cardona, C., & Llamas- Castellanos, B. (2021). Complicaciones infecciosas de los

tatuajes permanentes: La piel sin ley. Parte I. *Iatreia*, 34(4), 335-346.

<https://doi.org/https://doi.org/10.17533/udea.iatreia.105>

Perreault Jr., W., & McCarthy, E. (2002). *Basic Marketing. A Global Managerial Approach 14E*.

McGraw Hill Higher Education.

https://www.academia.edu/26708903/Basic_Marketing_Global_Managerial_Approach

Porter, M. (2009). *Ser Competitivo. Edición actualizada y aumentada 9a edición*. (S. Creacions

Gràfiques Canigó, Trad.) Ediciones Deusto (obra original publicada en 1998).

Radar Consumer Knowlegde Group. (2024). *Comprensión del mercado, el consumidor y de los*

hogares en Colombia y Latinoamérica. <https://raddar.net/noticia/>

- Ramírez Castañeda, E., & Vásquez Machado, A. (24 de agosto de 2016). *Procesos artísticos e identidad cultural en el municipio de Cartago*. <https://hdl.handle.net/10893/21233>
- Recinas López, S. (2024). Estéticas de distinción: sistemas de valoración e inequidad en la ocupación de tatuador en México. *Estudios Sociológicos*, 42, 1-15. <https://doi.org/https://doi.org/10.24201/es.2024v42.e2597>
- Riaño, R. (3 de octubre de 2024). *La evolución del tatuaje en el mundo*. <https://elboom.com.co/la-evolucion-del-tatuaje-en-el-mundo/>
- Robbins, S., & Judge, T. (2009). *Comportamiento Organizacional*. (H. Brito, & J., Trads.) Pearson Education Inc. https://frq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15550/mod_resource/content/0/ROBBINS%20comportamiento-organizacional-13a-ed-_nodrm.pdf
- Rodríguez Gutiérrez, V. (2011). Aspectos fundamentales del arte del tatuaje, cultura y sociedad. *Arte y movimiento: revista interdisciplinar del Departamento de didáctica de la expresión musical, plástica y corporal*, (5), 51-62. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5638661>
- Samuelson, P. (1938). A Note on the Pure theory of consumer's behaviour. En P. Samuelson, & J. Stiglitz (Ed.), *The Collected Scientific Papers of Paul A. Samuelson* (págs. 1-14). Oxford & IBH Publishing Co. <https://ia801408.us.archive.org/15/items/in.ernet.dli.2015.135092/2015.135092.The-Collected-Scientific-Papers-Of-Paul-A-Samuelson-Vol-1.pdf>
- Sánchez Gil, C. (10 de marzo de 2021). *Tatuajes y su responsabilidad jurídica*. <https://www.laprensaoriental.info/empresarial/tatuajes-y-su-responsabilidad-juridica/>

- Schein, E. (2010). *Organizational Culture and Leadership* (4 edition ed.). (Jossey-Bass, Trad.) John Wiley & Sons, Inc. (Obra original publicada en 1985).
https://ia800805.us.archive.org/9/items/EdgarHScheinOrganizationalCultureAndLeadership/Edgar_H_Schein_Organizational_culture_and_leadership.pdf
- Schumpeter, J. (2008). *The Theory of Economic Development. An inquiry into Profits, Capital, Interest, and the Business Cycle*. (R. Opie, Trad.) Transaction Publishers (obra original publicada en 1934).
<https://cruel.org/books/hy/shortschumpeter/SchumpeterTheoryofEconDev.pdf>
- SIGESI-eGOV. (1 de noviembre de 2022). *Plan de Negocios Fondo ValleINN (Municipios, Mascotas, Víctimas, Medios)*. <https://sigesi.valledelcauca.gov.co/actualidad/fondo-valleinn-mas-5-municipios.?page=2>
- Statista. (2024). *Número de usuarios activos de redes sociales en Colombia 2014-2023*.
<https://es.statista.com/estadisticas/1368403/numero-total-de-usuariosde-redes-sociales-en-colombia/>
- SurveyMonkey. (2025). *Calcula el tamaño de la muestra*.
<https://es.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>
- Sweetman, P. (1999). Anchoring the (Postmodern) Self? Body Modification, Fashion and Identity. *Body & Society*, 5(2-3), 51-76.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1177/1357034X990050020>
- Tattoo Art Forest TAF. (2025). *Tinta de tatuaje vegana: ¿por qué elegir una opción ética en 2025?*
<https://www.tattooartfest.fr/tinta-de-tatuaje-vegana-por-que-elegir-una-opcion-etica-en-2025/#>

- Varela V., E. (2008). *Innovación Empresarial. Arte y Ciencia en la Creación de Empresas. Tercera Edición.* Pearson Prentice Hall.
<https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25470w/231047690-Innovacion-Empresarial.pdf>
- Varela Villegas, R. (2008). *Innovación Empresarial. Arte y ciencia en la creación de empresas 3a Ed.* Pearson Prentice Hall. Educación de Colombia, Ltda.
<https://s49fcc581ae900b19.jimcontent.com/download/version/1459720725/module/13123776030/name/231047690-innovacion-empresarial.pdf>
- Velásquez, E. (8 de abril de 2023). *Guía básica de Muestreo Aleatorio Simple.*
<https://www.eduardvelazquez.com/guia-muestreo-aleatorio-simple/>
- Villamizar, A. (11 de diciembre de 2025). *La industria mundial de tatuajes mueve más de US\$2.200 millones, ¿cuánto vale tatuarse en Colombia?*
<https://www.elcolombiano.com/negocios/cuanto-cuesta-un-tatuaje-en-colombia-OO28269733>
- Von Mises, L. (2011). *La Acción Humana. Tratado de Economía.* (J. Reig Albiol, Trad.) Unión Editorial (obra original publicada en 1980). <https://jeffersonamericas.org/wp-content/uploads/2020/07/La-accion-Humana.pdf>
- Von Neumann, J., & Morgenstern, O. (1953). *Theory of games and economic behavior.* Princeton University Press.
<https://dn720001.ca.archive.org/0/items/in.ernet.dli.2015.215284/2015.215284.Theory-Of.pdf>

- Wan, M. (24 de septiembre de 2025). *Normas de iluminación de OSHA explicadas: Requisitos para un lugar de trabajo seguro*. <https://www.ledyilighting.com/es/osha-lighting-standards-explained/>
- We Are Social.com . (2023). *Special Report Digital 2023. La guía definitiva para un mundo digital en evolución*. <https://wearesocial.com/es/blog/2023/01/digital-2023/>
- Zamora, D. (18 de mayo de 2018). *Así se formó la industria del tatuaje en Colombia*. https://revistadiners.com.co/tendencias/55839_tatuajes-el-camino-de-la-tinta/