

## ACTA DE REUNIONES

- I. Discutir el organigrama realizado por la presidente de Colombia debido a la expansión de la empresa.

Liliana Martínez inició su presentación con la identificación de la junta directiva como eje principal de Joyería de los Alpes (Niní Sáenz y Milena Jaramillo). En seguida, se encuentra el gerente general, Mario Bohórquez.

Después, para cada sucursal se encuentra un presidente, es decir, presidenta Liliana Martínez por el lado de Colombia y Diego Dussan por Argentina.

Finalmente, por cada sucursal están los siguientes departamentos:

- Depto. de ventas
- Depto. de publicidad
- Depto. de finanzas
- Depto. de servicio al cliente
- Depto. de recursos humanos
- Depto. de diseño y materiales

La doctora Saéñz aprobó el organigrama sin ninguna corrección.

- II. Identificar los ingresos, canales y varios elementos del modelo de negocio teniendo en cuenta que la propuesta de valor es la producción de joyas, relojes y llaveros con materiales como plata esterlina, cristal, etc., asimismo, la exclusividad y la calidad de los productos.

El doctor Dussan aseguró que la empresa debe estar centrada en un público como personas comprometidas, es decir, parejas que se van a casar y jóvenes entre 25 a 34 años puesto que la empresa debe quitarle formalidad al negocio de las joyas.

El gerente Mario agregó el grupo de personas de clase media-alta (30 a 65 años) los cuales siempre se han tenido en cuenta en la empresa.

Milena Jaramillo explicó que los canales utilizados hasta el momento eran las tiendas y las llamadas por teléfono, sin embargo, recalcó que es hora de empezar con la página web, galas y redes sociales.

Ahora bien, con respecto a la relación que tiene la compañía con los clientes la presidenta Liliana identificó el servicio, atención personalizada y comunidades.

La doctora Sáenz describió los socios, recursos y actividades clave. Por parte de los socios se encuentran los proveedores, distribuidores e *influencers*. Dentro de los recursos clave están plantas de manufacturación, oficinas, recurso humano, diseños y tiendas. Finalmente, las actividades clave son:

- Creación de diseño de joyas
- Manufactura de joyas
- Investigación
- Ventas y publicidad
- Mantenimiento página Web
- Creación de la publicidad de lanzamientos
- Creación de diseño de vitrinas
- Atención al cliente

El gerente Mario adicionó que dentro de la relación compañía-cliente también deben estar las revisiones realizadas por los clientes y dentro de los socios clave deben estar las minas locales.

La doctora Milena incluyó que los costos de la empresa son costos producción, pago distribución, diseño y construcción de la página Web, asuntos legales, mantenimiento infraestructura, nómina, impuestos, materia prima y costos asociados a los canales de redes sociales que se llevarán a cabo en el futuro. Por otro lado, las fuentes de ingreso son únicamente las ventas de los activos.

Por último, la junta directiva aprobó el modelo de negocio discutido por todos.