

OPCIÓN DE GRADO II

KAREN JULIETH MOSCOSO DIAZ
CARLOS ANDRES RAMIREZ
PAULA RUEDA

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
ART AND FLOKLORE

TUTOR: REFAEL GALVIS



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BOGOTÁ-COLOMBIA
2017

INDICE

3. INTRODUCCION

3.1 DESCRIPCION

3.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

3.3 PREGUNTA PROBLEMA

3.4 JUSTIFICACION

3.5.1 ANTECEDENTES DEL MERCADO

3.6 OBJETIVOS

3.6.1 OBJETIVO GENERAL

3.6.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

4. CAPITULO 2 PLANEACION ESTRATEGICA GENERATIVA

4.1 ANALISIS EXTERNO

4.1.2 ANALISIS PESTA

4.1.2 MATRIZ 5 FUERZAS DE PORTER

4.1.3 ANTECEDENTES LEGALES (Documentos para crear empresa Colombiana)

4.1.3.2 DOCUMENTOS NECESARIOS PARA REGISTRARSE COMO PERSONA JURIDICA ANTE LA CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA (CCB)

4.1.3.3 PASOS PARA CONSTITUIR SU EMPRESA COMO PERSONA JURIDICA

4.2 ANALISIS INTERNO

4.2.1 CADENA DE VALOR

4.3 PROCESOS, ACTIVIDADES Y COSTOS VARIABLES IDENTIFICADOS EN ART AND FLOKLORE

4.3.1 BIENES TANGIBLES E INTANGIBLES

4.3.2 COMPETENCIA INDUSTRIAL

4.4 ANALISIS DE SITUACION

4.4.1 MATRIZ DOFA

4.5 IDENTIDAD ESTRATEGICA (MISION)

4.5.1 FUTURO PREFERIDO (VISION)

4.6 VALORES CORPORATIVOS

4.7 VENTAJAS COMPETITIVAS

4.8 FACTORES DEL ÉXITO

4.9 OBJETIVOS Y METAS

4.9.1 OBJETIVO GENERAL

4.9.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS:

5. PROTOTIPO DEL PRODUCTO Y NORMAS TECNICAS

5.1 PROTOTIPO DEL PRODUCTO

6.3.2.1 DEFINICIONES

6.4 ANALISIS DEL MERCADO (segmentación)

6.5 ANALISIS DE LA COMPETENCIA (tabla)

6.7 ENCUESTA

6.7.1 RESULTADOS

6.7.2 DESCRIPCION DEL PRODUCTO

7. CAPITULO 4 PLAN DE MARKETING

- 7.1 PRODUCTO**
- 7.1.1 LOGOTIPO**
- 7.2 MEZCLA DEL MERCADO**
- 7.3 ESTRATEGIA DE PRECIO**
- 7.4 ESTRATEGIA DE PROMOCION**
- 7.5 COSTO ESTRATEGIA DE PROMOCION**
- 7.7 ESTRATEGIA DE PLAZA**
- 7.7 COSTO ESTRATEGIA DE PLAZA**
- 8 COSTOS**
- 8.1 COSTOS DEL PRODUCTO**
- 8.1.1 PLAN DE INVERSION**
- 8.3 COSTOS FIJOS Y VARIABLES**
- 8.3.1 COSTOS FIJOS**
- 8.3.2 COSTOS VARIBLES**
- 8.4 PUNTO DE EQUILIBRIO**
- 8. 5 PROYECCION DE VENTAS**
- 9. CONCLUSIONES**

1. INTRODUCCION

Proyecto artesanal que resalta la cultura y costumbres colombianas destacando así el trabajo de nuestro país en el diseño de accesorios de uso diario u ocasional para cualquier tipo de evento dando una imagen de elegancia o una apariencia más relajada, todo esto dependiendo del tipo de cliente a que se le está prestando el servicio o al cual se le está brindando el producto.

La empresa está enfocada hacia un espacio social y cultural con el cual pueda sembrar diferentes temas a las personas y con lo cual pueda ofrecer a todos, un producto innovador aportando con el cambio al uso de nuestras prendas.

2. JUSTIFICACIÓN

Este negocio nace por la importancia a la cultura y la personalidad, hallados en un mercado donde la artesanía es accesorio habitual en las personas, con un alza económica y calidad de vida que ha nacido en diferentes partes de Colombia, donde se evidencia que la mayoría de las personas son partidarios de hacer uso de este tipo de accesorios. Implementando nuevas temáticas y así ofrecerle el mejor producto al cliente. todos ofrecen lo mismo a los clientes, esta empresa quiere hacer un cambio hacia un espacio cultural y social, fomentando la diversidad y sensibilidad cultural y ofreciente alternativas que no sean limitadas.

3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Bogotá, al ser la capital de Colombia, reúne en ella un gran número de habitantes de diferentes regiones y departamentos del país, al igual que personas que vienen del extranjero.

Estas personas necesitan de una ciudad amplia e incluyente, la cual este en capacidad de ofrecer y, sobre todo, garantizar una nueva tendencia empleando estrategias de innovación y nuevas creaciones para el uso de accesorios culturales dando un espacio a un gran cambio en el ámbito artesanal.

La ciudad capital cuenta con estos espacios, prueba de lo anterior es la oferta que actualmente existe para que las personas realicen cualquier tipo de actividades y eventos y de esta manera involucrarnos con pulseras personalizadas y al gusto del cliente, estos eventos pueden ser lúdicos y de cultura. La solución a esta problemática no es la suspensión de este producto apegado a las raíces que provee Colombia, pues, como se dijo anteriormente, es un producto que se involucra ante cualquier evento de la ciudadanía. Por ende, lo que se debe hacer es dotar de varios modelos y tratar de llegar a un mercado internacional.

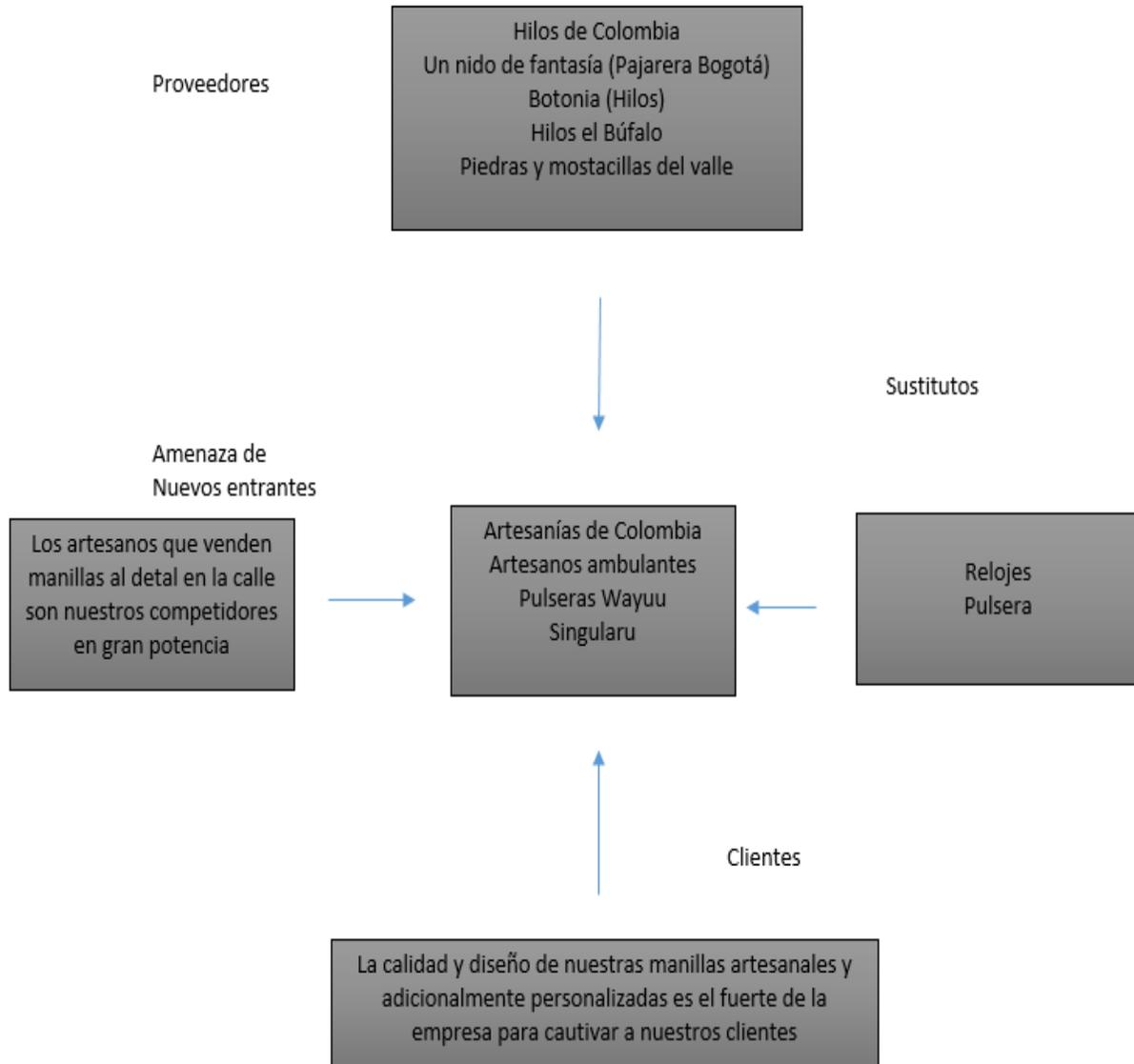
4. OBJETIVO GENERAL

- Elaborar un producto artesanal novedoso con diseños auténticos que atraigan a diferentes tipos de clientes por sus excelente calidad y atención

4.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elaborar manillas artesanales.
- Presentar diseños variados para cada tipo de cliente.
- Crear nuevos estilos de combinación en los atuendos con las manillas.
- Comercializar las manillas por medio de redes sociales.

4.1.2 MATRIZ 5 FUERZAS DE PORTER



5. MISION

Art and folklore quiere promover productos personalizados brindando novedad y diferencia en su presentación única adaptada a la necesidad del consumidor y lograr así el bienestar de los clientes.

6. VISION

Productora y comercializadora de manillar personalizadas que cumplan con las expectativas de un mercado objetivo prestando así el mejor servicio y una alta confiabilidad.

7. SLOGAN

Arte y cultura colombiana adaptada a tu estilo.

8. OBJETIVOS DE MERCADO

- Extenderse implementar o establecer en las redes sociales usando herramientas de Tecnologías de Información y Comunicación.
- Implementar modelos de calificación de satisfacción al cliente y con esto llevar el control de la fidelidad nuestros clientes.
- Implementar modelo de reciclaje y conservación del medio ambiente.
- Iniciar la pauta masiva a través de medios de comunicación para dar a conocer más allá de la cultura y el uso de accesorios.
- Ejecutar el plan de responsabilidad y innovación empresarial.

8.1 ESTRATEGIAS DE MERCADO

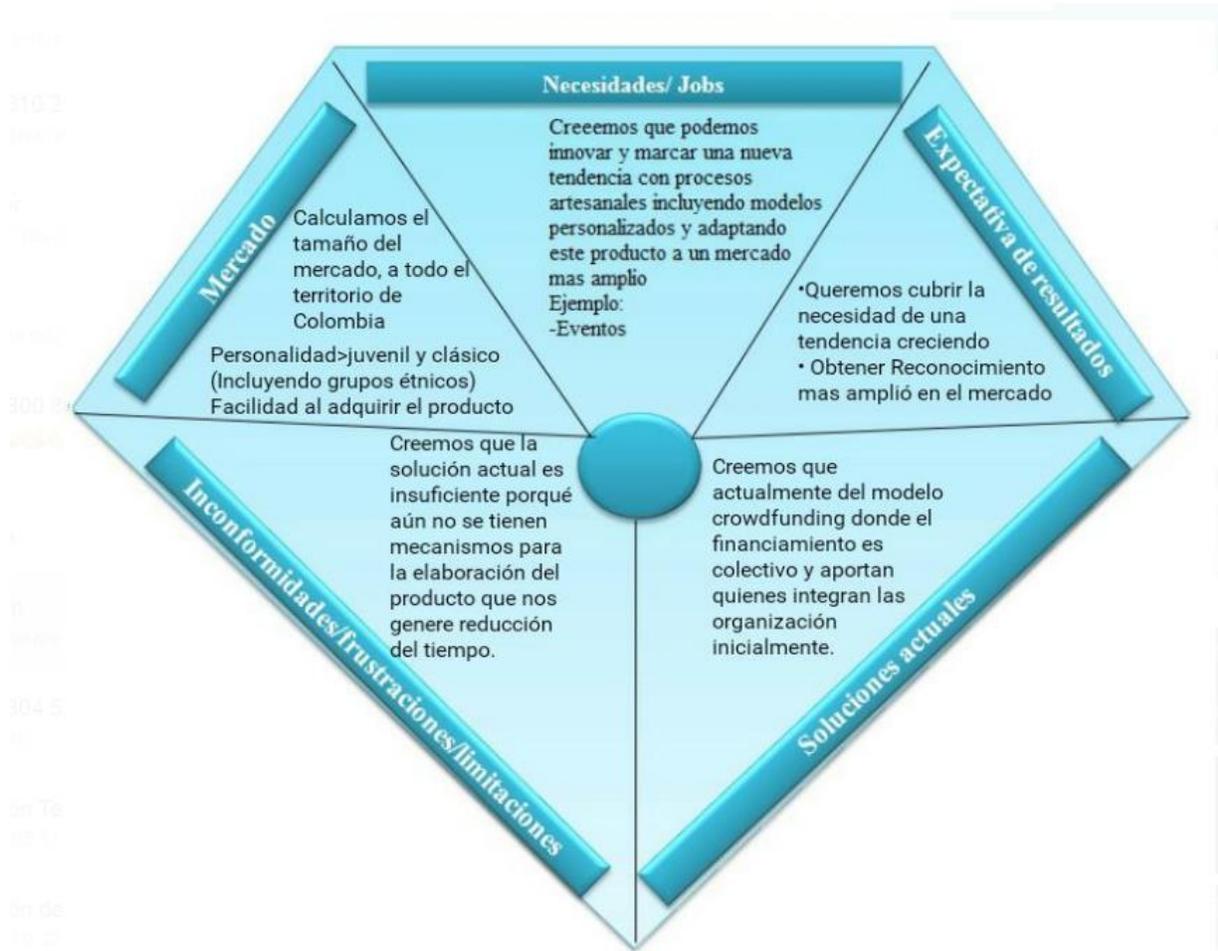
El principal componente en la promoción pasa por la misma esencia de la personalización ya que ésta, al brindar algo totalmente diferente de los demás establecimientos existentes en el sector, hace que tanto el lugar como la ambientación, decoración y calidad del producto sean la principal motivación y fuente de convocatoria a clientes potenciales, debido a su atracción por ser pulseras con estilos propios, además de afianzar el slogan. También se puede decir en base a su estándar financiero y su alza económica en búsqueda de estar a la vanguardia, combina su cultura y aires tecnológicos contemporáneos.

Como propuestas iniciales de promoción directa se plantea la posibilidad de ubicar carteles publicitarios en diferentes puntos estratégicos del sector también por medio de Flyers, ya sean físicos o virtuales.

9. JUSTIFICACION DE LA IDEA DE NEGOCIOS

La siguiente idea de negocios se desarrolla para complacer la necesidad de las personas de contar con accesorios únicos y artesanales, para el complemento de atuendos casuales o formales siendo así una parte misma de su imagen.

10. PENTAGONO



11. HIPOTESIS

Innovar un mercado existente con productos más originales y personales adaptándose así a las nuevas tendencias sociales.

Producto: manillas artesanales personalizadas con diseños innovadores para todo tipo de personas con diferentes gustos y enfocándonos también en la aparición de nuevas culturas como los son la LGTBI.

Plaza: el lugar de exposición del producto será por las redes sociales actuales, ya que son aquí donde la mayoría del público hoy en día consigue sus productos (WhatsApp, Instagram, Facebook, Twitter y Blogs)

Precio: el precio del producto será ligado o dependiente al producto por adquirir, ya que estos varían dependiendo de su dificultad al momento de la realización.

En diseños propios del portafolio de la organización los precios varían entre \$10.000 y \$15.000 pesos.

Promoción: la publicidad del producto será voz a voz ya que es una manera rápida en la que viaja la información de un lugar a otro y este se logra dando un buen servicio a los clientes y que estos nos referencien con conocidos y ganar así mayor clientela, también se realizara una campaña por las diferentes plataformas y llamar así la atención de los usuarios de las mismas.

Necesidades: creemos que podemos innovar y marcar una nueva tendencia con procesos artesanales, incluyendo modelos personalizados y adaptando este proceso a un mercado más amplio como por ejemplo eventos.

Beneficios: buscamos cubrir las necesidades actuales de una tendencia creciente de verse bien con asesorías personalizados.

- Brindar comodidad desde la compra hasta la entrega del producto.
- Obtener un reconocimiento más amplio en el mercado.

Soluciones actuales: creemos que actualmente el modelo crowdfunding donde el financiamiento colectivo, un grupo de personas que apoyan económicamente un proyecto, creando tendencias actuales haciendo uso de las herramientas tecnológicas.

Inconformidades: creemos que la solución actual es insuficiente limitada porque, aun no se tiene mecanismos para la elaboración del producto que nos genere reducción del tiempo. Adicional a ello las materias primas con las cuales se elabora el producto.

Mercado: se calcula que el mercado objetivo serán mujeres y hombres con edades que van desde los 8 años hasta los 45 años, abarcando todo tipo de territorio colombiano de estratos 2 hasta el 6 o 7. Estas manillas contarán con detalles juveniles, clásicas, étnicos y nuevas culturas como LGTBI y todas sus ramas.

. Necesidad general:

- Complacer el gusto, étnico, sociocultural por medio de manillas personalizadas
- Satisfacer las necesidades, de un mercado creciente adaptándose a las demás culturas
- Promover el uso de accesorios artesanales, como complemento de su imagen.
- Cubriendo las necesidades y deseos de todas aquellas personas
- Resaltando parte de su personalidad, con un diseño exclusivo.

HIPOTESIS

Creemos que la gran mayoría de las personas les gusta llevar un accesorio como complemento de su vestuario y adicional que este sea acorde a su personalidad.

Beneficio:

- Las personas que utilizan un accesorio de nuestra compañía podrán mostrar su identidad con diseños personalizados
- En el modelo de adquisición de nuestras manillas será de fácil acceso ya su valor nos es tan elevado.
- Los tiempos acodados de entrega serán claros y concretos al momento de acordar un diseño con el cliente.
- Nuestro producto está fabricado de acuerdo con la especificación de cada cliente

HIPOTESIS

Brindar un producto de calidad y fácil adquisición

Soluciones actuales:

- En la actualidad hay accesorios similares en el mercado producido por minoristas que no poseen puntos propios de comercialización.

HIPOTESIS

Creemos que nuestro producto puede llegar a ser muy competitivo, con los comerciantes ya que contara con calidad garantizada y un contacto permanente con los clientes por medio de las redes sociales.

Inconformidades:

- Muchas de las personas que buscan accesorios artesanales, no tiene referencias de la marca y no hay una garantía del producto.

HIPOTESIS

Creemos que nuestro cliente al adquirir nuestro producto se sentirá más confiando de que el accesorio que lleva tiene el respaldo de una marca.

Mercados:

- Este producto está dirigido al todas las diferentes orientaciones actuales, como lo son la comunidad LGTBI y distintos grupos.

HIPOTESIS

Según la investigación calculamos que en la localidad de chapinero donde se concentra una gran cantidad de personas con ideologías diferentes que buscan un diferenciador y este lugar es idóneo para la introducción de nuestro producto.

12. DESCRIPCION DEL NEGOCIO:

Producto artesanal personalizado con facilidad de adquisición ya que nos encontraremos en redes sociales tales como Instagram, Facebook, blogs y Twitter con portafolios actualizados para mejorar la experiencia del usuario y posible cliente.

13. PROBLEMA DESARROLLAR:

Ofrecer un producto innovador y de calidad para lograr así la fidelización de nuestros clientes objetivos.

14. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO:

Este producto será una manera diferente de exponer la identidad de cada persona, ya que estas también estarán enfocadas a grupos culturales como lo son los grupos LGTBI para que sean libres de compartir su identidad.

15. CLASE DE PRODUCTO QUE GENERA LA IDEA DE NEGOCIO:

Manillas artesanales ya sean personalizadas o diseños del portafolio, que ofrecen liberación de identidad a cada consumidor y resalta la cultura y arte colombiano.

16. SECTOR ECONOMICO AL QUE PERTENECE LA IDEA DE NEGOCIO:

Art and folklore es una pyme bogotana del sector secundario que se dedica a la utilización de materias primas transformadas, para la elaboración de nuestros productos.

DESCRIPCION DE LA IDEA DE NEGOCIOS:

La compañía se caracteriza en brindar a los clientes identidad propia con sus accesorios, como lo son las nuevas culturas urbanas y darles la posibilidad de expresar sus ideologías.

15. COSTOS E INVERSION FIJA

COSTOS FIJOS MENSUAL		
MENSUAL		DIAS
ALQUILER	\$370.000	30
AGUA	\$50.000	30
LUZ	\$45.000	30
SERVICIO DE INTERNET	\$60.000	30
SERVICIOS DE CABLE	\$60.000	30
SALARIOS	\$8.960.000	30
TOTAL COSTO FIJO	\$9.545.000	

16. COSTOS E INVERSION FIJA

Decidimos tomar la decisión de que nuestro proyecto de emprendimiento debe tener un tipo de sociedad S.A.S (sociedades por acciones simplificadas) que según La Ley 1258 de 2008, introduce un tipo social híbrido, con autonomía, tipicidad definida y con una regulación vinculada al régimen general de las sociedades.

Este nuevo tipo de sociedad brinda las ventajas de las sociedades anónimas y les permite diseñar mecanismos de direccionamiento de sus empresas de acuerdo a las necesidades.

Personalidad jurídica.: La sociedad por acciones simplificada, una vez inscrita en el Registro Mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas.

Naturaleza: La sociedad por acciones simplificada es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social.

17. ESTRATEGIAS DE PRECIO

Sabemos que fijar el precio en un producto o servicio es una herramienta directa, para que el cliente determine si consume el producto o toma el servicio. Ya que las pulseras personalizadas

tendrán diversidad en el tipo de material que se utilice y al gusto del cliente, con un diseño respectivo y único, debemos encontrar estrategias para que nuestro producto se venda.

Estrategias de mercado las cuales serán implementadas a largo plazo para que la productividad sea proporcionada con calidad, y cumpliendo con las expectativas del consumidor, tomando como punto de referencia la competencia directa e indirecta. En base a la entrevista realizada y su tabulación, respectiva.

18. ENTREVISTA

1¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por manillas artesanales con diseños personalizados?

2¿En qué material desearía que estuvieran hecha manilla artesanal?

3¿Por qué medios realiza usualmente usted sus compras?

4¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a esperar para la entrega de su producto?

5 ¿Está usted dispuesto a compartir su diseño personal con el portafolio de la empresa?

6¿El nombre de art and folklore a que le hace referencia?

7¿Qué tipo de artesanía le gustaría comprar o regalar?

8 ¿En qué sector quisiera encontrar este tipo de artesanías?

18.1 RESULTAVOS REVELANTES

Resultados Parciales. ▾	Preguntas ▾
64%	1
55%	2
70%	3
58%	4
60%	5
45%	6
47%	7
58%	8
4,57	



19. PESTEL

P	En el aspecto político, aportamos con la respectiva inscripción de la empresa, y que tenga así su respectiva matrícula mercantil, en la cámara de comercio y de esta manera tener su referente RUT .
E	En los aspectos económicos, se hará uso de todos los títulos valor, costos fijos y variables según el entorno, aportando al financiamiento y planes estratégicos planteados.
S	En los aspectos socio-culturales este producto es personalizado, al gusto del consumidor, haciendo uso de cualquier tipo de material, empleando nuevos diseños y al gusto del consumidor.
T	Aspectos tecnológicos, hacemos uso de las tics, apoyados al marketing online al público potencial. Usando el modelo crowdfunding donde el financiamiento colectivo que normalmente es online, financiando el proyecto a cambio de una buena utilidad.
E	En los aspectos ecológicos, haremos uso de materiales biodegradables, infundiendo el hábito de cuidar y ayudar el medio ambiente, implementando la ISO 14001 (sistema de gestión ambiental).
L	En términos legales, estamos guiados en base a la ley del artesano "ley 36 de 1984". Donde se considera artesano a la persona que ejerce una actividad profesional creativa entorno a un oficio concreto en un nivel preponderantemente manual.

20. NIVELES DE SATISFACCIÓN A LOS CLIENTES.

Nivel básico: “Art And Folklore” brindará a sus clientes el producto de pulseras personalizadas, para que éste producto satisfagan sus necesidades de accesorios con estilos únicos, y hagan parte de ellos este tipo de tendencia.

Nivel real: “Art And Folklore” contará con un diseño innovador, cultural y elegante en sus diferentes diseños, donde los clientes podrán disfrutar de todo tipo de materiales, con un excelente servicio y atención al consumidor.

Conclusión: nuestra compañía Art and Folklore, se a dedicado en desarrollar un producto innovador que cumpla con las expectativas de cada cliente y sus diferentes conceptos de imagen ya que les brinda la oportunidad de expresar sus distintos ideales en cuanto a los diseños requeridos en sus accesorios y que se acoplen a su personalidad, está organizando quiere resaltar la cultura Colombiana en el antiguo pero hermoso arte de las manillas.

21. BIBLIOGRAFÍA

- http://www.unesco.org/culture/natlaws/media/pdf/colombia/colombia_ley_36_19_11_1984_spa_orof.pdf
- <http://www.youngmarketing.co/que-es-y-como-ha-transformado-el-crowdsourcing-al-emprendimiento/>
- http://www.imprenta.gov.co/gacetap/gaceta.mostrar_documento?p_tipo=

