

Creación de Empresas II

Facilitadores

Jeinni Julisa Jiménez Mendoza

1.093.788.185

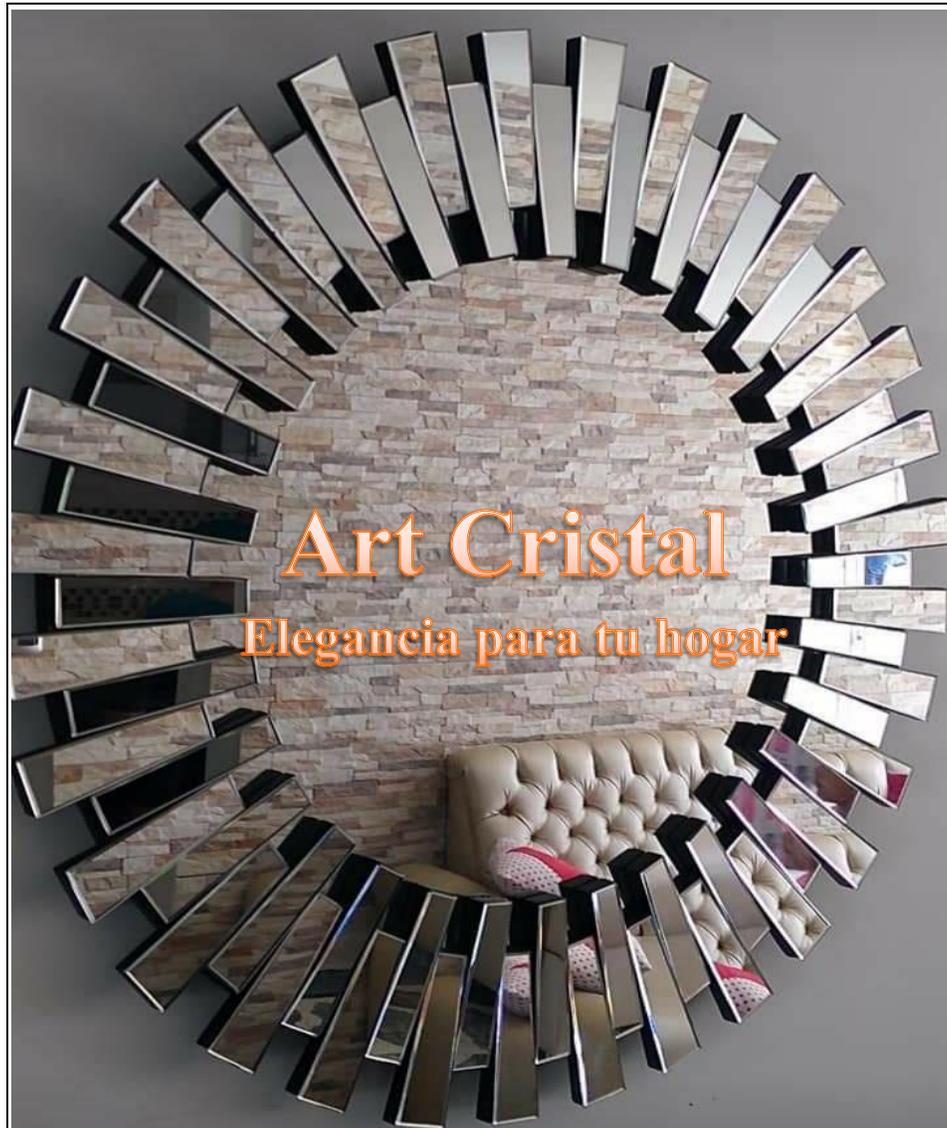
Ruth Stela Quintero

Liceth Villamizar

Corporación Unificada de Educación Superior

CUN

16/11/2020



Introducción

El presente informe tiene como objetivo desarrollar los aspectos fundamentales para la creación de la idea de negocio ART CRISTAL ofreciendo un portafolio amplio de diversos modelos de espejos para la decoración de espacios en hogares y oficinas brindándole un toque de elegancia.

La idea de negocio surge por el desarrollo de un proyecto educativo, encontrando la forma de emprender mediante un producto artesanal sostenible.

Para la implementación del proyecto iniciamos con un estudio de mercado que permitió establecer las variables como la competencia del producto, la inversión de materia prima, mano de obra, establecimiento, publicidad.

Tabla de Contenido

Portada	01
Introducción	02
1. Modelo de Negocio	06
1.1.Descripción de la idea de negocio	06
1.2.Descripción Modelo de negocio	07
2. Innovación Sostenible y Ecológico	09
3. Océano Azul	11
3.1.Análisis del Sector	11
4. Análisis de Porter	12
5. Marketing Mix	14
5.1.Estrategias de producto para clientes	14
5.2.Portafolio	16
5.3.Estrategia de Precio	16
5.4.Estrategia de Distribución	17
5.5.Estrategia de Comunicación	17
6. Desarrollo de Marca	19
7. Estudio Técnico	20
7.1.Localización del Proyecto	20
8. Estudio Técnico II	21
9. Estudio Técnico III	22

Objetivo General

Aplicar los conocimientos adquiridos en el desarrollo de la idea de negocio para entrar en el mercado con un producto sostenible ya que tenemos todas las herramientas para iniciar con nuestro emprendimiento.

Objetivos Específicos

- Desarrollar cada temática expuesta para implementarla en la idea de negocio.
- Crear microempresa en la ciudad para contribuir con el desempleo de esta.
- Implementar productos artesanales en la ciudad.

1. Modelo de Negocio

1.1. Descripción de la Idea de Negocio

- **¿Cuál es el producto o servicio?**

Espejos decorados o sencillos de todas las medidas.

- **¿Quién es el cliente potencial?**

Está dirigido a minoristas que deseen vender nuestro producto o a consumidores finales del segmento de todos los estratos que deseen darle un toque de elegancia y personalidad a su hogar u oficina.

- **¿Cuál es la necesidad?**

Satisfacer a clientes que desean decorar un espacio de su casa con un producto delicado pero a su vez elegante o lujoso.

- **¿Cómo?**

Vamos a dar a conocer nuestro producto por medio de publicidad en páginas de internet, invitaremos a familiares y amigos a compartir información para abordar un mayor número de personas que puedan y gusten adquirir nuestro producto y así nos iremos dando a conocer en el mercado.

- **¿Por qué lo preferirán?**

Porque es un producto artesanal elaborado y decorado 100% a mano cuidando cada detalle para satisfacer la necesidad del cliente.

1.1.2. Descripción

- **¿Quiénes son los clientes?**

En general todos aquellos clientes que deseen decorar su casa o espacios con un toque de elegancia y luz al comprar un producto elaborado y decorado a mano.

- **¿Cuál es la propuesta de valor?**

Los diferentes diseños de espejos.

- **¿Cuáles son los recursos y procesos necesarios?**

Utilizamos materiales como madera mdf, pegante silicona, grapas, colbón, vidrio. Inicialmente reutilizamos algunos productos y con esto vamos a la elaboración. Comenzamos cortando la madera o marco dependiendo el tamaño que el cliente requiera, pegamos con colbón y grapas el vidrio a la madera para que quede bien asegurado seguimos a la decoración según el pedido.

- **¿Cuáles con los costos para entregar una propuesta de valor?**

Para un espejo sencillo de 1.70 de largo por 1.60 de ancho se va un promedio de \$130.000 mil, el precio varía depende el tamaño y el modelo que escoja el cliente.

- **¿Cómo se entrega la propuesta de valor?**

Los espejos se entregan a domicilio gratuito para garantizar que el producto llegue a su destino sin ningún daño o avería envueltos en envoplast y adicional se le instala al cliente en el lugar que este tiene para su disposición y se le entregara como obsequito el producto para la limpieza del espejo.

- **¿Cómo generar ingresos y fuentes de financiación?**

Se espera una ganancia del 35% en cada producto elaborado.

- **¿Cómo puede ser sostenible?**

Sera sostenible ya que los espejos artesanales abarcan diferentes mercados de clientes por su variedad en formas, modelos y tamaños, además que son hechos de acuerdo a la personalidad de cada comprador.

- **¿Cómo se puede generar relaciones con los clientes?**

Ofreciendo el producto por redes sociales con su portafolio y en el punto de venta con muestras de diseños que ya estén elaborados.

- **¿Qué alianzas estratégicas se pueden generar?**

Con almacenes de ventas de este tipo de productos.

- **Escoja un modelo de negocio de ventas por internet y responda estas preguntas:**

Crowdsourcing.

- **¿Cómo captara sus clientes según el modelo de ventas por internet escogido?**

Este tipo de ventas por internet nos permite crear estrategias que abarquen gran cantidad de personas así daremos a conocer nuestro producto.

- **¿Cómo y qué alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por internet escogido?**

Pagos contra entrega o depósito a cuenta bancaria.

- **¿Cómo cerrara la venta por internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?**

La cerraremos con un abono no mayor al 50% el cual los pueden depositar a cuentas de ahorro o daviplata.

2. Innovación sostenible y Ecológica

- **¿El producto tiene un eco diseño?**

Si, ya que en su elaboración se utilizaran materiales reutilizados.

- **¿Usa eficientemente el agua? ¿Cómo?**

En nuestro producto no se requiere el uso de agua.

- **¿Reduce el consumo de energía? ¿Cómo? ¿Qué equipos utiliza?**

Si reducimos el consumo de energía ya que nuestro producto es artesanal, esto quiere decir que es elaborado a mano.

Utilizamos maquinas como cortadora de vidrio pero esta solo se conecta a la electricidad cuando es necesario.

- **¿Qué medios de transporte utiliza?**

Vehículos para realizar las entregas del producto.

- **¿Reduce los insumos? ¿Cómo? ¿utiliza químicos? ¿Cuáles? ¿Qué empaque y embalaje utiliza?**

Los insumos son utilizados al 100% ya que piezas pequeñas son utilizadas para la decoración de estas mismas. El producto es entregado envuelto en envoplast para cuidarlo de golpes en su transporte. Utilizamos pintura en aerosol la cual no es Perjudicial para la salud.

- **¿Qué materiales utiliza para las actividades de marketing?**

Se hacen publicaciones en diferentes redes sociales como Facebook, whatsapp, instagram con mensajes de difusión e invito a seguir las páginas creadas para que conozcan la variedad de productos.

- **¿Ha medido su huella de carbono? ¿Cuál es el resultado?**

No

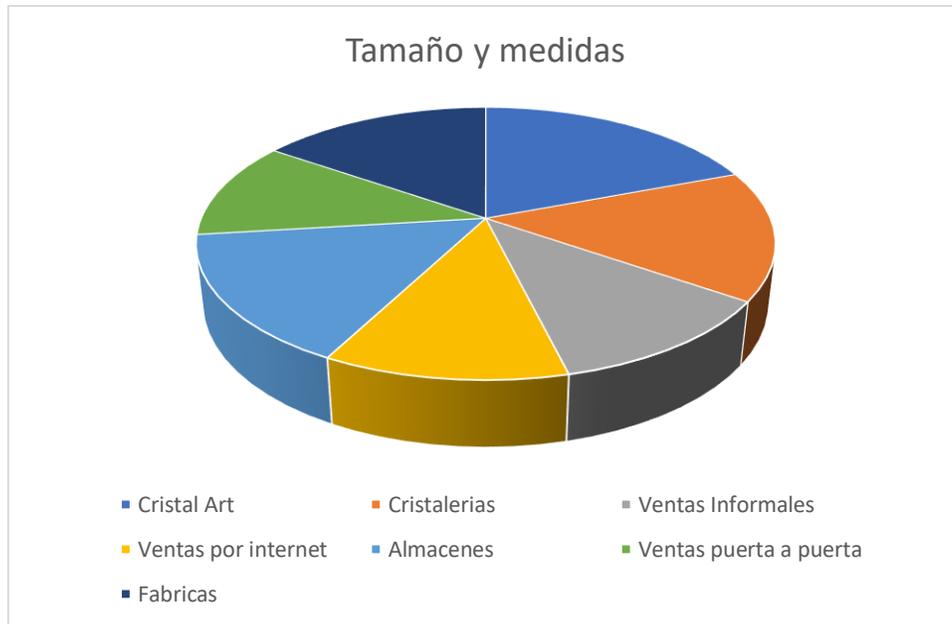
- **¿Qué residuos recicla?**

El cartón que es utilizado para reforzar los espejos.

3. OCEANO AZUL

3.1. ANÁLISIS DEL SECTOR.

	Tamaño y medidas	Materiales Utilizados: reutilizaremos parte de la materia prima para contribuir con el medio ambiente	Medios de Pago: vamos a implementar pagos con depósitos a cuentas débito, daviplata o al momento de la entrega.	Entrega e Instalación: el producto será entregado a domicilio gratuito y adicional se instalará en el lugar que el cliente desee.	Personalización: si el cliente desea incluirle algo adicional.
Cristal Art	5	5	5	5	5
Cristalerías	4	3	2	2	3
Ventas Informales	3	2	1	2	2
Ventas por internet	3	3	3	3	3
Almacenes	4	2	4	2	2
Ventas puerta a puerta	3	2	1	4	2
Fabricas	4	3	3	2	4



4. ANÁLISIS DE PORTER.

- **Poder de Negociación con los clientes:**

Como estrategia vamos no solo a vender el producto al consumidor final si no que vamos a ofrecerlo en microempresas que se encarguen de venderlo a clientes finales.

- **Poder de Negociación con Proveedores:**

La variedad de cristalerías hace que la negociación para adquirir materia prima de buena calidad sea más fácil, adicional a esto el reciclaje que vamos aplicar para la elaboración de nuestro producto permite reducir el valor de adquisición.

- **Amenaza de productos sustituidos:**

Las estrategias de ventas que incluyen el domicilio e instalación del producto gratis, medios de pago variados y el detalle que lleve la personalización de cada producto acorde a la necesidad del cliente hace que este nos prefiera así haya otras marcas o empresas.

- **Amenaza de Productos Entrantes:**

Aquí entra la propuesta de reciclar parte de la materia prima ya que esto minoriza los gastos de producción, permitiéndonos ingresar a un mercado altamente competitivo, pero con más posibilidades de vender productos de buena calidad con precios más asequibles teniendo en cuenta que es una microempresa y que debemos manejar variedad de costos.

- **Rivalidad entre los competidores:**

Aquí vamos a aplicar estrategias de estudios de mercado donde identificaremos las falencias de la competencia, ya sea en calidad, tiempo de entrega de los productos, precios, atención al cliente, etc. buscando cubrir las para que nuestros clientes siempre nos prefieran.

5. Marketing Mix

5.1. Estrategias de Producto para Clientes

Art Cristal: creación de espejos elaborados de distintos diseños para la decoración de espacios en hogares u oficinas de la ciudad.

- **Especificaciones:**

Un espejo es un objeto que refleja la luz de tal manera que, para la luz incidente en algún rango de longitudes de onda, la luz reflejada conserva muchas o la mayoría de las características físicas detalladas de la luz original, llamada reflexión especular.

- **Contaminantes Químicos:**

Los productos utilizados para la elaboración de espejos no deben contener ningún contaminante químico en cantidades que puedan representar un riesgo para la salud por los olores en los espacios donde será ubicado. Los límites máximos para estos contaminantes quedan sujetos a lo que establezca la Secretaría de Salud.

- **Ingredientes:**

Vidrio, madera y silicona up.

- **Consérvese:**

En lugares libres de golpes y resistentes.

- **Marcado y etiquetado:**

La etiqueta debe llevar el nombre de la empresa, el logotipo y los cuidados necesarios para darle una vida más larga a los espejos.

- **Envase:**

El producto debe ser protegido por un material resistente, que garantice su seguridad.

- **Embalaje:**

Se debe utilizar materiales apropiados, que tengan la debida resistencia y que ofrezcan la protección adecuada al producto y a la vez faciliten su manejo en el almacenamiento y distribución de los mismos, sin exponer a las personas que los manipulen.

- **Almacenamiento:**

El producto terminado debe almacenarse en un espacio libre de posibles golpes o daños para su posterior distribución.

- **Descripción de Materia Prima:**

Vidrio: Es un material inorgánico duro, frágil, transparente y amorfo que se encuentra en la naturaleza, aunque también puede ser producido por el ser humano.¹El vidrio artificial se usa para hacer ventanas, lentes, botellas y una gran variedad de productos. El vidrio es un tipo de material cerámico amorfo.

Madera: La madera es el material que constituye la mayoría del tronco de un árbol. Se compone de fibras de celulosa unidas con lignina.

5.2 Portafolio

		
Espejo en circulo	Espejo plano decorado en distintos modelos	Reloj

5.3 Estrategia de Precios

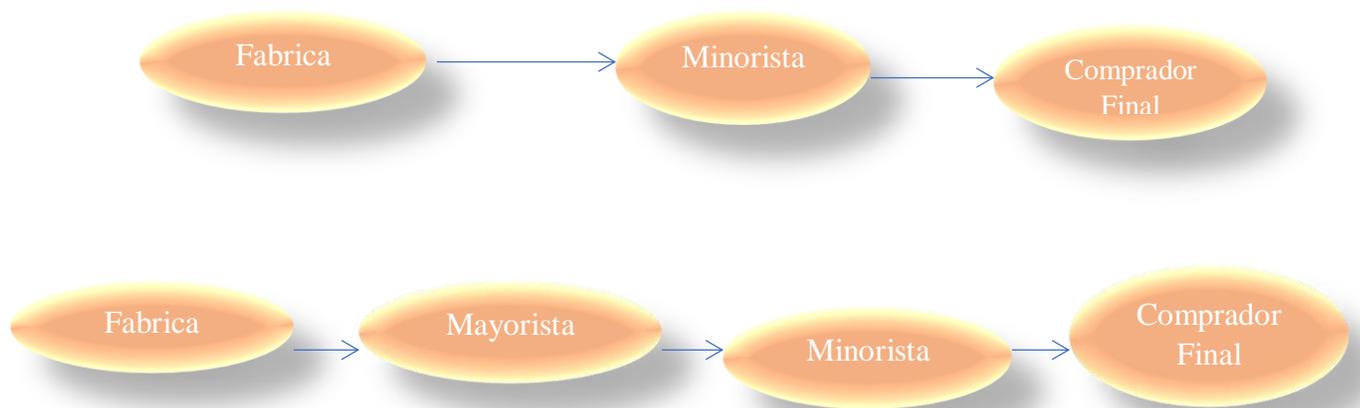
- Fijación de precios según los costos utilizados en la elaboración del producto, como materia prima, servicios de luz agua y la mano de obra.

Materia Prima	Vidrio, Madera, Silicona UP	\$195.000	Cada lamina
Servicios	Agua, Luz	\$200.000	Mensuales
Mano de Obra	Operarios de elaboración	\$20.000	Por articulo elaborado

5.4 Estrategia de Distribución

- **Canal de un Nivel:** El producto lo compra el minorista directamente de la fábrica para ofrecerlo al consumidor.
- **Canal de Nivel de Distribución:**

El producto lo puede comprar el mayorista o minorista para tener más posibilidades de distribución en lugares alejados de la fábrica y así cubrir un mayor número de mercado.



5.5 Estrategia de Comunicación:



@artercristalcucuta



artcristalcucut

Marketing Mix

Fortalezas

- *Producto elaborado a mano y a gusto del cliente.
- *Precios para todos los estratos
- *Excelente servicio

Debilidades

- *Frágil
- *Marca no reconocida en el Mercado.

Marketing Mix

Oportunidades

- *Las nuevas Tecnologías que permitan dar a conocer el producto.
- *Mercado de gran variedad

Amenazas

- *La competencia
- *Subida de precio de la materia prima.

6. Desarrollo de Marca

Diagnóstico de la Marca	A. Identificación del Sector	Va dirigido a los hogares de Cúcuta y sus alrededores.
	B. Identificar Marca en competencia	Decohogar, Cristales Maldonado, Cristjn, Cristales cmd, Creaciones Marisol.
	C. Solución y Alternativas	Envío e instalación gratuita, obsequito de implementos para la limpieza del espejo.
	D. Tendencia de Mercado	Espejos con luces, pedrería.
	E. Arquetipo de la Marca	Elaboración a mano cuidando los detalles a petición del cliente
Realidad psicológica de la Marca	A. Percepción de las Marcas de la competencia	Espejos con luces incluidas.
	B. Variables de Neuromarketing	Detalles de iluminación.
Posicionamiento	A. Identificar Top of mind	Elegancia.
	B. Identificar Top of heart	Atención, economía y calidad.
Realidad Material de la Marca	Traducir nuestra propuesta de valor en la Marca	Toma de medidas del lugar, domicilio e instalación gratuita, diseño elaborado a mano.
Estrategia de Comunicación	Desarrollar acciones continuas que vayan ligadas a la mediación tecnológica.	Publicaciones por whatsapp, Instagram, Facebook, mensajes de difusión, creación de páginas.

7. Estudio Técnico

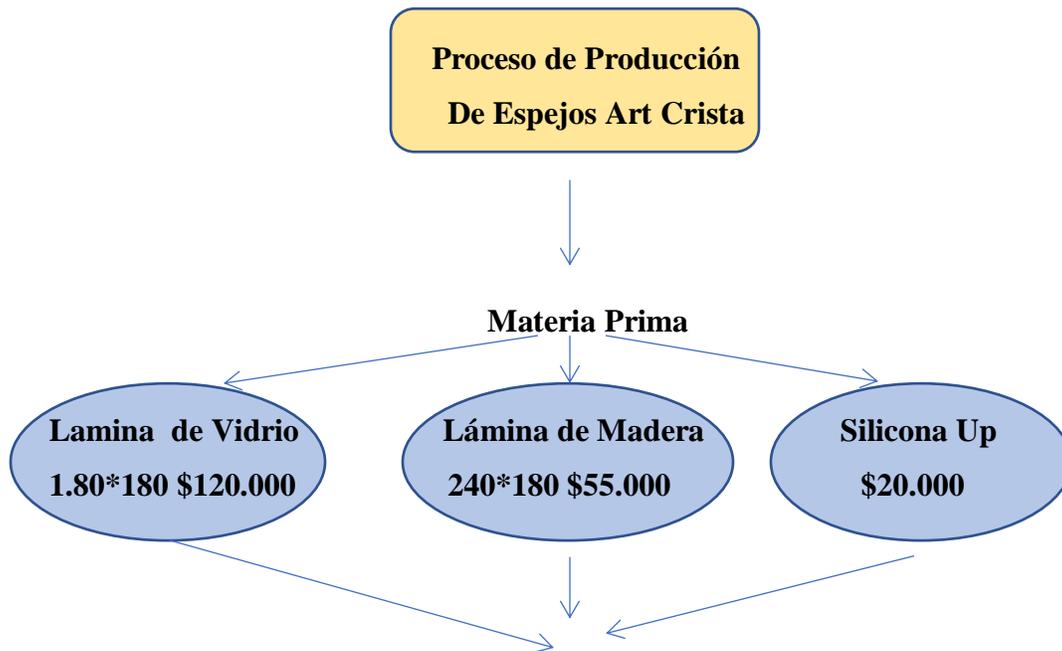
7.1. Localización del Proyecto

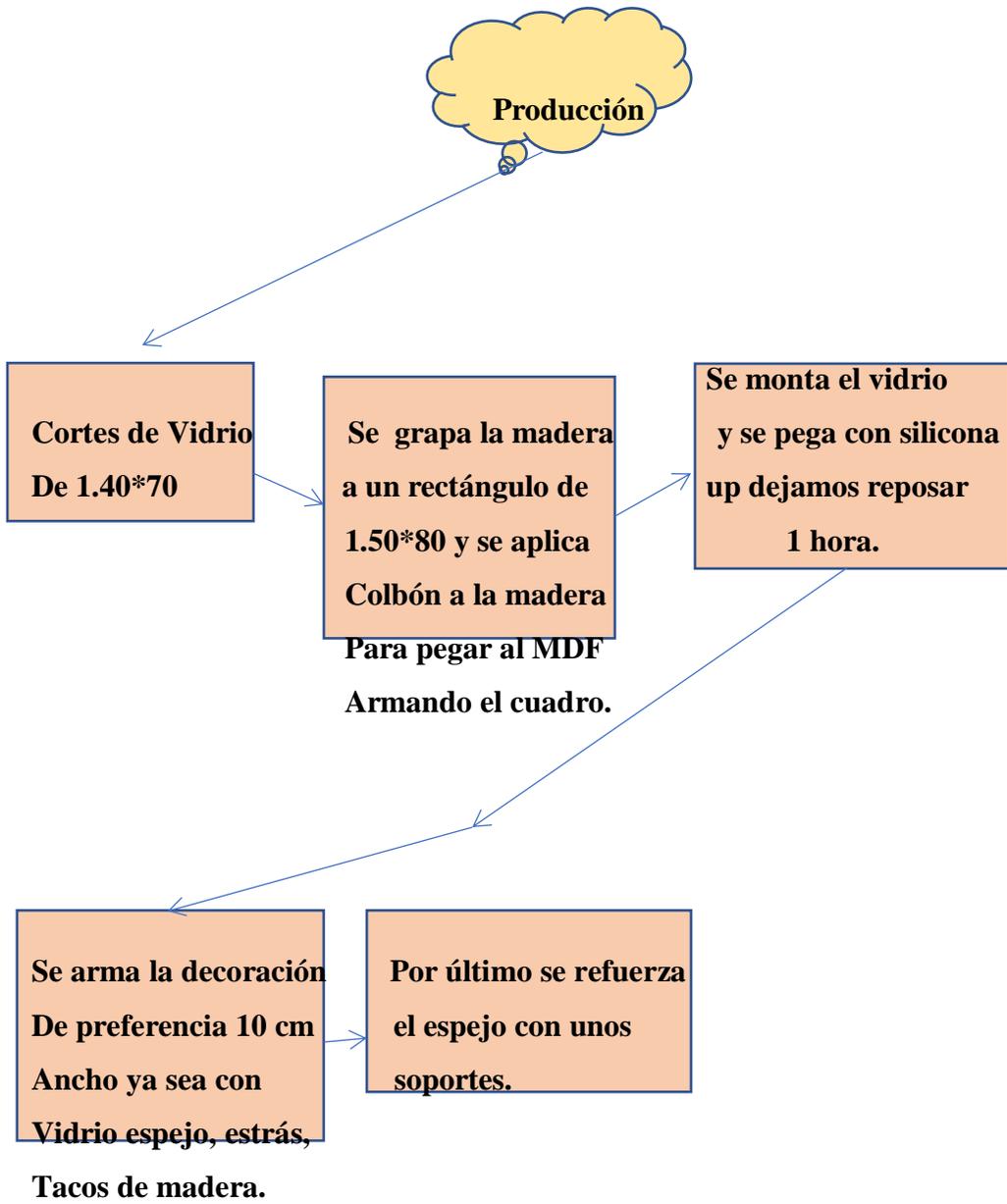
El taller o área de operaciones estará ubicado en un barrio popular de la ciudad de Cúcuta un sector comercial donde el fluido de clientes es constante. Es un área amplia con entrada de ventilación y luz, cuenta con mesas debidamente apropiadas y su maquinaria para desarrollar la actividad en cada proceso de elaboración, también cuenta con elementos de protección personal adecuados al trabajo que está desarrollando cada miembro del taller para prevenir accidentes. Escogimos esta ubicación por su amplio fluido de clientes y porque observamos que cerca al lugar no hay competencia, adicional por ser un sector de movimiento no irrumpiremos el silencio por el sonido que pueda emitir la maquinaria. Con el estudio realizado se decidió que el lugar es el más apropiado y nos funciona no solo como taller si no como sala de ventas porque podemos exhibir los productos en un espacio debidamente adecuado a la entrada del taller para que los clientes puedan observar y así tendríamos dos formas de acaparar posibles clientes, una que son los clientes cercanos al área de ubicación que normalmente son de estratos 1,2,3 y la otra es por internet donde llegamos a clientes que están ubicados en otras áreas de la ciudad o municipios cercanos a Cúcuta, donde algunos son de estratos 4,5.

ESTIMACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO				
Tipo de Activo	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Requisitos Técnicos
Infraestructura	Taller amplio, mesa de madera larga	1	\$350.000 Alquiler	
Adecuaciones	Entradas de luz, pisos nivelados		\$200.000	
Maquinaria y Equipo	Pulidora,	1	\$140.000	110V,820W,11000RPM
	tronzadora,	1	\$500.000	2200W,4200RPM
	taladro,	1	\$150.000	550W,2900MIN,

	cortadora	1	\$100.000	1*8MM.
Equipo de Comunicación y Computación	Computador o Celular	1	\$600.000	1.2GHz,2GB,3.0MP, Aplicaciones.
Muebles y Enseres	Mesa para corte y fabricación, sillas.	1	300.000	Laminada de 19 a 30 mm para corte.
Otros (herramientas)	Martillo, silicona, puntillas, lija, bisturí	1	100.000	

8. Estudio Técnico II





Actividad del producto	Tiempo Estimado M/H	Cargos que participan en la actividad	Número de personas que intervienen	Equipos y maquinas que se utilizan, capacidad, cantidad y tiempo
1.Recepcion de Materia Prima	1 Hora	1 administrador 1 bodeguero 2 descargue	4 personas	Mano de obra 15 láminas en 1 hora
2.Diseño o dibujo del producto	1 Hora	Administrador	1 persona	Mano de obra 9 dibujos por día
3.Corte	2 Horas	Operario de producción	1 persona	Cortadora 9 horas de producción 4,5 productos por día
4.Pegar armar y decoración del producto	3 Horas	Operario de producción	1 persona	Mano de obra *Silicona Up *3 por día
5.Envio	3 Horas	1 Administrador 1 Bodeguero	2 personas	Vehículo 3 entregas por día

9. Estudio Técnico III

Ficha Técnica del Producto

A. Nombre del Producto

Espejos sencillos y decorados

B. Composición del producto en orden decreciente

Art Cristal medias 1.40*70 puede variar

C. Presentación Comercial

Sin envoltura

D. Tipo de envase

No aplica

E. Material de Envase

Plástico

F. Condiciones de Conservación

No golpes con objetos

G. Tipo de tratamiento

Limpiar con un material suave y líquido especial para espejos.

H. Vida útil estimada

Según el cuidado.

I. Porción Recomendada

No aplica

J. Perfil de quien interviene en el proceso

No aplica

K. Grupo poblacional

Población en general