



PROYECTO:
**Fomento a la actividad productiva artesanal del
departamento de Cundinamarca**

**[Plan de Negocio para el desarrollo de la
producción y la comercialización de la organización
artesanal Marianita Tejidos del municipio de Cogua]**

Operador:

Unión Temporal Nexus – Gestando

**Laboratorio de Diseño e Innovación para
Cundinamarca ARTESANÍAS DE COLOMBIA S.A.**

Bogotá, D. C., 2014



AIDA VIAN LECHTER DE FURMAN SKI

Gerente General

IVÁN ORLANDO MORENO SÁNCHEZ

Subgerente de Desarrollo

Director del Proyecto

MARIA GABRIELA CORRADINE MORA

Profesional de Gestión Subgerencia de Desarrollo

Coordinadora Laboratorio de Innovación y Diseño de Cundinamarca

OPERADOR



UNIÓN TEMPORAL. NEXUS – GESTANDO

ANGELLO LUCIÁN GALLEGO ORTIZ

DIRECTOR DEL PROYECTO

DAYRA CAROLINA CÁRDENAS RICO

Asesora Social



Plan de Negocio

NOMBRE DE LA INICIATIVA DE NEGOCIO: MARIANITA TEJIDOS

OFICIO ARTESANAL: TEJIDO EN CROCHET

MUNICIPIO: COGUA

SECTOR AL QUE PERTENECE LA IDEA	AGRICOLA	<input type="checkbox"/>	CIENCIAS DE LA VIDA	<input type="checkbox"/>
	AGROINDUSTRIAL	<input type="checkbox"/>	INGENIERIA APLICADA	<input type="checkbox"/>
	MANUFACTURA	X	COMERCIALIZACIÓN	<input type="checkbox"/>
	SERVICIOS	<input type="checkbox"/>	TIC'S	<input type="checkbox"/>
	OTRO	<input type="checkbox"/>	CUAL? _____	
ESTADO DE AVANCE DEL PRODUCTO O SERVICIO	IDEA	X	APLICACIÓN COMERCIAL Y/O PRODUCCIÓN	<input type="checkbox"/>
	DISEÑO	<input type="checkbox"/>	PROTOTIPO	<input type="checkbox"/>
	OTRO	<input type="checkbox"/>	CUAL? _____	

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es la necesidad, deficiencia, carencia o ausencia detectada en el mercado?

En Colombia la industria textil es uno de los sectores con mayor tradición y dinamismo en la historia económica colombiana, inició produciendo hilazas importadas y con el paso del tiempo. Actualmente se ha convertido en uno de los principales centros de moda en Latinoamérica, caracterizado por la innovación, el diseño, variedad de insumos y la calidad de sus creaciones, a su vez es generador de empleos directos en el sector. En los últimos años la industria textil ha enfrentado dificultades debido a la competencia del contrabando y otras prácticas desleales del comercio como el dumping, que han desplazado al productor en el mercado nacional. La industria de la confección ha sido afectada, entre otras cosas, por las importaciones de saldos de países como Estados Unidos, de ropa usada y contrabando (en muchos casos relacionados con el lavado de dólares), y especialmente por la piratería de muchas marcas. Lo anterior ha traído consigo la comercialización de productos a muy bajo precio. Es por esto que en el sector se debe buscar un diferenciador que ayude a competir a bajos costos pero con calidad. Siendo esta la oportunidad de crear una empresa con materiales de calidad y a bajo costo, que tenga innovación en realizar el producto que el cliente personalice con colores y modelo adaptado a la medida.

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Marianita tejidos es una empresa dedicada a moldear y elaborar las ideas de los clientes en prendas de vestir, accesorios y objetos para el hogar, tejidos a mano en dos agujas, crochet, punto de cruz, con diversidad de materiales (lana, sintéticos, cintas, hilos entre otros), con toque tradicional en la que se emplean diferentes técnicas manuales, busca plasmar la idea de los clientes con materiales de alta calidad en los productos que elabora. El tiempo dedicado a la elaboración del producto, es un tiempo emotivo en el cual se teje o se borda pensando en la completa satisfacción de nuestro cliente y el servicio prestado.



Plan de Negocio

2. CONOCIMIENTO Y TECNOLOGÍA

¿Cuál es el área del conocimiento y/o tecnología sobre los que se fundamenta la iniciativa empresarial?

El nicho de mercado que la empresa escogerá es Bogotá. Los gustos y tendencias de los consumidores, son las bufandas como primer producto debido al clima de la ciudad de Bogotá. Los productos son para personas que tienen gusto por prendas tejidas, se identifican con ellas y hacen parte de su vida.

3. MERCADO Y CLIENTES

Describe cual es el mercado objetivo y clientes potenciales de su iniciativa

¿Cuál es el tamaño del mercado y su posible participación?

TAMAÑO DEL MERCADO

Bogotá tiene una población de 7.467.80410 habitantes de los cuales 2.660.570 habitantes son de estrato 3 y 667.169 estrato 4, en tal sentido el tamaño del mercado potencial para el presente plan de negocios estará en atender los estratos antes mencionados es decir de 3.327.739 habitantes. Según lo estimado las prendas a comercializar por Alba & Kate en el mercado potencial en términos monetarios sería de \$4.720.000 ventas mensuales. El objetivo de Alba y Kate es lograr ventas anuales de \$56.640.000 el primer año.

Así mismo la empresa se enfocara en una población que busca calidad, diseño y personalización de los productos y no sólo el criterio de precio bajo.

CLIENTES

Los segmentos de mercado de Marianita tejidos son habitantes de estratos 3 y 4 entre 19 y 55 años ubicados en el noroccidente de Bogotá, principalmente Suba que tiene 1.068.932 habitantes los cuales representan el 14,3% de la población urbana de la Ciudad.

4. COMPETIDORES Y PRODUCTOS SUSTITUTOS

¿Qué empresas ha identificado como su competencia directa e indirecta, qué productos ofrecen y cuáles son sus fortalezas y debilidades?

A continuación, en el cuadro se presenta un análisis de las principales fortalezas y debilidades de los más importantes referentes y grandes competidores en los mercados en que se competirá.

Nombre Empresa	Fortalezas	Debilidades
La Mina	<ul style="list-style-type: none">Tiene todos los materiales que se utilizan para las labores manuales.Es una marca reconocida.	<ul style="list-style-type: none">No es reconocida como almacén de prendas.Prendas costosas.
The Stitch	<ul style="list-style-type: none">Presencia en Colombia hace más de 40 años.Tradición y reconocimiento	<ul style="list-style-type: none">Precios altos y diseños clásicos
Mutilanas	<ul style="list-style-type: none">Especialistas en lanas e hilos para tejer	<ul style="list-style-type: none">Dedicados sólo a bufandas, sacos y chalecos.
Zephir	<ul style="list-style-type: none">Tradición y reconocimiento.Más de 60 años en Colombia.	<ul style="list-style-type: none">Prendas por colección, tejidas pero maquiladas



Plan de Negocio

Es importante señalar que existen un gran número de almacenes de tejidos y vendedores informales en el mercado objetivo de Marianita tejidos, los cuales no serán tenidos en cuenta, pues no cuentan con gran trayectoria, buenas prácticas, reconocimiento y calidad en sus productos, como los competidores antes analizados.

Debilidades	Fortalezas
<ul style="list-style-type: none"> • La entrega no es inmediata por la elaboración manual. • No existe posicionamiento y reconocimiento en el mercado. • No es posible producir artículos en grandes cantidades por que los diseños son personalizados. • Dificultad para conseguir una buena ubicación para el local con el presupuesto inicial. 	<ul style="list-style-type: none"> • Producto innovador – tejidos personalizados. • Productos que se pueden elaborar en una gran variedad de materiales • Mano de obra relativamente económica. • Las emprendedoras tienen amplia experiencia en el campo de labores manuales y servicio. • La calidad del producto será constantemente vigilada por las emprendedoras
Amenazas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento intenso de la competencia, dada la entrada de tejidos similares y empresas de adornos. (según Informe de comercio exterior ANDI – Octubre 13 del 2009) • Empresas con nombre y tradición que quieran incursionar en el mercado de tejidos personalizados. (Las autoras) 	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento del 16% del sector textil en ganchillo y bordados. (DANE Boletín de Prensa No. 4 – Bogotá D.C. – Marzo 24 del 2011) • Beneficios que los bancos y el sector ofrecen a los pequeños empresarios y mujeres emprendedoras. (SENA – Portafolio programas estratégicos – Financiamiento Mipymes) • Los precios son similares a los del mercado teniendo en cuenta que son diseños exclusivos y completamente personalizados. (Las autoras) • Tiendas lujosas que hacen que las altas clases se interesen en las artesanías manuales. (Las autoras)

5. MODELO DE NEGOCIOS

¿En qué forma se generan los ingresos para la empresa?

Será la empresa de tejido que plasme en los productos lo que el cliente quiere y en ella encontrará:



Plan de Negocio

- Crea tu propio estilo. En internet se encontrará la página de la empresa en la se tendrá un catálogo de los diferentes materiales y tipos de labor para que el cliente diseñe y/o escoja el tejido o bordado, realizando así un producto totalmente personalizado.
- Escoge los materiales y colores. Diversidad de materiales y coloridos para los diferentes tipos de personas románticas, conservadoras, modernas y verdes:
Material ecológico: Abre fácil de latas, bolsas, telas reutilizables, entre otros
Material antialérgico: lana antialérgica Materiales lanas: clásicas, fantasía, jaspeadas, perchadas, entre otras. Materiales hilos: clásicos, metalizados, matizados
- Talleres personalizados. Talleres de tejido - Dos agujas - Crochet o ganchillo - Punto de cruz - Punto Español
- Macramé Taller con materiales reciclables Talleres personalizados de 1 hora ½ por el tiempo que requiera y de acuerdo al proyecto que se esté realizando.

6. ESTRATEGIAS DE SOSTENIBILIDAD

¿Cuáles son los factores fundamentales de diferenciación?

Se hará diferentes tipos de promoción y publicidad:

- Redes sociales y la construcción de una página web en la cual el cliente podrá realizar sus pedidos, consultar el estado y fecha de entrega del mismo, así como obtener información de los diferentes cursos y materiales para la elaboración de los productos.
- Volantes en la cual se hará la publicidad de Alba & Kate como un lugar donde se pueden encontrar ideas para la creación de prendas, donde se desarrolla la creatividad y sentir la magia de las manualidades.
- Participación en las ferias que se lleven a cabo en la ciudad de Bogotá
- Página web. Se hace indispensable construir una página web dado el alcance y el nivel de promoción que se puede lograr. En dicha página se llevará a cabo la gestión de diferentes estrategias de comunicación, diseño, promoción y ventas.

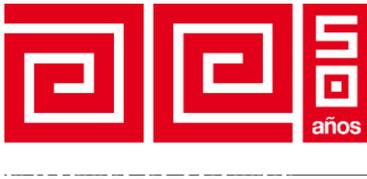
Para ello Marianita tejidos contratará los servicios de un experto que se encargará inicialmente que ésta contenga:

- Personalización del producto: el cliente tendrá la oportunidad de escoger el producto, diferentes opciones de color, combinaciones, diseño, materiales (hilo, lana, etc.), adornos (botones, cintas, pedrería, etc.) De la misma manera, el cliente podrá elegir el tipo de empaque que desea, ya que éstos se elaboran de acuerdo al gusto del cliente.
- Pagos: el cliente tendrá la opción de hacer sus pagos en línea utilizando tarjeta de crédito, débito automático, o consignación.
- Entrega: el cliente no sólo podrá escoger la fecha y el medio de entrega (puerta a puerta, recoger el pedido, Courier, etc.) sino que podrá hacer seguimiento a su(s) pedido(s) y verificar el estado del mismo.

7. RED DE TRABAJO

¿Cuál es el perfil de las instituciones o personas que harán parte de la red de trabajo (Interna y Externa)?

Como la empresa iniciará sus servicios vía web, la estructura organizacional será sencilla:



Plan de Negocio

Para garantizar un buen clima organizacional y mejorar la calidad de vida de los empleados se ejercerán las siguientes políticas y acciones:

Políticas • Crear un ambiente siempre abierto al cambio, a nuevas ideas, un trabajo tranquilo.

- Mantener una remuneración adecuada y equitativa
- Planificar y programar actividades que contribuyan al desarrollo del personal y de su familia.
- Crear un comité responsable del clima organizacional, que involucre a un representante de cada área de trabajo
- Crear espacios para realizar reconocimiento a los empleados por sus resultados y su contribución al logro de objetivos de la empresa
- Buscar estrategias innovadoras para capacitar al talento humano
- Considerar el talento humano como el elemento más importante de la institución.

8. PLAN FINANCIERO

En la evaluación financiera se establecen los montos de los recursos necesarios para la implementación y operación del proyecto, al igual se define la inversión inicial y los costos proyectados basados en la información recolectada. El proyecto tendrá dos fuentes de financiación, una parte con el aporte de los socios y otra será por medio de un préstamo bancario. A continuación se detallan las fuentes de financiación y los proyectos de inversión.

NECESIDADES DE INVERSIÓN Y CAPITAL DE TRABAJO

A continuación se relacionan los recursos necesarios para iniciar labores incluyendo insumos, gastos de personal y equipos para los dos primeros meses.



Plan de Negocio

CAPITAL DE TRABAJO			20.000.000
INVERSION INICIAL			
MUEBLES Y ENSERES	VALOR UNIT	CANTIDAD	VALOR TOTAL
Muebles exhibidores de madera	2.000.000	1	2.000.000
Mesa	200.000	1	200.000
Iluminación	1.500.000	1	1.500.000
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			3.700.000
MAQUINARIA Y EQUIPOS	VALOR UNIT	CANTIDAD	VALOR TOTAL
Computador para el diseño cliente	1.200.000	1	1.500.000
Computador empresa	4.000.000	3	50.000
Impresora	300.000	1	400.000
Teléfono	100.000	1	100.000
Caja registradora	300.000	1	300.000
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPOS			2.350.000



Plan de Negocio

APLICACIONES INFORMATICAS	VALOR UNIT	CANTIDAD	VALOR TOTAL
Programas de diseño	250.000	1	300.000
Página web	3.000.000	1	3.000.000
Acceso internet	180.000	1	180.000
TOTAL APLICACIONES INFORMATICAS			3.480.000
ARRENDAMIENTO	VALOR UNIT	CANTIDAD	VALOR TOTAL
Arriendo punto de venta	800.000	1	800.000
TOTAL ARRENDAMIENTO			800.000
MATERIALES	VALOR UNIT	CANTIDAD	VALOR TOTAL
Materiales	3.000.000	GL	3.000.000
TOTAL MATERIALES			3.000.000
SALARIOS Y PAGOS LABORALES	VALOR UNIT	CANTIDAD	VALOR TOTAL
Salarios	3.000.000	GL	3.000.000
Pagos laborales	1.780.000	GL	1.780.000
TOTAL SALARIOS Y PAGOS LABORALES			4.780.000
TOTAL INVERSION			18.110.000

Nivel óptimo de efectivo con el que debe trabajar la empresa cada mes es de \$1.812.500, con un inventario para 90 días.

FLUJO DE CAJA: Miles de pesos



Plan de Negocio

Descripción	Total	Total	Total	Total	Total
	2013	2014	2015	2016	2017
Flujo operativo					
Ingresos					
ingresos por ventas	56,640,000	65,702,400	76,214,784	88,409,149	102,554,613
Total Ingresos	56,640,000	65,702,400	76,214,784	88,409,149	102,554,613
Egresos					
Nomina administración	24,000,000	26,400,000	29,040,000	31,944,000	35,138,400
Nomina ventas	9,600,000	10,560,000	11,616,000	12,777,600	14,055,360
Nomina producción	0	0	0	0	0
Gastos administrativos	2,400,000	2,640,000	2,904,000	3,194,400	3,513,840
Gastos de ventas	2,400,000	2,640,000	2,904,000	3,194,400	3,513,840
Arriendo Local	12,000,000	13,200,000	14,520,000	15,972,000	17,569,200
Pago de servicios públicos	3,600,000	3,960,000	4,356,000	4,791,600	5,270,760
Total egresos	54,000,000	59,400,000	65,340,000	71,874,000	79,061,400
Flujo operativo neto	2,640,000	6,302,400	10,874,784	16,535,149	23,493,213
Flujo financiero					
Gastos financieros prestamos	101,000	1,212,000	1,212,000	1,212,000	1,212,000
Flujo financiero neto	-101,000	-1,212,000	-1,212,000	-1,212,000	-1,212,000
Flujo de caja neto	2,539,000	5,090,400	9,662,784	15,323,149	22,281,213
Saldo inicial de caja	0	2,539,000	7,629,400	17,292,184	32,615,333
Saldo final de caja	2,539,000	7,629,400	17,292,184	32,615,333	54,896,547

9. LISTAR LAS FUENTES DE CONSULTA PARA LA FORMULACIÓN DE LA INICIATIVA EMPRESARIAL

ÁLVAREZ, Luis. Cámara Algodón, Fibras, Textil, Confecciones, Información General, Sector Textil, Confecciones y Moda en Colombia. Disponible desde internet en: <<http://www.andi.com.co>> con acceso el 10 de Abril de 2012

ANAYA TEJERO, Julio. Logística Integral. La gestión operativa de la empresa. 2000. 477 p. ANDI. Cámara Algodón, Fibras, Textil, Confecciones, Información General, Sector Textil, Confecciones y Moda en Colombia. Disponible desde internet en: <<http://www.andi.com.co>> (con acceso el 10-04-2012)

BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO. Gestión efectiva de emprendimientos sociales. 2006. 277 p. BANCOLDEX, Informes sectoriales. Bogotá. 2012 BELTRÁN, Luis. Pasos para crear una empresa. Disponible desde internet en: <<http://emprendimientosimple.blogspot.com/>> (con acceso el 10 de Abril de 2012)

COTTLE, David. El Servicio Centrado en el Cliente. México: Mc Graw Hill. 1991. 277 p. DANE. Departamento Nacional de Estadística-DANE. PIB 2010. Marzo 2011 DE TEJADA MUNOZ. Victoria. Derechos humanos y relaciones laborales. Bogotá. 2010. 344 p.















