ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ARTESANIAS COLOMBIANAS .

CRISALIDA M. FUENMAYOR BARROS

CORPORACION UNIVERSITARIA SIMON BOLIVAR
FACULTAD DE ING. INDUSTRIAL
DECIMO SEMESTRE
BARRANQUILLA
2004

TABLA DE CONTENIDO

		Pág.
INTRODUCCION		
1.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1	DESCRIPCION DEL PROBLEMA	1
1.2	FORMULACION DEL PROBLEMA	3
2.	OBJETIVOS	4
2.1	OBJETIVO GENERAL	4
2.2	OBJETIVOS ESPECIFICOS	4
3.	JUSTIFICACION	5
4.	MARCO DE REFERENCIA	7
4.1	ANTECEDENTES HISTORICOS	7
4.2	MARCO GEOGRAFICO	8
4.3	MARCO TEORICO	8
4.4	MARCO CONCEPTUAL	11
4.5	MARCO LEGAL	13
5.	TIPOS DE INVESTIGACION	16
5.1	METODO	16
5.2.	TECNICA DOCUMENTAL	16
5.3	TECNICA ESTADISTICA	16
5.4	POBLACION Y MUESTRA	17
6.	OPERACIONALIZACION DE VARIABLES	19
RESUMEN EJECUTIVO		20
MODELO FORMATO DE ENCUESTA		22
CAPITULO 1 ESTUDIO DE MERCAD		24
INTRODUCCION		24
OBJETIVOS		24
OBJETIVO GENERAL		24
OBJETIVOS ESPECIFICOS		24
1.1	MERCADO	25
1.1.1	ANÁLISIS SECTORIAL	25
1.2	BARRERA DE ENTRADA	26
1.2.1	FUERZA COMPETITIVA BÁSICAS	26
1.2.2.	DIAGRAMA DE PORTER	27
1.2.3.	Intensidad de Rivalidad entre los Competidores Actuales	27
1.3	CLIENTE	28
1.4	PRODUCTO	29
1.4.1	Características General del Producto	29
1.4.2	Tipo de Productos	29
1.4.3	Capacidad de Producción	30
1.4.4	Publicidad	32
1.4.5	Canales de Distribución	32
1.5	POLITICAS DE MARKETING	33
1.6	PUBLICIDAD	33
1.6.1	Meta de Comunicación	33
1.6.2	Medio de Publicidad	34
1.7	ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD	35

1.7.1 Beneficio para los Clientes 35
1.7.2 Plan de medios para el Consumidor 36
1.8 LANZAMIENTO DE LA CAMPAÑA 37
1.9 EMPAQUE Y PRESENTACION 37
1.10 PRECIO 37
1.11 COMPETENCIA 38
1.12 RESULTADO DE LA ENCUESTA 38
1.13 PRONOSTICO DE VENTAS 38
1.14 PLAN INICIAL DE MERCADOS 40
CAPITULO 2 PLAN DE OPERACIONES 42
INTODUCCION 42
OBJETIVOS 42
OBJETIVO GENERAL 42
OBJETIVOS ESPECIFICOS 42
2.1 LOCALIZACION DE LA EMPRESA 43
2.1.1 Macro localización 43
2.1.2 Micro localización 43
2.2 TAMAÑO DE LA EMPRESA 43
2.3 PRODUCTOS Y PROCESO PRODUCTIVO 44
2.4 MAQUINARIA MUEBLES Y ENSERES 48
2.5 MATERIA PRIMA 49
2.6 PROCESO DE VENTA 50
2.7 DIAGRAMA DE FLUJO 50
2.8 ADECUACION DDEL ESTABLECIMIENTO COMERCIAL. 51
2.9 SERVICIOS PUBLICOS 51
2.10 POLIZA DE SEGUROS 51
2.11 CUIDADO INTEGRAL DEL PRODUCTO. 52
CAPITULO 3 ESTUDIO ADMINISTRATIVO 53
INTRODUCCION 53
OBJETIVOS 53
OBJETIVO GENERAL 53
OBJETIVOS ESPECIFICOS 53
3.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL 54
3.2 GENERALIDADES DE LA EMPRESA 55
3.2.1 Misión 55
3.2.2 Visión 55
3.2.3 Valores Corporativos 56
3.2.4 Políticas 56
3.2.5 Objetivo Social 57
3.2.6 Sigla 57
3.2.7 Logotipo 58
3.2.8 Slogan 58
3.2.9 Colores Corporativos 58
3.2.10 Perfil de los Socios 58
3.3 TIPO DE SOCIEDAD 58
3.4 MANUALES Y REGLAMENTOS 59
3.4.1 Manual de Funciones 59
3.4.2 Reglamento Interno de Trabajo 59
3.5 REGLAMENTO DE SALUD OCUPACIONAL 59
3.6 MUEBLES Y ENSERES 60

3.7 NOMINA 61
CAPITULO 4 ESTUDIO LEGAL 62
INTRODUCCION 62
4.1 ELABORACION DEL CERTIFICADO DE CONSTITUCION 62
4.2 OBTENCION DEL CERTIFICADO DE HOMONIMIA 62
4.3 NOTARIA 62
4.4 CAMARA DE COMERCIO 62
4.4.1 Registro Mercantil 63
4.4.2 Certificado de Existencia y Representación Legal 63
4.4.3 Registro de los Libros de Contabilidad 63
4.5 DIAN 63
4.5.1 Impuestos a las Ventas y Retención a la Fuente 63
4.6 ALCALDIA 64
4.6.1 Declaración del Estatuto Tributario del Distrito de Barranquilla 64
4.6.2 Certificado de Seguridad y Prevención 64
4.6.3 Certificado de Uso de Suelo 64
4.6.4 Certificado de Sayco y Acimpro 64
4.7 APORTES PARAFISCALES 64
4.7.1 Afiliación al Sistema General de Riesgos Profesionales (ARP) 64
4.7.2 Prestaciones Asistenciales 65
4.8 AFILIACION A ENTIDAD PROMOTORA DE SALUD (EPS) 65
4.9 AFILIACION A LA CAJA DE COMPENSACION FAMILIAR 65
4.10 LICENCIA AMBIENTAL 65
4.10.1 Tipo de Licencia 66
CAPITULO 5 ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO 67
INTRODUCCION 67
OBJETIVOS 67
OBJETIVO GENERAL 67
OBJETIVO ESPECIFICOS 67
5.1 RESUMEN DE LA INFORMACION 68
5.2 CUADRO DE DEPRECIACION 71
5.2.1. ANÁLISIS DEL CUADRO DE DEPRECIACIÓN 71
5.3 ANALISIS DE LA MATRIZ DE VENTAS 72
5.4 ANALISIS DEL CUADRO DE CAPITAL DE TRABAJO 74
5.5 ANALISIS DEL CUADRO DE INVERSION 76
5.6 ANALISIS DEL CUADRO DE AMORTIZACIONES E INTERESES 76
5.7 ANALISIS DE LA PLANILLA DE INVERSION 77
5.8 ANALISIS DE RESULTADO 78
5.9 ANALISIS DE LOS ESTADOS DE FUENTES Y USOS 79
5.10 ANALISIS DE LOS BALANCES GENERALES PROYECTADOS 80
5.11 ANALISIS DEL FLUJO DE CAJA 81
5.12 VALOR PRESENTE NETO 81
DIAGRAMA DE FLUJO 82
5.13 TASA INTERNA DE RETORNO 83
ANALISIS GLOBAL 84
CONCLUSIONES 85
RECOMENDACIONES 86
BIBLIOGRAFIA 87

LISTAS DE TABLAS

Tabla #. 1 Distribución de la Muestra de Acuerdo a la Clase Social
Tabla #. 2 Producción Mensual
Tabla #. 3 Pronósticos de Ventas Mensuales
Tabla #. 4 Capacidad de Producción
Tabla #. 5 Maquinaria, Muebles y Enseres
Tabla #. 6 Materia Prima
Tabla #. 7 Necesidades para la Instalación
Tabla #. 8 Servicios Públicos
Tabla #. 9 Póliza de Seguros
Tabla #. 10 Ficha técnica Muebles y Enseres Area Administrativa
Tabla #. 11 Nivel de ventas por año
Tabla #. 12 Resumen de la información
Tabla #. 13 Gastos de administración
Tabla #. 14 Cuadro de Depreciación Anual
Tabla #. 15 Matriz de Ventas y Gastos
Tabla #. 16 Publicidad
Tabla #. 17 Capital de Trabajo
Tabla #. 18 Cuadro de Inversiones
Tabla #. 19 Cuadro de Amortización e Intereses
Tabla #. 20 Planilla de Inversiones
Tabla #. 21 Estado de Resultados
Tabla #. 22 Estados de Fuentes y Usos
Tabla #. 23 Reparto de Utilidades
Tabla #. 24 Balances Generales Proyectados
Tabla #. 25 Flujo neto de caja
Tabla #. 26 Flujo neto de caja valor presente neto

INTRODUCCION

Este proyecto tiene como objetivo determinar la viabilidad comercial, técnica, administrativa, legal, económica y financiera del montaje de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de diferentes tipos de artesanías Colombianas.

Para tal efecto se determinaron los procedimientos establecidos para la creación de una empresa con proyecto de inversión privado. En consecuencia, se busca establecer si existe un mercado factible para la elaboración y comercialización del producto; esto se logra a través de un estudio de mercado que capte toda la información conveniente a los gustos, preferencias y aptitudes de los consumidores de este tipo de productos en Barranquilla , después con las otras Ciudades del país y luego internacionalmente.

La información relacionada con los requerimientos técnicos y operativos necesarios para la elaboración y comercialización del producto, se consignaron en el estudio técnico, también se determinó la ubicación óptima de la empresa, los requerimientos del recurso humano necesario, tamaño de la empresa, las necesidades de insumos y de equipos.

Se llevo a cabo igualmente el estudio administrativo en donde se establecieron los manuales de funciones, el de procedimiento, el de higiene y salud ocupacional, así como el reglamento interno, los requisitos de equipos de oficina, de comunicación, la misión, visión y estructura administrativa.

La evaluación consta de dos estudios; el primero es el estudio económico, que comprende la recopilación de los ingresos, gastos y costos que se generarían con la puesta en marcha del proyecto empresarial; el segundo estudio es el financiero, en donde se evalúa la rentabilidad del proyecto, teniendo en cuenta su vida económica y el costo de oportunidad de la inversión.

Seguidamente, se procedió a determinar los requerimientos, los documentos, el tiempo, el costo y obtener la viabilidad legal de la empresa. Este estudio es tramitado ante las autoridades legales de orden nacional y Distrital. La licencia ambiental es un paso complementario.

Esta investigación se realizó porque no existe en la Costa Atlántica una empresa que reúna en un solo lugar Artesanías étnicas colombianas, como Artesanías de Colombia. De ser viable el proyecto empresarial que llevara por nombre Artesanías Étnicas Colombianas, tendrá como tarea ayudar a impulsar conservar y preservar las costumbres y culturas de los grupos indígenas que elaboran los diferentes productos, y garantizarles fuentes de trabajo, que aseguren ingresos y así mejorar su nivel y calidad de vida.

UNIVERSIDAD SIMON BOLIVAR
HEMEROTECA
BARRANQUILLA

ARTECOL

1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.

El Departamento del Atlántico, se ve enfrentado a altas tasas de desempleo, en los actuales momento estamos hablando de un 16% de desempleados, cuyo costo económico y social cada día adquieren mayores dimensiones. Esto se debe a muchos factores tales como la inseguridad, despidos masivos, restructuraciones, la falta de una mayor absorción de mano de obra calificada y no calificada. Para las grandes empresas es difícil en estos momentos generar nuevos puestos de trabajo, por lo cual, se ha observado constantemente recortes de personal, lo que han ocasionado un alto incremento en la fuerza laboral cesante, implicando a su vez menores alternativas de desarrollo y posibilidades de mejorar el nivel de vida de la mayoría de la población.

Aunque la actividad económica tradicional no ha sido suficiente para emplear a toda la población económicamente activa, la microempresa ha acogido gran parte de la población desempleada, debido a que su estructura productiva y financiera permite con una baja inversión producir en pequeña y mediana escala, como lo es, el caso de las manualidades en Colombia, utilizando intensivamente mano de obra calificada y no calificada.

Ante esta situación, debe imponerse la creatividad y destreza, para crear negocios propios, que llevaran a las personas cambiar de actitud y pensamientos, ante la posibilidad de convertirse en empleadores y generadores de empleo, y tomar decisiones de tipo comercial, financiero y operativo.

En vista de lo anterior, surge la idea de un plan de negocios para la produccion y comercialización de Artesanías Étnicas colombianas. En los actuales momentos las artesanías son elaboradas por los indígenas del país y nucleos de familias dedicadas a las manualidades, y aprovechar que este sector comercial han tenido mucha acogida en los mercados nacionales e internacionales. Es una manera de generar empleos a estos grupos de artesanos, para que mejoren su calidad de vida, y ayudar a preservar sus costumbres y núcleos familiares.

En la actualidad, en la ciudad de Barranquilla se cuenta con diez (10) locales comerciales registrados que se dedican a la venta de artesanías, De igual forma,

cabe notar que con la apertura económica han penetrado al país nuevos productos artesanales decorativos, provenientes principalmente de los Estados Unidos, México, Ecuador, Bolivia, Perú y otros Países, con una importante participación en el sector de la decoración.

Por lo anterior, se destaca que existe un mercado potencial, al cual se puede acceder a través de la elaboración y comercialización de Artesanías Étnicas Colombianas; se tendrá un proceso productivo continuo durante todo el año, y con unos estrictos controles de calidad como único requisito de supervivencia. El proceso productivo de las artesanías se llevará a cabo directamente en las comunidades y regiones donde habitan los artesanos comenzando por los grupos asentados en la Costa Atlántica tales como (los Wayuu de la Guajira, los Chinuanos de Sincelejo, los Arahuacos de la Sierra Nevada de Santa Marta, los de Sinu, ubicados en San Jacinto, Bolívar, los Cogui ubicados en el Cesar). Estos grupos cuentan con el personal capacitado y las herramientas necesarias para la elaboración de las diferentes líneas artesanales, solo se les hará llegar todo los insumos requeridos para la elaboración.

Por otro, lado se pretendió evaluar el número de personas que estarían dispuestas a comprar este producto en la ciudad de Barranquilla como punto de inicio del plan de negocio y después a otras ciudades del país; de igual manera, se pretendió establecer el proceso técnico operativo de la comercialización que permita penetrar mas fácilmente el mercado consumidor; diseñar la forma y el número de personas que deben hacer parte de la estructura administrativa, con el fin de que la organización funcione a cabalidad. Diligenciar la normatividad legal acorde con esta empresa y por último, se buscó cuantificar los gastos, los costos, los ingresos y la rentabilidad del proyecto.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

- ¿ Será viable desde el punto de vista comercial, técnico, administrativo, legal, económico y financiero la creación de una empresa dedicada a la proucción y comercialización de diferente tipos de artesanías colombianas.
- ¿Qué factores se deben tener en cuenta para determinar el mercado del producto?.
- ¿ Como será el proceso técnico operativo mas idóneo para la comercialización de estos productos?.
- ¿Cuál debe ser el perfil del personal del área administrativo que mejor se ajuste a la empresa?
- ¿ Cual seria la documentación legal para poner en marcha la empresa?.
- ¿Cuál seria la rentabilidad del Proyecto ?.

2. OBJETIVOS

2.1 GENERAL

Realizar un Plan de Negocios que determine la factibilidad de la creación de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de diferentes tipos de artesanías colombianas.

2.2 ESPECIFICOS

- Determinar el número de consumidores potenciales y las características de las personas que estarán dispuestas a comprar el producto, en la ciudad de Barranquilla.

- Establecer el proceso técnico - operativo que permita penetrar fácilmente en el mercado de las artesanías colombianas.

- Especificar la normatividad legal a la cual estará sujeto el proyecto empresarial acorde con su actividad.

- Determinar el número y el perfil de las personas que conformarían la estructura administrativa, con el fin de que la organización funcione a cabalidad.

- Determinar la rentabilidad financiera del proyecto .

3. JUSTIFICACION

En primera instancia, se justifica este trabajo de investigación porque contribuye a la factibilidad de un proyecto empresarial dentro del campo de la formulación y evaluación de proyectos. En efecto, las conclusiones y recomendaciones establecidas en él determinarán si es viable o no la elaboración y comercialización de diferentes tipos de artesanías Colombianas. Estos productos tienen mucha importancia, al momento de elegir prendas de vestir, artículos de dormitorio y en el sector de la decoración en general.

En segunda instancia, si la formulación y evaluación dan un resultado positivo, la empresa se puede llevar a cabo, y puede generar empleo tanto directo como indirecto a los grupos indígenas residentes en la Costa Atlántica, a mujeres cabeza de hogar que se dedican también a la elaboración de manualidades. Además de mejorar el nivel de vida de estas personas, y conservar y mostrar la cultura de esta parte del país, estos productos aparte de ser decorativos también son básicos para las necesidades de las personas, tales como las prendas de vestir, artículos de dormitorio (Chinchorros, Hamacas), utensilios de cocina etc.

La creciente expansión del sector artesanal en mercados Nacionales e Internacionales y la significativa participación dentro de los niveles de empleo a nivel Regional y Nacional, ha llevado al Estado a reconocer la importancia de las artesanías y han tenido mucho respaldo en los planes y programas creados por el Gobierno y otras entidades para el sector artesanal, como Artesanías de Colombia[1], Mincomex (Ministerio de comercio exterior) Minercd (Empresa Nacional mineral Ltda.) Proexpor, SENA, Gobernación del Atlántico, Alcaldía del Distrito de[1] Barranquilla.

Cabe notar la importancia que tiene el proyecto empresarial para sus gestores, teniendo en cuenta que el sector artesanal tiene una serie de problemas estructurales, entre lo que se destaca la reducida unidad de producción, generalmente asociada a las limitaciones técno-administrativas que, a su vez, tienen que ver con los niveles de escolaridad, cuya educación formal es limitada, lo que constituye fuente notable de dificultad para el desarrollo.

Los bajos niveles de escolaridad se relacionan con el hecho de que el aprendizaje de los oficios artesanales es de carácter informal y se da especialmente en el contexto familiar y por iniciativa personal, mediante la participación directa en los procesos productivos. Su carácter es altamente informal y se concentra en el aspecto técnico del proceso y en el aspecto formal del producto, donde juega un papel preponderante el gestor del proyecto quien tendrá la misión de contribuir al

[1] 1 Artesanias de Colombia, Guia comercializacion de Artesanias.

mejoramiento del sector, con estrategias de apoyo al trabajo individual o colectivo estimulando la aplicación de tecnologías apropiadas que garanticen la calidad del productos, la eficacia en el uso racional de los recursos, criterios de rentabilidad y el ejercicio de la gestión, fomentando las condiciones que permitan el logro financiero.

4. MARCO DE REFERENCIA

4.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS.

Las artesanías, en su comienzo eran producidas en pequeña escala por grupos de indígenas que elaboraban diferentes tipos de tejidos, arte que fue pasando de generación en generación para conservar la costumbre; este arte es enseñado por los abuelos, padres y demás familiares. También existen núcleos de familias dedicados a la elaboración de todo tipo de manualidades residentes en la costa atlántico, centrándose aún mas en la ciudad de Barranquilla, región que siempre se ha considerado importante en el desarrollo de este oficio.

El oficio artesanal constituye una clase de proceso productivo que, a la vez pueden comprender líneas especificas de producción. En síntesis es una actividad especializada que se enmarcan en el saber de las destrezas adquiridas y desarrollados por los artesanos a través de la tradición socio cultural de sus pueblos.

El sector artesanal ha tenido una serie de problemas estructurales, entre los que se destacan la reducida unidad de producción, generalmente asociada a las limitaciones técno-administrativas que, a su vez, tienen que ver con los niveles de escolaridad, cuya educación formal es limitada, lo que constituye fuente notable de dificultad para el desarrollo de éstos.

Los bajos niveles de escolaridad se relacionan con el hecho de que el aprendizaje de los oficios artesanales es de carácter informal y se da especialmente en el contexto familiar y por iniciativa personal, mediante la participación directa en los procesos productivos. Su carácter es altamente informal y se concentra en el aspecto técnico del proceso y en el aspecto formal del producto,

En la actualidad el producto artesanal tiene una creciente expansión en los mercados Nacionales e Internacionales y la significativa participación económica dentro de los niveles de empleo a nivel Regional y Nacional, específicamente en los beneficios definidos por las políticas estatales de estímulos, al reconocer la importancia de las artesanías como sistemas productivos para la generación de nuevos empleos y se le han otorgado mucho respaldo en los planes y programas creados por el Gobierno.

El proceso productivo no se llevara acabo en la ciudad donde se comercializara el producto , porque la mayoría de los artesanos son indígenas y estos como cuentan con su personal capacitado y herramientas de trabajo en sus

comunidades , prefieren realizar sus trabajos en su medios por comodidad y costumbres, y la unión de los núcleos familiares. El proyecto en su etapa de inicio comenzara con los grupos de indígenas asentados en la Costa Atlántica , en especial los Wayuu; las actividades de comercialización se iniciarán en la ciudad de Barranquilla con proyección comercial en el resto del país e Internacionalmente; la empresa estará sujeta como condición de supervivencia a una constante modernización e innovación en sus productos, los diseños, formas, tamaños, y colores serán elaborados a gusto y sugerencias del cliente, para poder competir en el mercado nacional e internacional.

4.2 MARCO GEOGRÁFICO.

El proyecto de inversión tiene como población objetivo en su etapa de inicio, el mercado de consumidores de la ciudad de Barranquilla, ubicada sobre la ribera occidental del Río Magdalena, a pocos kilómetros de su desembocadura en el mar Caribe. Barranquilla es Puerto Aéreo, Marítimo, Fluvial y de Comunicaciones. Tiene una extensión 154 kilómetros, y su temperatura promedio es de 25 a 29 grados centígrados durante el día; su clima es agradable durante buena parte del año debido a su cercanía al mar Caribe, refrescando en buena manera los vientos alisios que se pasean por todo su territorio; la mayor elevación es de 500 metros. Existen extremos climáticos en el Departamento: árido al Norte y húmedo al Sur, llueve por temporadas, de mayo a junio y agosto a noviembre; está conformada por 1.359.700" millones de habitantes cuyo rasgo común es la espontaneidad, se dedican al trabajo en cuatro sectores productivos: la Industria, los Servicios, el Comercio y el Transporte. Sobresale entre ellos la actividad industrial manufacturera y metalmecánica, la producción de alimentos y bebidas, las confecciones y sustancias químicas. Esta ciudad como capital del Departamento del Atlántico es un lugar estratégico para el desarrollo del comercio Internacional.

4.3 MARCO TEÓRICO

Para la realización de este proyecto se llevará a cabo un plan de negocios, que consiste en el estudio de mercado, técnico operativo, administrativo, legal, financiero, los cuales se extenderán profundamente en los capítulos respectivos,

La prioridad del proyecto es la producción de diferentes líneas artesanales realizadas por indígenas de la Costa Atlántica y otros núcleos de familias dedicadas a este arte, en especial las artesanías Wayuu; basándose en los diferentes tipos de productos, sobre todo los mas usuales, se describen por oficios a continuación.

Textilería: Elaboración del producto mediante el entretejido de hilos realizado en telares artesanales que pueden ser, verticales, horizontales y de cintura .
Se obtienen piezas diferentes según el material de los hilos (hilaza, hilo de algodón, lana, seda, fique etc.). En la Textilería se incluyen otros trabajos que son el anudado de uno o mas hilos o fibras, realizado directamente a mano o con agujas, en telares pequeños de marco o de cintura; dentro de este oficio aparecen numerosas aparecen líneas especiales especializadas como el ganchillo, (crochet),[22] el punto (tricot)", el macramé" trenzado y tapicería de colgadura.

Línea de Productos. Hamacas, chinchorros, mochilas, bolsos, ruanas, sobre camas, alfombras, individuales, caminos de mesa, calzados etc.

Trabajos en tela: Costura o confección consiste en la elaboración de prendas de vestir en diferentes clases de materiales, especialmente telas de algodón, sedas.
Otras actividades en telas consisten en la decoración de textiles y cintas, mediante la ejecución de bordados (en alto relieve, punto de cruz, calados) pinturas, encajes labrados en hilo de seda.

Línea de productos: Prendas de vestir, ropa de cama, ropa de cocina y de baño, forro para muebles, tapices de pared, individuales, las molas cunas que representan una línea especifica para bolsos, cojines y tapetes.

Tejeduría en fibras naturales: Básicamente es el trabajo especializado de entrecruzamiento, trenzado o anudado de uno o mas hilos o fibras, comprende varias especialidades entre ellas las que se destacan una linea de sombrería y cordelería entre otros.
La sombrería se identifica por el producto que es el elaborado con diversas técnicas, entre las que se destaca el cruce a mano de fibra para construir directamente el producto y elaboración de trenzas o rollos con los que se arma el objeto teniendo el material por sus bordes sobre montados y en movimiento espiral, sujetado mediante costuras o hilvanadas son elaborados en palma de iraca, la caña flecha, la palma telera.

Línea de Productos: Sombreros, bolsos, tapetes, individuales, alfombras, carpetas, mochilas,

Porcelanicrón: Oficio de preparación de masillas con harina (fécula de maíz, o pan pulverizado) mezclado con pegantes y óleos, utilizados para la elaboración de figuras y otros productos de carácter decorativos son denominados como productos en cerámica fría, se le aplica la técnica de modelado y se hace uso

[2] 2 Artesanias de Colombia, Guia de Artesanias Colombianas e identificacion del oficio.

UNIVERSIDAD SIMÓN BOLÍVAR
HEMEROTECA

intensivo del color que es el otro aspecto que da carácter al trabajo estético de porcelanicrón.

Línea de Productos: figuras (humanas, frutos, verduras, paisajes, petacas, flores y varias miniaturas).

Cerámica y Alfarería: estas especialidades de producción en objetos de arcilla constituye varias ramas, por tradición, se da el nombre de alfarería al trabajo rustico de manera exclusiva en barro y una sola cocción, para la elaboración de vajillas y figuras. Mientras que la cerámica es la actividad tradicional de producción de objetos en arcilla cocida esmaltada o porcelanizada de alta calidad y excelente acabado; para la construcción de las piezas, se aplica las técnicas de moldeado, modelado en rollo y torneado.

Líneas de producción. Ollas. Jarras. Materas, jarrones, platos, cofres, mucuras, collares, cazuelas, cucharas.

Cestería: Elaboración de productos contenedores, mediante el tejido y trenzado de fibras vegetales; la cestería se caracteriza por la aplicación de fibras duras y semiduras, como el bejuco, cañas, tallos ripiados, cortezas, hojas de palmas, pajas, fique, bambú y corteza.

Línea de Producción. Canastos, petacas, cestas, bandejas, papeleras y marcos.
Grabados en frutos y semillas secas: Elaboración de productos caracterizados por el trazado de diseño mediante el rayado, incisión y pirograbado (trabajos elaborados con moldes calientes al rojo vivo) sobre la superficie de frutos y semillas, generalmente de formas globulares, se destaca el totumo, cocos, calabaza.

Línea de Producción. Totumos decorados, cucharas, maracas, calabazo decorado, coladores, cocos pulidos, pulseras, anillo, accesorios.

Talla en Madera: Trabajo en maderas duras y blandas, a las cuales se le extrae astillas, bocados o fragmentos por perforación, fricción o pulimento hasta ir diseñando la figura o cuerpo del objeto deseado, los diseños corresponden a todo tipo figuras, basados en el manejo de superficies mediante alternativas bajo relieve y escultura.

Línea de Producción. Figuras (humanas, de animales, frutos), Utensilios (de mesa y cocina), bateas, mascaras, útiles de escritorios , marcos, portarretratos , y otra figuras decorativas.

Enchapado en Tamo: Actividad que consiste en el trabajo de aplicación de revestimiento de objetos decorativo tatuado parcialmente, con fibras vegetales, especialmente el tamo o tallo de la espiga, arreglado en laminillas es pegado a cualquier objeto.

Línea de producción. Cofres, bandejas, cajas, tarros, barriles, platos, jarros, marcos, bomboneras, adornos para el baño y de cocina .

Taracea: Oficio basado en la técnica de pegado e incrustaciones de materiales, generalmente de carey, caparazón de coco, hueso, Cuerno, dispuestos decorativamente sobre superficies, las figuras por lo regular, tienen a ser de carácter geométrico y disposiciones rítmicas. Las pequeñas piezas son ayudadas a fijar en las incrustaciones con pegantes especiales.

Línea de producción. Cofres, marcos, bomboneras, tarros, bandejas, posavasos, portarretratos, jarros, centros de mesas, y otros tipos de adornos.

Cereria: Elaboración de objetos útiles y decorativos, con sustancias viscosas semiduras de origen animal y vegetal, moldeables a baja temperaturas, son comunes la cera de abejas y la parafina, se incluyen dentro de estos trabajos los productos elaborados en cebo de res; la técnica consiste en el ablandamiento y/o licuado de las sustancias para proceder al modelado. El material se calienta hasta alcanzar un punto liquido para su vaciado en moldes.

Línea de Productos. Cirios, velas, velones decorados y toda clases de figuras utilizadas para la decoración.

4.4 MARCO CONCEPTUAL

El marco conceptual relativo a este arte se sintetiza en una definición de artesanía y en su clasificación, que mantiene una referencia permanente con la dimensión practica de la actividad determinada por hacer del oficio artesanal una producción creativa, el cual se identifica finalmente a través del producto.

Artesanía: Actividad de transformación para la producción creativa de productos específicos que cumplen una función utilitaria, la cual se realiza a través de la estructura operativa de los oficios y se lleva acabo en pequeños talleres, predominio de la energía humana , física y mental, generalmente, complementada, con herramientas y maquinas relativamente simples.

Artesanía Indígena: Producción que constituye expresión de la cultura con que se elaboran bienes integralmente útiles, rituales y estéticos, condicionados directamente por el medio ambiente, físico y social, realizada para satisfacer expectativas, socialmente determinadas y en la que se concreta el conocimiento de la comunidad sobre los recursos del entorno geográfico, conocimientos que se transmiten directamente a través de las generaciones.

Artesanía tradicional y popular: producción especializada de objetos y útiles estéticos en los que existen completo dominio de los materiales, generalmente procedente de hábitat de cada comunidad. Sus saberes se transmiten generacionalmente y son expresión fundamental de la cultura con que se identifica las comunidades mestizas y negras, cuyas tradiciones están constituidas con el aporte de la poblaciones amerindias y africanas, influidas por rasgos culturales de los orígenes inmigrantes europeos.
Artesanía Contemporánea: Producción de objetos útiles y estéticos en cuyos procesos se integran elementos técnicos y formales procedentes de diferentes contextos socioculturales. Culturalmente, tiene una característica de transición hacia la tecnología moderna y/o a la aplicación de principios estéticos de tendencia universal y académicos, tiende a descartar la creatividad individual expresada por la calidad y originalidad del estilo del artífice.

Artesano: Persona que ejerce una actividad profesional creativa en torno de un oficio concreto en un nivel manual y conforme a sus conocimientos y habilidades técnicas y artísticas. Trabaja en forma autónoma, deriva su sustento principalmente de dicho trabajo y transforman en bienes útiles su esfuerzo físico y mental .

Taller Artesanal: Espacio físico y operativo (que bien puede ser parte de la vivienda), delimitado para la ejecución de las actividades de un oficio o rama especializada de la producción, generalmente, enmarcados en una expresión cultural particular; actividad mediante las que los ejecutores van transmitiendo los conocimientos de la profesión al resto del grupo .

Diseño: Cuando se tiene en mente definido como se van hacer un objeto y sus características generales , y comienzan ha escoger detalles de color, forma, tipos de adornos, y otras característica mas especificas se esta definiendo el diseño del producto, influye bastante en la aceptación que pueda tener objeto artesanal en sus compradores.

Técnicas: En la elaboración de un trabajo artesanal se requiere el manejo de una técnica, que es la que dice que y como se debe hacer cada actividad para la producción de artículos; la selección de los materiales y el empleo de las herramientas son muy importantes para la elaboración de los productos .

Control de Calidad: La Calidad de los productos dependen en gran parte de la calidad de sus materias primas e insumos, si se emplea materia prima mal seleccionada , los artículos pueden salir defectuosos y esto afectaría negativamente la calidad de estos, cuando se hace una buena elección de los insumos se puede ofrecer a los clientes productos útiles con buenos acabados, que se les puedan garantizar, la duración y la resistencia de los mismos.

Control Estadístico de la Calidad. Son las técnicas utilizadas por la estadística descriptiva para determinar en términos de variación los niveles de calidad. Entre otras técnicas se pueden mencionar, Histogramas, graficas de control, análisis de varianza y confiabilidad.

Diferenciación de Producto. Es el valor agregado en términos de funcionalidad y calidad que se le puede dar a un producto.

Telar: Instrumento para tejer, compuesto por dos palos verticales paralelos llamados largueros y dos palos horizontales paralelos llamados travesaño, arman entre si un marco de palo de madera de donde se fija la urdimbre.

Urdimbre: Hilaza a lo largo de un telar colocadas paralelamente a los orillo.

Hilaza: Algodón hilado 100%, fibra natural vegetal, extraído de la semilla del árbol del algodón.

4.5. MARCO LEGAL.

Al desarrollar un proyecto de inversión se hace necesario realizar un estudio de tipo legal, con el fin de establecer si la empresa cuenta con una viabilidad en este aspecto, que le permita ingresar formalmente al mercado en el cual se va a desarrollar.

En este orden de ideas, para el desarrollo de las actividades correspondiente a la implementación y a la operación del proyecto, se le debe dar a éste el respaldo jurídico necesario. Por lo tanto, es necesario analizar las ventajas y desventajas que ofrecen los diversos tipos de empresas de acuerdo con su constitución jurídica hasta llegar a seleccionar el más adecuado a las características del

proyecto y a las aspiraciones y posibilidades de quienes están interesados en realizarlo.

Hay sociedades de personas, de capital y mixtas. Entre las de personas están las colectivas, las en comandita simple, las cooperativas y las comunitarias. Las de capital son las anónimas y las en comanditas por acciones. Las sociedades de responsabilidad limitada son catalogadas como mixtas.

Tanto la empresa individual como los diversos tipos de sociedad, presentan una serie de ventajas y desventajas que deben ser analizadas detenidamente, para establecer cual es la que mas se adecua a las necesidades del proyecto. También deben ser analizados los requisitos exigidos en cada caso para formalizar la empresa.

Entre los requisitos legales que se deben tener en cuenta para la creación de una empresa particularmente en Barranquilla, se encuentran los siguientes:

Acta de Intención: Es la que elaboran los socios, en común acuerdo, donde manifiestan su intención de constituir la sociedad. Dicha acta debe contener los siguientes datos: Nombre y domicilio de las personas que intervienen como socios; nombre o razón social; domicilio; Clase de sociedad; aporte de capital; forma de administrar, con indicación de las atribuciones y facultades de los administradores; forma de convocar a juntas y asambleas en sesiones ordinarias o extraordinarias; duración y causales de disolución; forma de hacer la liquidación; nombre del representante legal; domicilio facultades y obligaciones del representante legal; facultades y obligaciones del revisor fiscal.

Certificado de Homonimia: El certificado de homonimia es un documento que expide la cámara de comercio con el fin de dar a conocer al interesado si alguna sociedad, persona natural o establecimiento comercial aparece registrada con la misma razón social de la empresa.

Escritura Publica: En una notaría de la ciudad, la empresa debe elevar el acta de constitución a escritura publica. La escritura publica es la minuta legalizada por un notario publico, teniendo presente que dicha minuta contenga todo los puntos especificados anteriormente en la acta de intención.

Formalización Comercial: Toda empresa deberá adelantar los siguientes tramites en la Cámara de Comercio con el fin de ser reconocida legalmente ante la sociedad Barranquillera y de Colombia.

Registro Mercantil.

UNIVERSIDAD SIMON BOLIVAR
HEMEROTECA
BARRANQUILLA

Certificado de Existencia y Representante Legal.
Foliación de Libros.

Matricula en el Registro Mercantil: Todo empresa, ya sea persona natural o jurídica, así como todos sus establecimientos de comercio, deben matricularse en la Cámara de Comercio correspondiente.

Certificado de Existencia y Representación Legal: Con este certificado se especifican en términos legales quien es la persona que representará a la empresa para todos los efectos legales, además también india la existencia de la empresa.

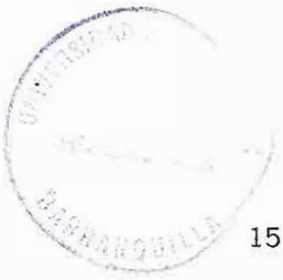
Filiación de libros: Por ley todo los empresarios deben presentar a inscribir los libros de comercio en la cámara de comercio. (libro mayor y de balances, libro diario de ventas, libro de inventarios y balance).

Procesos de Formalización Tributaria: los pasos que debe seguir una empresario para hacer la formalización tributaria de su empresa son:

Diligenciar el Formulario de Registro Único Tributario RUT.
Cumplir con los requisitos de la formalización comercial
Solicitar el NIT ante la Dilección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN
Inscribirse en régimen Impuesto al Valor Agregado IVA que le corresponda.
Realizar las declaraciones, dentro de la fecha establecidas por la ley.

Formalización Bancaria: Con el fin de darle un mejor y mas fácil manejo a los recursos que recibe la empresa, colocarlos a ganar intereses mientras no se tengan movimientos y poder disponer de ellos en cualquier momento de una manera ágil, se acostumbra a formalizar la apertura de una cuenta corriente en cualquier de las instituciones bancarias de la ciudad.

La cuenta Corriente: es un contrato mediante el cual personas naturales o jurídicas adquieren la facultad de consignar sumas de dinero y cheques en un Banco y disponer parcial o totalmente de tales sumas mediante el giro de cheques y/o utilización de la Tarjeta Debito.



5. TIPO DE INVESTIGACION

5.1 METODO

En términos de la especialidad que corresponde a la ciencia económica y del tema en sí se asumió la dirección del método analítico - inductivo. Se trató entonces de abordar la problemática del sector artesanal desde el punto de vista analítico. Se utilizó el método inductivo, que consiste en observar las características del todo a través de la descomposición de sus partes, a fin de entender sus relaciones de correspondencia para lograr así una aproximación a la síntesis del problema objeto de estudio.

En las técnicas de investigación los procedimientos prácticos que sirvieron para llevar a cabo la presente investigación, son los siguientes.

5.2 TÉCNICA DOCUMENTAL:

Permitió obtener información para estudiar el comportamiento de los tapices mas importantes de funcionamiento del sector de artesanía, para ello el análisis se realizó a través de la revisión de textos, documentos de estudios elaborados, boletines y folletos emitidos por las diferentes entidades que ayudan de manera directa e indirecta los programas de desarrollo empresarial en especial al sector artesanal, la Presidencia de la Republica por medio de sus entidades que son las encargadas de dar apoyo tales como el SENA, Artesanías de Colombia, Ministerio de Comercio Exterior, Ministerio de Desarrollo, Alcaldías, Fundación Santo Domingo, Mushaisha de Intercor, Comunidad Europea.

5.3 TÉCNICA ESTADÍSTICA:

Permitió captar de manera exacta el alcance de la problemática del sector dedicado a las artesanías; por ello el estudio se basó en cuadros, gráficos numéricos, lineales, resultando de la recopilación de datos suministrados por medio de encuestas que permitieron clasificar, tabular, interpretar las exigencia de las necesidades del sector artesanal; además del formulario de encuesta que se aplicó, se utilizó la entrevista a 384 personas de los estratos 3,4,5,6 en la ciudad de Barranquilla .

Para efecto de una mejor delimitación temática se tuvieron en cuenta el numero de empresarios dedicados al sector de artesanías registradas y censados pos la

cámara de comercio por el DANE y SENA, Numero de posibles Consumidores, nivel socioeconómico, edad, sexo, estrato, ingresos.

5.4 POBLACIÓN Y MUESTRA.

El tamaño de la muestra de la población de la ciudad de Barranquilla, que cuenta con 1.359.700 habitantes, que se determina teniendo en cuenta sexo, edad, ingresos, estratos, se utilizo la formula de muestreo por conglomerado, puesto que bo se conoce con exactitud el numero de consumidores potenciales .

$$n = \frac{Z^2 * P * Q}{e^2}$$

donde
n= Tamaño de la muestra
p= Probabilidad de ser consumidores regulares
Q= probabilidad de no ser consumidores
e= nivel de error
a= nivel de significancia
N= numero de habitantes

n= ¿?

N= 1359700 habitantes
P= 0.5 (se establece la mayor probabilidad dado que no se tiene datos tabulados Del numero de consumidores).
Q= 0.5 (que establece la mayor probabilidad de no consumir el producto)
a= 95% de significación el error por consiguiente es
e= 5% ---------- Zc= 1.96

$$n = \frac{(0.5)(0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2} \qquad n = \frac{0.9604}{0.0025} \qquad n = 384 \text{ Personas}$$

La forma como se determino el tamaño de la muestra se justifica dado que no se conoce el tamaño de la población de la ciudad de Barranquilla que consume frecuentemente este tipo de producto, implica que se tenga que utilizar la formula de la muestra por conglomerados, que es la que se utiliza cuando se desconoce la población consumidora. En consecuencia la encuesta debe se aplicada en 384 personas.

Tabla # 1
Distribución de la Muestra de acuerdo a la clase social.

Clase Social	Participación Clases %	Participación de la muestra
Media-Media	35%	134
Media-Alta	30%	115
Alta-Baja	20%	77
Alta-Media	10%	38
Alta-Alta	5%	19
Total	100%	384

UNIVERSIDAD SIMON BOLIVAR
HEMEROTECA
BARRANQUILLA

6. OPERACIONALIZACION DE VARIABLES.

6.1 VARIABLE 1. MERCADO

Características del sector y barreras de entrada del mercado
Percepción y generalidades de los clientes
Producto
Tamaño
Canales de distribución
Publicidad

6.2 VARIABLE 2. PLAN DE OPERACIONES

Ubicación de la empresa
General
Particular
Tamaño
Materia prima
Maquinaria y Equipo
Mano de obra
Proceso productivo

6.3 VARIABLE 3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Nivel Jerárquico
Generalidades de la empresa
Manual y reglamentos
Estructura administrativa

6.4 VARIABLE 4. ESTUDIO LEGAL

Entidades legales autorizadas
Tramites lágales necesarios

6.5 VARIABLE 5. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

Resumen de la información monetaria
Cuadro de los estados de resultados
Proyeccinto de ventas
Análisis de costos, punto de equilibrio
Valor presente neto tasa interna de retorno.

ARTECOL

RESUMEN EJECUTIVO

Artesanias Etnicas de Colombia es una empresa productora y comercializadora de diferentes tipos de artesanias colombianas, estará ubicada en la ciudad de Barranquilla en la calle 79 con la carrera 51B en su etapa de inicio, con proyeccion de (2) año operar en otras ciudades del pais e internacionalmente

La estructura organizacional, está diseñada para clarificar quien tiene que hacer cada tarea y quien tiene la responsabilidad de los resultados, perfil del personal del area administrativa, la documentación de procedimientos de regulaciones internas se encuentran en los manuales, de procedimientos, y normas que se encuentran a disposición de todos los empleados,

La empresa, con sus diferentes tipos de productos, no solo ofrecerá articulos para la decoración, tambien tiene una línea de productos de consumo básicos de primera necesidad como, articulos de dormitorio, prendas de vestir y utencilios para la cocina, servicio de decoracion de interiores, eventos de todo tipo, y la confeccion de prendas de vestir.

Estará situada en un mercado con suficiente demanda para asegurar su fututo y crecimiento, el mercado meta en estudio son personas residentes en la ciudad de Barranquilla, esta ciudad tiene 1.359.700 habitantes de acuerdo a la proyecciones del DANE con base en censo 1.993. y un mercado objetivo ubicado en los estratos 3, 4, 5, 6, estimandose que es 25 % de la poblacion de Barranquilla , con ingresos superiores a un salario mínimo, edades comprendidas entre 15 a 70 años, todo los sexos, y raza , el tamaño de la poblacion objetivo de este producto es de 1.359.700 * 25% = 339.925 personas. La paticipacion que la gerancia de la empresa estima es del 5% de la poblacion total enonces 339.925 * 5 % = 16.996 personas, quienes serán los consumidores potenciales.

Los objetivos y metas de la empresa es convertirse en el 2006 en líder en la produccion y comercialización de artículos artesanasles de diferente tipo , para esto es necesario cumplir con las metas establecidas de ventas mensuales de $ 33.33.000.oo. flujos disponibles mensuales y crecimiento de los mismos. El lanzamiento de la campaña se llevará a cabo en su propia sede para el mes de abril del 2005. Los canales de distribucion que se eligio para adecuada distribucion del producto hacia los clientes uno directo con el que se puede llevar el producto directamente de la empresa al comprador final y otro canal será el de intemerdiarios. La meta de comunicación es generar un alcance maximo se selecciono dos medios uno escrito ,Elheraldo y el otro Radio sucesos R C N,

El factor que hace diferente esta empresa de su competencia; tiene contacto directo con varios artesanos, quienes serán las personas que elaborarán los artículos en exclusividad para garantizar la originalidad del producto y evitar copia de estos,; el cliente tendra la oprtunidad de ser quien escoja el diseño, tamaño, forma, del articulo de accuerdo a sus gustos y necesidades la fecha de entrega, forma de pago sin que se le incrementen los costos. Ademas el empaque del producto le sera util para decorar cualquier sitio de su vivienda.

El proceso productivo de la empresa Artesanías Étnica de Colombia, no se llevará acabo en la empresa como tal, por la dificultad de desplazamiento de los artesanos indígenas a la ciudad de Barranquilla, por medio ambiente, tipo de cultura, vivienda, alimentación, costumbres, mitos, religión y muchos otros factores, por el cual deben permanecer en su medio. Ellos trabajan al aire libre en espacios muy amplios ya tienen sus herramientas de trabajo para la producción. Solo se les debe entregar la materia prima, los diseños, la forma, tamaño, para que ellos elaboren los productos y luego son llevados a la empresa para su comercialización.

Para los Planes de financiamiento la empresa, requiere de un capital de trabajo y promoción de $ 72.122.734.oo para producir mas o menos 900 artículos de las diferentes líne, para el primer año de operaciones con proyecciones de incremento a tres años. La inversión inicial se requiere desde el inicio de operaciones. La TIR de la inversión es de mas del 160%, y el VPN es superior al 24%, el proyecto produce una rentabilidad del mas del 30% o superior.

ARTECOL

MODELO FORMATO DE ENCUESTA

Con el presente cuestionario se busca conocer la opinión de los encuestados acerca del tipo de artículos artesanales tanto decorativos como de primera necesidad, elaborados por indígenas colombianos.

Nombre _____
Edad _____Sexo_____
Dirección_____ Teléfono_____
Estrato_____Ocupación_____

1.¿Compra usted artículos artesanales elaborados por grupos étnicos colombianos y productos de decoración en porcelanicrón?

Si_____ No_____ Ocasionalmente_____

2. A continuación señale los tipos de artículos de decoración que prefiere usar

Productos artesanales importados_____
Productos para la decoración nacionales_____
Productos artesanal étnicos y manualidades nacionales_____
Otros? ¿Cual?_____

3. Si señalo el inciso tres de la pregunta anterior responda ¿Con que frecuencia compra usted productos artesanales de diferente tipo?

Semanal_____
Mensual_____
Ocasionalmente_____

4.¿Que cantidad compra regular u ocasionalmente?

a. 1 - 3 unidades_____
b. 3 - 6 unidades_____
c. ¿Otras cantidades? ¿Cuantos?_____
d. No consume

5.¿Cuanto invierte en productos artesanal y artículos para la decoración en porcelanicrón ?

Menos de $50.000_____
De $50.000 a $60.000_____
De $60.000 a $70.000_____
De $70.000 a $80.000_____
Mas de 100.000_____

6.¿Consigue usted productos artesanal de diferente tipo y artículos de para la decoración con frecuencia en un solo sitio?

Si_____ No_____

7.¿Como le parecería a usted la venta de diferentes artículos en artesanías étnicas y productos para la decoración en porcelanicrón?
Excelente_____
Buena_____
Regular_____
Mala_____

8.¿Esta usted dispuesto a comprar producto artesanales elaborados por grupos indígenas y núcleos familiares de esta región del país?

Si_____ No_____ ¿Por que?_____

9.¿En que lugar le gustaría encontrar productos de artesanías étnicas colombianas?

1. Tiendas de Artículos Artesanales_____
2. Almacenes de cadena_____
3. Aeropuertos_____
4. Otro lugar_____ ¿Cual?_____

10.¿Que clase de producto artesanales de primera necesidad y artículos para la de decoración compra regularmente.

Artículos para la cocina_____
Artículos para dormitorio_____
Ropa de vestir _____
Adornos varios para el hogar_____
Otros?_____ ¿Cual?_____

CAPITULO 1

ESTUDIO DE MERCADEO

INTRODUCCIÓN

El estudio de Mercado, busca determinar la viabilidad del proyecto desde el punto de vista de mercado, establecer si existe una demanda potencial para la producción y comercialización de diferentes tipos de artesanos Colombianas, en la Costa Atlántica, teniendo en cuenta que como punto de partida la comercializadora del producto se ubicara en su etapa de inicio en la ciudad de Barranquilla, en esa primera etapa se tiene previsto trabajar con los grupos de artesano de esta región del país, pero en especial las artesanías Wayuu. Para tal efecto se llevará a cabo la segmentación del mercado, donde va a operar la empresa, clientes potenciales del mercado. De igual manera se especificará las principales características de la competencia y de producto, canales de distribución, publicidad.

OBJETIVOS

GENERAL.

Establecer la viabilidad comercial del plan de negocio de diferentes tipos artesanías colombianas , de la Costa Atlántica y en especial la artesanía Wayuu, teniendo en cuenta la existencia de una demanda asequible.

ESPECIFICOS.

Especificar el mercado meta de la empresa .

Referir el producto y sus elementos diferenciales.

Establecer las empresas que representan una competencia directa o indirecta para la empresa.

Estipular el precio de los productos que se van a ofrecer.

Identificar los canales de distribución que mas favorezcan a la empresa.

Definir quienes son los clientes de ese producto.

Puntualizar el pronóstico de ventas con base en los resultados de las encuestas.

Establecer el plan de mercadeo de la empresa.

1.1 MERCADO.

1.1.1 Análisis Sectorial:

El mercado que se piensa penetrar es la población que tiene preferencia por el consumo de artesanías en la ciudad de Barranquilla con 1.359.700 habitante, de los cuales se han seleccionados los ubicados en los estratos 3,l 4, 5, 6 y en plazo de un (1) año a otras ciudades del país y en dos (2) años internacionalmente.
Los clientes de este producto se caracterizan por el consumo de objetos en general de tipo artesanal.
El mercado meta está compuesto por una serie de consumidores que tiene el interés y el acceso al producto.

Segmentación:
El mercado segmentado en la ciudad de Barranquilla al cual va dirigida inicialmente el producto tiene las siguientes características:

Demográfica:
En esta categoría se ha sementado la población de la ciudad de Barranquilla de acuerdo a todas las personas que tengan todo tipo de ingreso o la necesidad que se tenga del producto.

Edad: cualquier edad
Sexo: Personas de todos los sexos
Clase Social: Media-Media, Media-Alta. Alta-Baja, Alta-Media, Alta-Alta.
Origen étnico: para toda las razas sin excepción.
Estrato: todas las personas ubicadas en los estratos 3, 4, 5 y 6.

Psicograficas:
a categoría se segmenta la población según :

Beneficios deseados:
Varía según las necesidades que quieren satisfacer los consumidores con este tipo de artesanías. Se puede satisfacer necesidades básicas como la de vestirse,

utensilios de cocina, elementos de dormitorios y también de decoración, porque son productos novedosos en útiles para quienes lo adquieran.

Sensoriales:
consumidores atraídos por lo original y novedoso del producto, dado que en el mercado no existe una empresa que reúna todas las diferentes artesanía étnicas de Colombia. Es elaborado en su mayoría por productos naturales.

Sociales:
Consumidores interesados en adquirir productos 100% colombiano, contribuyendo con esto a la generación de empleo y mejorar las condiciones de vida de las personas que se dedican a la elaboración de artesanías en las diferentes regiones del país.

1.2 BARRERAS DE ENTRADA:

La empresa artesanías étnicas de Colombia, dentro de las industrias del sector artesanal, se presentan las siguientes barreras:

Competidores de manera directa en Barranquilla, ya que estadísticamente existen diez (10) empresas registradas[1] en el sector de las artesanías que se presentan como una competencia para la empresa Artesanías Étnicas De Colombia.

Necesidad de capital: es la segunda barrera del entorno mas importante, ya que se necesita un presupuesto de capital para posesionarse dentro del mercado de artesanías en la ciudad de Barranquilla.

1.2.1. Fuerza Competitiva Básicas.

1.2.2 Diagrama De porter De Artesanas Étnicas Colombianas

1.2.3 Intensidad de Rivalidad entre los Competidores Actuales[33]:

Los competidores actuales presentan una estructura sólida manifestada en unos canales distribución que permiten alcanzar la mayor parte del mercado .En este sentido se destacan

A) Amenaza de Nuevos Competidores:
Dentro del contexto internacional se vislumbra la posibilidad de la entrada de nuevos productos que de una forma u otra pueden competir por el mercado potencial que la empresa desea penetrar.. esto se debe a la internacionalización de la economía que es un proceso que se viene dando desde la década de los noventas.

B) Amenazas De Productos Importados:
En la actualidad existe una variedad de productos en el mercado provenientes de otros países tales como México, Bolivia, Ecuador, Perú, y muchos otros. Estas artesanías tiene mucha demanda en el país.

C) Buena Negociación De Los Clientes:

[3] 3. Porter, Michel, las Ventajas Competitivas hacia el desarrollo superior, Norma Editores, 1993

Esta fuerza se ha desarrollado y mostrado una gran dinámica ya que los clientes actuales se han vuelto mas exigentes y reaccionan con facilidad a los cambios de precios, calidad y valor agregado de los productos. Estos productos satisfacen las necesidades de vestuario, elementos de dormitorios, utensilios de cocina, artículos de decoración.

D) Poder De Negociación Con Los Proveedores:
Para el sector de las artesanías étnicas los proveedores de la materia prima para la elaboración de los diferentes productos no están en condiciones de presentarse como una amenaza convirtiéndose en competidores potenciales fueron encuestados y respondieron que no saben las técnicas de elaboración; su interés es solo el vender los insumos y no el de convertirse en productores de artesanías.

1.3. CLIENTES:

Los clientes potenciales de artesanías étnicos de Colombia serán personas de todas las edades, sexo, raza, que se encuentren residenciados en Barranquilla, ciudad a la cual va dirigido inicialmente el producto ubicado en los estratos 3,4,5 y 6 que pertenecen a la clase media en adelante y a todo tipo de ingresos.

Estas personas se caracterizan por el gusto hacia las artesanías étnicas, porque les ofrece variedades de precios bajos, y saben que adquiriendo artesanías están apoyando a muchas familias que se dedican a la elaboración de estos productos.

El numero de clientes se determina de acuerdo con datos suministrados por el DANE en la ciudad de Barranquilla el cual informa que cuenta con 1.359.700[44] habitantes. De acuerdo con la segmentación del mercado el 25% es la población objetivo a la cual va dirigida el producto, por lo tanto 1.359.700 x 25%=339.925 personas, dada la capacidad de la empresa para atender a la población objetivo en los primeros años de inicio de la empresa podrá satisfacer el 80% de la población.

La relación que la empresa sostendrá con los clientes, será excelente y claras en donde ellos siempre tendrán la razón, como requisito indispensable para una relaciones duraderas, la participación que ellos tendrán en la empresa serán muy valiosa, porque de acuerdo a su gustos y preferencia se desarrollaran los productos, en cuanto al diseño, color, tamaño, también permitirán identificar, priorizar y personalizar sus necesidades; esto es bueno para el crecimiento y Sostenibilidad de la empresa.

[4] 4. Datos Suministrados por el DANE, Proyecciones Numero de Habitantes en Colombia, Cesnso 1.993, www.DANE.gov.com

1.4 PRODUCTO:

Los productos que se van a elaborar y comercializar es artesanal elaborados por grupos étnicos y otros núcleos de familias de esta región del país; en especial la artesanía elaborada por los indígenas Wayuu, para aprovechar que este tipo de artesanía no esta muy comercializado en mercados nacionales e internacionales, debido a la baja producción por falta de un buen estudio de mercados, materia prima e insumos; es un buen momento para lanzar al mercado este tipo de producto. Con el portafolio de servicios que ofrecerá la empresa solucionará unas necesidades básicas del consumidor como vestuario, utensilios de cocina, elementos de dormitorios y objetos decorativos.

Artesanías Étnicas De Colombia será una empresa innovadora porque impulsará la creatividad y el intercambio de técnicas, materiales e insumos de los diversos grupos que trabajan artesanías y le dará la oportunidad a sus clientes de decidir como quieren el producto (diseño, color, tamaño, materiales y figuras).

1.4.1 Características Generales Del Producto

- La fabrican grupos étnicos y núcleos de familias que están dedicadas a las artesanías.
- Solucionan necesidades básicas como de vestuario, elementos de dormitorio, utensilios de cocina.
- Tendrán mezclas de diseños, colores, formas de los diferentes tipos de artesanías
- La elaboración es totalmente manual.
- Los productos se van a elaborar en materiales naturales.
- En los productos se van a encontrar variedad de colores, diseños, figuras, tamaños y materiales.

1.4.2 Tipo de Productos

Artesanías Étnicas De Colombia, será una empresa única en Barranquilla, especializada en producir artículos con creatividad e innovación.

Esta empresa se va ha diferenciar de los demás establecimientos comerciales que se encuentran registradas en esta ciudad, porque están son comercializadoras y artesanías étnicas de Colombia, aparte de comercializadora será una empresa productora de artesanías, porque tienen el contacto directo con los artesanos, esto es una gran ventaja por que los clientes pueden realizar sus pedidos de acuerdo a sus necesidades, además de esto recibirá la asesoria, en cuanto al diseño, tamaño, colores, y será enviado directamente a su dirección sin ningún costo adicional.

Con todo este paquete de servicios la empresa siempre estará ala vanguardia, para mejorar sus productos y la producción de las diferentes líneas de artículos, mediante el manejo adecuado del diseño, buen uso de los recursos y una correcta aplicación de las técnicas.

En su etapa inicial ofrecerá los siguientes productos de los grupos indígenas de la región Caribe, en especial las artesanías producidas por los indígenas wayuu.

Indígenas Wayuu (chinchorros, bolsos, cojines, mantas de vestir, mochilas, individuales, caminos de mesas, calzado, galerías para cortinas entre otros)

Arahuacos: (Cerámicas en arcilla, en coco, mochilas, vestidos típicos)

Indígenas Del Sinu (Hamacas, bolsos, mochilas, sombreros, tapetes, telas de telar, cofres, baúles).

Artesanía Contemporánea. Diversos artículos elaborados en porcelanicrón, Taracea, enchapado en tamo, talla en madera, grabados en frutos y semillas secas, cestería, cereria.

1.4.3. Capacidad De Producción

Trabajando en plena capacidad los artesanos de las diferentes etnias están en la capacidad de producir de acuerdo a la demanda que haya de las diferentes líneas de producto, teniendo en cuenta que la producción no es a diario sino mensual, aumentando la producción en temporadas altas por la concurrencia de turistas de todo el País y Extranjeros.

TABLA # 2
Producción mensual.

PRODUCTOS	UNIDAD	CANTIDAD
Textilería		
Chinchorro grandes	Unid	8
Chinchorros sencillos	Unid	10
Hamacas grandes	Unid	20
Hamacas sencillas	Unid	30
Mochilas grandes	Unid	50
Mochilas sencillas	Unid	80
Individuales en hilos de 4 y6 puestos	Juegos	10
Bolsos	Unid	30
Sandalias	Pares	30
Sobrecamas	Juegos	5
TRABAJOS EN TELAS		
Vestuarios tipicos y rituales bordados	Unid	100
Mantas wayuu	Unid	150
Ropa de camas	Juegos	10
TEJEDURIA EN FIBRA NATURAL		
Sombreros	Docenas	10
Bolsos	Unid	30
Individuales	Juegos	15
Mochilas	Unid	30
Tapetes	Unid	20
TALLA EN MADERA		
Figuras de Animales	Unid	50
Figuras de frutas	Unid	50
Centro de Mesa	Unid	10
Jarrones	Unid	10
Figuras varias	Unid	30
PORCELANICRÒN		
Cestas con Verduras	Unid	10
Cestas con Frutas	Unid	10
Flores	Unid	200
Petacas	Unid	50
Adornos para la cocina	Juego	15
Adornos para el baño	Juego	15
Objetos varios	Unid	60
PRODUCTOS EN TARACEA Y TAMO		
Cofres	Unid	15
Bandejas	Unid	20
Posavasos juegos de 4 y 6	Juego	20
Portarretrato	Unid	20
Bandejas	Juego	15
Tarros	Juego	13
GRABADOS FRUTOS SECOS		
Totumos decorados	Unid	50

Calabazas decoradas	Unid	50
Cocos pulidos	Unid	50
Pulseras	Unid	100
Anillos	Unid	100
Ganchos	Unid	50
Maracas	Unid	50
Cucharas de palo	Unid	100

1.4.4 Publicidad

Núcleos de familias ubicadas en los estratos 3,4,5 y 6 de la ciudad de Barranquilla En las comunas 14 al 20 clase social media hasta la alta, dirigido a todos los sexos, edades, ingresos y razas.

1.4.5 Canales de Distribución

Para una distribución adecuada del producto hacia los consumidores se ha tenido en cuenta utilizar los canales de distribución: uno directo con el que se puede llevar el producto directamente de la empresa al comprador final y el otro canal será el de intermediarios para distribuir el producto.

Venta Directa

Ventajas
Permite una mayor interacción y obtención de información sobre el cliente de forma directa.

Disminución de costos de publicidad.

Desventajas
Limitaciones geográficas
Perdida de intermediarios importantes.

Ventas a través de Intermediarios

Ventajas
Se puede ampliar la cobertura del mercado.
Se puede dar a conocer mas el producto .

Desventajas
Los distribuidores también pueden ofrecer productos de la competencia.

Se podría encarecer un poco el producto por los intermediarios.

1.5 POLÍTICAS DE MARKETING

Misión

La misión es lograr un posicionamiento en el mercado barranquillero a través de un producto novedoso, practico y funcional, esto se logrará proporcionándole al cliente un producto de alta calidad con costos razonables y asequibles al mercado, innovado constantemente los productos y la búsqueda de la eficacia y eficiencia en la producción.

Políticas

Promoción: Realizar campañas promociónales de los productos semestralmente.

productos: Establecer estrictos controles de calidad. La innovación constante y brindar variedad en los productos

Plaza: Mantener una Stock de inventario bajo, mantener un contacto directo con los proveedores, aplicar los conceptos de justo la tiempo, ubicar la empresa cerca de los proveedores y del mercado objetivo.

Precio: El producto será vendido a precios asequibles al mercado con facilidades de pago, para satisfacer a los clientes.

Estrategia: Tomando como referencia que la estrategia de la empresa es la de penetración y participación en el mercado con la elaboración y comercialización de artesanías étnicas de Colombia, se determina utilizar marketing mix.

1.6 PUBLICIDAD

1.6.1 Meta de Comunicación:

Generar un alcance máximo con el fin de dar a conocer la introducción de artesanías étnicas de Colombia en el mercado Barranquillero y después en otras ciudades del país.

Plenamente identificado el mercado meta y determinada la respuesta indicada que es conocer el producto, lo acepten de buen agrado y finalmente lo compren se busca establecer la manera mas adecuada de dirigirse a la población objetivo, teniendo en cuenta su grado de madurez para la compra del producto.

Geográfica: la publicidad estará localizada en la ciudad de Barranquilla para dar Apoyo a la introducción de las artesanías étnicas.

Temporadas: Continuidad total de marzo de 2004 fecha de inicio a diciembre de 2005.

1,6.2 Medio de publicidad

Medio	Estación	Frecuencia	Días	
Radio	Radio Sucesos RCN	3 minutos cada 12 hora A las 6:00 am y A las 6.00 pm	lunes a viernes	
El Heraldo a color	días	Pág. Corriente de	Domingo	2 x 3

MARCA: **ARTESANIAS ÉTNICAS DE COLOMBIA**

SLOGAN: Ayuda a conservar las culturas indígenas de nuestro país adquiriendo artesanías étnicas colombianas.

LOGOTIPO: Un diseño típico, utilizado por los indígenas wayuu, llamado kanashuu,

COLORES: BLANCO – VERDE – ROJO – AZUL

BLANCO: Simboliza la pureza, paz y la perfección de las regiones étnica

VERDE: Está relacionado con la esperanza, la naturaleza y el medio donde habitan los Indígenas de nuestro País.

AZUL: Porque representa la claridad del cielo, las aguas del mar, la energía y luz que inspiran a nuestros artesanos.

ROJO: Es un color que da vida, representa la sangre que corre por las venas de nuestros artesanos, que los motiva a seguir a delante

Presupuesto.

Teniendo en cuenta la importancia y dificultad de determinar cuanto gastar en publicidad y en razón, a que el servicio es novedoso. Se determino que el Método de lo factible es el mas adecuado para establecer el presupuesto de publicidad; es decir, el presupuesto se acomoda a la capacidad económica de la empresa , para el primer año se estima del 4% del valor de las ventas, el segundo año será de 3% y el tercer año será de 2% se considera que para el tercer año el producto estará posesionado en el mercado.

Los gastos en los que incurrirá la empresa para la campaña de lanzamiento en los primeros meses será de $ Tres millones novecientos treinta y ocho mil cuatrocientos pesos ($3.938.400) en un periodo de seis (6) meses , discriminados de la siguiente manera.

Presupuesto para el lanzamiento de la campaña..

El Heraldo	Abril a Junio Todo los domingos	$ 2.138.400
Radio Sucesos RCN	Abril a Junio	$ 1.800.000 (3meses* $600.000)
	Total	$ 3.938.400.oo

1.7 ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS.

1.7.1. Beneficios para los clientes que adquieran los productos.

Precios económicos
20% por la compra en efectivo
Satisfacción de necesidades básicas
Es un producto autóctono
Es elaborado con productos naturales
Diversidad de diseños, colores, formas, tamaños y figuras.
Empaque original. Se puede coleccionar.
Descuentos en la compra de nuestros productos
Decorar de una manera original.

UNIVERSIDAD SIMON BOLIVAR
HEMEROTECA
BARRANQUILLA

1.7.2 Plan de medios para el consumidor.

Promociones para el usuario.

Con el fin de dar a conocer el producto, se realizara la siguiente estrategia promocional durante el primer año de existencia.

Pague de contado y reciba un descuento del 20% por valor del producto.

Oferta de cupones de descuentos; se ofrecerá un cupón que le de derecho a un descuento del 10% sobre el valor del articulo.

Plan de separe hasta por tres (3) meses.

Regalos por medio de bonos; La empresa tendrá la venta de bonos por diferentes precios, para que los clientes puedan hacer regalos a sus amistades y esta pueda ir ha escogerlo, por el valor obsequiado.

Estrategias.

Programar la publicidad de acuerdo con un periodo de seis (6) meses que coincida con las promociones que se van ha realizar.
Se planea la siguiente táctica, en la prensa escrita (Heraldo), se escoge este medio porque los 90.000 ejemplares diarios de circulación permite que la publicación llegue a gran parte de la población objetivo, así como a los distintos sectores de la población que no pertenecen a los estratos señalados, pero a sus gustos y su preferencias pueden ser posibles consumidores.

Básicos: hombres, mujeres, se emplearan unidades de tamaños de 2 columnas por 3 cmts. en pagina corriente color blanco y negros, los días lunes y domingos, de marzo a diciembre 2005.

Secundarios: se utilizará como medio de promoción en la estación de radio sucesos de Barranquilla RCN. Este medio de comunicación es seleccionado por su bajo costo y también permite llegar a la población objetivo en toda la ciudad porque es el noticiero local con mayor rating entre los oyentes de Barranquilla, con una duración de 1 minuto promocional con énfasis en lo novedoso, practico y posicionamiento de los productos, con una frecuencia de cada diez minutos en los horarios:

6.OO a.m. – a – 6:30 a.m.
12:30 m _ a _ 1.p.m.
6:00 p.m. _ a _ 6:30 p.m.

1.8 LANZAMIENTO DE LA CAMPAÑA

El lanzamiento de la campaña se llevará a cabo len su propia sede, que estará ubicada en la calle 79 con carrera 51B, en el norte de la ciudad, para el mes de abril del año 2005, se intensificará la publicidad del evento en los medios seleccionados y en Tele caribe un mes antes del lanzamiento. También se repartirán tarjetas de invitación para la inauguración y el lanzamiento de los productos

1.9 EMPAQUE Y PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

Para artesanías Étnicas del Colombia, la presentación del producto será muy importante, porque de esta dependerá la aceptación del mismo.
Como primera medida serán empacados en practicas, novedosas y decorativas bolsas en forma de cojín y bolsas amarradas en la parte superiores con dos cordones que pueden recogerse a cada lado, dibujados en pintura y bordados con diseños típicos de acuerdo al producto que lleve. Serán elaborados en tela de fibra natural ya sea crudo, liencillo, yute y en hilazas; los cojines podrán utilizarse para decoración de salas y habitaciones. Por ultimo el cliente podrá llevar sus artículos comprados en una elegante bolsa fabricada con papel grueso con cargadores, muy coloridas, con fotografías de paisajes y grupos indígenas de las diferentes culturas que harán parte del grupo de trabajo de la empresa.

1.10 PRECIOS

Los factores determinantes para la fijación de precios de los productos son:
marco económico en donde se encuentra ubicada la empresa
Los objetivos de la empresa
demanda potencial del producto
costos de producción
precios de competencia

El marco de la empresa: permite fijar una política de precios orientadas hacia las utilidades con el fin de lograr un rendimiento del 30% sobre las rentas netas.

La empresa tiene dentro de sus objetivos la maximización de la inversión de los socios, por consiguiente la política de precios fijada va encaminada a la consecución de dichos objetivos.

1.11 COMPETENCIA.

La empresa presenta varios tipos de competencia; la primera es la competencia de los establecimientos comerciales que se encuentran ubicados en esta ciudad que venden muchos productos artesanales, pero la diferencia entre Artesanías Étnicas de Colombia es que aparte de comercializar es productora. También hay otra competencia directa que la constituyen las persona o núcleos de familias que elaboran y comercializan algunos tipos de artesanías, que tampoco se considera como una fuerte competencia, porque son productores muy específicos, que a diferencia de
la empresa en mención, reunirá muchos tipos y variedad de artesanías.

1.12 RESULTADOS DE LA ENCUESTA.

Ver anexos: analisis de resultadosx

1.13 PRONOSTICO DE VENTAS.

de acuerdo con las características del producto se estima que las personas que comprarán el producto por lo menos dos veces al mes, la información sobre los segmentos de mercados, es del 25% de la poblacion de Barranquilla, entonces 1359700*25% = 339.925 personas se toma como el 5% de la población objetivo , para representar el total del mercado consumidor de la empresa, por lo tanto 339.925 * 5%= 16.996 personas.

Tabla # 3
Pronósticos de venta mensual

Productos	Unidad	Cantidad	Valor Unidad	Valor Total
Textilería				
Chinchorro grandes	Unid	3	$ 800.000.oo	$ 2.400.000.oo
Chinchorros sencillos	Unid	5	$ 500.000.oo	$ 2.000.000.oo
Hamacas grandes	Unid	5	$ 600.000.oo	$ 3.000.000.oo
Hamacas sencillas	Unid	10	$ 200.000.oo	$ 2.000.000.oo
Mochilas grandes	Unid	20	$ 100.000.oo	$ 2.000.000.oo
Mochilas sencillas	Unid	20	$ 50.000.oo	$ 1.000.000.oo

Individuales en hilos de 4 y6 puestos	Juegos	5	$ 25.000.oo	$ 125.000.oo
Bolsos	Unid	15	$ 60.000.oo	$ 900.000.oo
Sandalias	Pares	15	$ 30.000.oo	$ 450.000.oo
Sobrecamas	Juegos	2	$ 170.000.oo	$ 340.000.oo
TRABAJOS EN TELAS				
Vestuarios típicos y rituales bordados	Unid	30	$ 70.000.oo	$ 2.100.000.oo
Mantas wayuu	Unid	30	$ 50.000.oo	$ 1.500.000.oo
Ropa de camas	Juegos	4	$ 50.000.oo	$ 200.000.oo
TEJEDURIA EN FIBRA NATURAL				
Sombreros	Unid	50	$ 30.000.oo	$ 1.500.000.oo
Bolsos	Unid	15	$ 40.000.oo	$ 600.000.oo
Individuales	Juegos	10	$ 20.000.oo	$ 200.000.oo
Mochilas	Unid	15	$ 50.000.oo	$ 750.000.oo
Tapetes	Unid	10	$ 70.000.oo	$ 700.000.oo
TALLA EN MADERA				
Figuras de Animales	Unid	25	$ 10.000.oo	$ 250.000.oo
Figuras de frutas	Unid	25	$ 10.000.oo	$ 250.000.oo
Centro de Mesa	Unid	5	$ 80.000.oo	$ 640.000.oo
Jarrones	Unid	5	$ 75.000.oo	$ 375.000.oo
Figuras varias	Unid	15	$ 7.000.oo	$ 105.000.oo
PORCELANICRÓN				
Cestas con Verduras	Unid	4	$ 150.000.oo	$ 600.000.oo
Cestas con Frutas	Unid	3	$ 130.000.oo	$ 390.000.oo
Flores	Unid	90	$ 7.000.oo	$ 630.000.oo
Petacas	Unid	20	$ 30.000.oo	$ 600.000.oo
Adornos para la cocina	Juego	12	$ 50.000.oo	$ 600.000.oo
Adornos para el baño	Juego	10	$ 90.000.oo	$ 900.000.oo
Objetos varios	Unid	50	$ 15.000.oo	$ 750.000.oo
PRODUCTOS EN TARACEA Y TAMO				
Cofres	Unid	10	$ 40.000.oo	$ 400.000.oo
Bandejas	Unid	15	$ 60.000.oo	$ 900.000.oo
Posavasos juegos de 4 y 6	Juego	10	$ 10.000.oo	$ 100.000.oo
Portarretrato	Unid	10	$ 35.000.oo	$ 350.000.oo
Tarros	Juego	10	$ 30.000.oo	$ 300.000.oo
GRABADOS FRUTOS SECOS				
Totumos decorados	Unid	40	$ 10.000.oo	$ 400.000.oo
Calabazas decoradas	Unid	30	$ 10.000.oo	$ 300.000.oo
Cocos pulidos	Unid	30	$ 12.000.oo	$ 360.000.oo
Pulseras	Unid	50	$ 8.000.oo	$ 400.000.oo
Anillos	Unid	50	$ 5.000.oo	$ 250.000.oo
Ganchos	Unid	35	$ 7.000.oo	$ 245.000.oo
Maracas	Unid	25	$ 15.000.oo	$ 375.000.oo
Cucharas de palo	Unid	60	$ 3.000.oo	$ 180.000.oo
Total				**$ 33.330.000.oo**

El pronostico de ventas mensual será de $ 33.330.000.oo, Treinta y tres millones trecientos treinta mil pesos, incrementandose en temporadas altas, por la visita de turistas a está ciudad.

1.14 PLAN INICIAL DE MERCADOS.

Objetivo.

Lograr el posicionamiento en el mercado Barranquillero, a través de un producto novedosa, practico y funcional a nuestros clientes; esta misión se lograra.

Proporcionándole al cliente un producto de alta calidad y fabricado con unas estrictas normas de control de calidad desde la entrada de la materia prima, hasta la salida del producto.
Ofreciendo un producto a un costo razonable y a asequible al mercado.

Capacitando permanentemente a los artesanos sobre el uso racional de los recursos, diseños, colores, figuras nuevas para estar siempre a la vanguardia en las innovaciones del sector.
Buscar intensamente la eficacia y eficiencia en la producción de la empresa.

Políticas

Promoción.
Realizar campañas promociónales del producto bimestralmente durante todo el año.

Producto.
Establecer estrictos controles de calidad desde la entrada de materia prima hasta la salida del producto.
Revisar bimestralmente el proceso productivo para realizar el control preventivo.

Crear el habito entre los trabajadores de la cultura de la eficiencia.

Plaza
Obtener la materia prima según las necesidades, contando con la colaboración de los proveedores aplicando los conceptos de justo a tiempo.

Mantener un stock de inventario bajo.
Mantener contacto directo con los clientes y proveedores.

Precio.
El producto será vendido a precios del mercado y de la competencia, con facilidades de pago.

Estrategias
Tomando como referencia principal de la empresa la de penetración en el mercado, es decir buscar una importante participación en el mercado de productos artesanales, se determino seguir la siguiente estrategia de mercadotecnia utilizando la marketing Mix.

Producto
Especialización de la empresa de dos segmentos en particular que le permita crear su nicho propio.

La empresa utilizara todo un completo y complejo servicio post-venta que permita obtener la máxima satisfacción del cliente.

Promoción.
Utilizar la publicidad como medio de promoción basado en los principios de la eficacia y eficiencia de una manera novedosa e inteligente .

Plaza
Ubicar la empresa en un sitio que quede cerca de los proveedores y mercado objetivo.

Precio.
Debido a que la estrategia principal es la de penetración, se debe fijar un precio promedio comparado con los productos similares y los de la competencia.

ARTECOL

CAPITLUO 2

PLAN DE OPERACIONES

INTRODUCCIÓN

El estudio operativo busca evaluar si existe la posibilidad de desarrollarse el plan de negocios desde el punto de vista técnico operativo. Para tal fin se determina el tamaño, la necesidad de maquinaria y equipo, el tipo y el costo de la materia prima. Además se establece la mano de obra, proveedores, el proceso productivo, métodos de control de calidad y métodos de fabricación, cuidados del producto.

OBJETIVOS

GENERAL.

Evaluar la viabilidad desde el punto de visto técnico-operativo de la empresa Artesanías Étnicas De Colombia.

ESPECIFICOS.

Determinar la localización de la empresa teniendo en cuenta la parte macro como la micro.

Explicar el aspecto técnico del producto y la forma como se llevará a cabo el proceso productivo y métodos de fabricación.

Establecer los equipos, muebles y enseres para la prestación del servicio.

Explicar la forma como se llevará a cabo el proceso de ventas, servicios y cuidado integral del producto.

Establecer el tamaño de la empresa.

Evaluar las necesidades por concepto de materia prima.

Explicar el plan de gestión de la calidad y manejo ambiental.

UNIVERSIDAD SIMON BOLIVAR
HEMEROTECA
BARRANQUILLA

2.1. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA.

2.1.1 Macro localización.

Artesanías Étnicas de Colombia se ubicara en la ciudad de Barranquilla, se escogió esta ciudad como punto de inicio de las actividades comerciales de la empresa, por la cercanía a los artesanos de la costa atlántica con los que inicialmente la empresa trabajara. Esta ciudad cuenta con 1.397.700 habitantes proyecciones del DANE

2.1.2 Micro Localización .

Artesanías Étnicas de Colombia estará ubicada en la carrera 51 con la calle 79 es lugar fue escogido de acuerdo.

Distancia con respecto a los Proveedores.
Cercanía a la Competencia .
Costos de los Servicios.
Cercanía a los Clientes.
Cercanía a los Hoteles (Turistas posibles consumidores).
Cercanía a la entidades financieras.

Consideramos que la localización es la mas conveniente para ubicar a la empresa por lo anteriormente descrito. Aunque se cuenta con otra alternativa que es la carrera 44 con a calle 70 esta dirección tiene ventajas para poder ubicar en este sitio la empresa .

2.2 TAMAÑO DE LA EMPRESA.

El tamaño de la empresa se determina por la disponibilidad de maquinarias, la materia prima y del recurso humano. Los artesanos de Artesanías Étnicas de Colombia cuentan con las herramientas y recursos necesarios para ofrecer de forma inmediata el cien por ciento de la producción , sin prever ningún tipo de restricción legal o fortuita.

La empresa está en capacidad de ofrecer los siguientes productos en su etapa inicial:

Tabla # 4
Capacidad de Producción Etapa de Inicio.

PRODUCTO	CANT. PRODUCCION MENSUAL
Chinchorro grande	8
Chinchorro pequeño	10
Hamaca grande	15
Hamacas pequeña	20
Mochilas grande y pequeña	100
Caminos de mesas	20
Bolsos	30
Tapetes	25
Prendas de vestir	100 VESTIDOS
Individuales	50
Ropa de cama juego	10
Objetos varios de decoración	150

Con estos productos la empresa empezará a funcionar y con el tiempo se ampliará la línea de productos con otros tipos de artesanías y manualidades según la necesidad del cliente e innovación del portafolio del producto de la empresa.

2.3 PRODUCTOS Y PROCESO PRODUCTIVO.

El proceso productivo de la empresa Artesanías Étnica de Colombia, no se llevará acabo en la empresa como tal, por la dificultad de desplazamiento de los artesanos indígenas a la ciudad de Barranquilla, por medio ambiente, tipo de cultura, vivienda, alimentación, costumbres, mitos, religión y muchos otros factores, por el cual deben permanecer en su medio. Ellos trabajan al aire libre en espacios muy amplios ya tienen sus herramientas de trabajo para la producción. Solo se les debe entregar la materia prima, los diseños, la forma, tamaño, para que ellos elaboren los productos y luego son llevados a la empresa para su comercialización.
A continuación se describe los tipos de productos, tipos de materiales, proceso de elaboración,

Textilería: Elaboración del producto mediante el entretejido de hilos realizado en telares artesanales que pueden ser, verticales, horizontales y de cintura .
Se obtienen piezas diferentes según el material de los hilos (hilaza, hilo de algodón, lana, seda, fique etc.). En la Textilería se incluyen otros trabajos que son el anudado de uno o mas hilos o fibras, realizado directamente a mano o con

agujas, en telares pequeños de marco o de cintura; dentro de este oficio aparecen numerosas líneas especiales especializadas como el ganchillo, (crochet)," el punto (tricot)", el macramé" trenzado y tapicería de colgadura.
Técnicas de elaboración. Tejido en telar artesanal anulado para remate, hilachados, con una y dos agujas, el tiempo de elaboración es de quince(bolsos, mochilas, caminos de mesas etc.) a un mes (Chinchorros, hamacas, alfombras, sobre camas, etc.)

Línea de Productos. Hamacas, chinchorros, mochilas, bolsos, ruanas, sobre camas, alfombras, individuales, caminos de mesa, calzados etc.

Trabajos en tela: Costura o confección consiste en la elaboración de prendas de vestir en diferentes clases de materiales, especialmente telas de algodón, sedas.

Otras actividades en telas consisten en la decoración de textiles y cintas, mediante la ejecución de bordados (en alto relieve, punto de cruz, calados) pinturas, encajes labrados en hilo de seda.

Materias primas constitutivas: Telas, hilos, agujas, pinturas para telas, cintas.

Técnicas de elaboración: Comprende tres técnicas tradicionales, la costura, la aplicación de pinturas y los bordados, en la elaboración de vestidos se utiliza la costura y se aplica el corte con patrón, el armado y cosido manuales. Y luego se hacen los acabados finales de bordados o pintura en tela etc.

Línea de productos: Prendas de vestir, ropa de cama, ropa de cocina y de baño, forro para muebles, tapices de pared, individuales, las molas cunas que representan una línea especifica para bolsos, cojines y tapetes.

Tejeduría en fibras naturales: Básicamente es el trabajo especializado de entrecruzamiento, trenzado o anudado de uno o mas hilos o fibras, comprende varias especialidades entre ellas las que se destacan una línea de sombrearía y cordelería entre otros.

La sombrearía se identifica por el producto que es el elaborado con diversas técnicas, entre las que se destaca el cruce a mano de fibra para construir directamente el producto y elaboración de trenzas o rollos con los que se arma el objeto teniendo el material por sus bordes sobre montados y en movimiento espiral, sujetado mediante costuras o hilvanadas son elaborados en palma de iraca, la caña flecha, la palma telera.

Materia prima constitutivas: Bejucos, fiques, pajas, tallos, algodón, bambú, caña, lana etc.
Técnica de elaboración: corte, ripiado, Macerado, lavado, tinturado, tejido, enrollado, trenzado, amarrado, acordonado, rematado y cocido.

Línea de Productos: Sombreros, bolsos, tapetes, individuales, alfombras, carpetas, mochilas, canastas, petacas etc.

Porcelanicrón: Oficio de preparación de masillas con harina (fécula de maíz, o pan pulverizado) mezclado con pegantes y óleos, utilizados para la elaboración de figuras y otros productos de carácter decorativos son denominados como productos en cerámica fría, se le aplica la técnica de modelado y se hace uso intensivo del color que es el otro aspecto que da carácter al trabajo estético de porcelanicrón.

Materias primas constitutivas: Harinas (fécula de maicena), pegantes, pinturas, aceite mineral.

Técnicas de elaboración: Cocido, amasado, tinturado y modelado.

Línea de Productos: figuras (humanas, frutos, verduras, paisajes, petacas, flores y varias miniaturas).

Cerámica y Alfarería: estas especialidades de producción en objetos de arcilla constituye varias ramas, por tradición, se da el nombre de alfarería al trabajo rustico de manera exclusiva en barro y una sola cocción, para la elaboración de vajillas y figuras. Mientras que la cerámica es la actividad tradicional de producción de objetos en arcilla cocida esmaltada o porcelanizada de alta calidad y excelente acabado; para la construcción de las piezas, se aplica las técnicas de moldeado, modelado en rollo y torneado.
Materias primas constitutivas: arcilla (barro y gredas), caolín, esmaltes minerales.

Técnicas de elaboración: Pulverizado, cernido, humectado, moldeado, modelado, torneado, vaciado, cocido, vidriado o vitrificado, pintado, porcelanizado.

Líneas de producción. Ollas. Jarras. Materas, jarrones, platos, cofres, mucuras, collares, cazuelas, cucharas, alcancías,

Cestería: Elaboración de productos contenedores, mediante el tejido y trenzado de fibras vegetales; la cestería se caracteriza por la aplicación de fibras duras y semiduras, como el bejuco, cañas, tallos ripiados, cortezas, hojas de palmas, pajas, fique, bambú y corteza.

Materias primas constitutivas: Bejucos, hojas de palma, cañas, tallos ripiados, fique, bambú, corteza.
Técnicas de elaboración. Corte, astillado, ripiado, macerado, lavado, tinturado, tejido, enrollado, trenzado, amarrado, acordonado, rematado y algunas veces cocido.

Línea de Producción. Canastos, petacas, cestas, bandejas, papeleras y marcos.

Grabados en frutos y semillas secas: Elaboración de productos caracterizados por el trazado de diseño mediante el rayado, incisión y pirograbado (trabajos elaborados con moldes calientes al rojo vivo) sobre la superficie de frutos y semillas, generalmente de formas globulares, se destaca el totumo, cocos, calabaza.

Materias primas constitutivas: frutos y semillas secas.

Técnicas de elaboración: Trazo e incisión para la decoración de superficies en frío o caliente, desbastado, pulido, amarrado.

Línea de Producción. Totumos decorados, cucharas, maracas, calabazo decorado, coladores, cocos pulidos, pulseras, anillo, varios accesorios.

Talla en Madera: Trabajo en maderas duras y blandas, a las cuales se le extrae astillas, bocados o fragmentos por perforación, fricción o pulimento hasta ir diseñando la figura o cuerpo del objeto deseado, los diseños corresponden a todo tipo figuras, basados en el manejo de superficies mediante alternativas bajo relieve y escultura.

Materias constitutivas: Maderas duras y blandas, balsos, pauche, palo sangre.

Técnicas de elaboración: Corte, entrenzado, rebanado, perforado, labrado, pulido, impermeabilizado, lacado, pintado.
Línea de Producción. Figuras (humanas, de animales, frutos), Utensilios (de mesa y cocina), bateas, mascaras, útiles de escritorios , marcos, portarretratos , y otra figuras decorativas.

Enchapado en Tamo: Actividad que consiste en el trabajo de aplicación de revestimiento de objetos decorativo tatuado parcialmente, con fibras vegetales, especialmente el tamo o tallo de la espiga, arreglado en laminillas es pegado a cualquier objeto.

Materias primas constitutivas: espigas de trigo, o espigas de arroz, tintes naturales.

Técnicas de elaboración: Laminación de la espiga del trigo o el de arroz, tinturado de la espiga, sombreado, por calentamiento, aplicación por pegado, recorte para diseño, lacado y/o barnizado.

Línea de producción. Cofres, bandejas, cajas, tarros, barriles, platos, jarros, marcos, bomboneras, adornos para el baño y de cocina .

Taracea: Oficio basado en la técnica de pegado e incrustaciones de materiales, generalmente de carey, caparazón de coco, hueso, Cuerno, dispuestos decorativamente sobre superficies, las figuras por lo regular, tienen a ser de carácter geométrico y disposiciones rítmicas. Las pequeñas piezas son ayudadas a fijar en las incrustaciones con pegantes especiales.

Materias primas constitutivas: Hueso, coco, carey, conchas, cuerno, o cacho, pegante especial.

Técnicas de elaboración: diseño de la pieza en madera, entresacado, ranurado, corte y recorte de la materia prima, incrustación, pegado y pulido.

Línea de producción. Cofres, marcos, bomboneras, tarros, bandejas, posavasos, portarretratos, jarros, centros de mesas, y otros tipos de adornos.

Cereria: Elaboración de objetos útiles y decorativos, con sustancias viscosas semiduras de origen animal y vegetal, moldeables a baja temperaturas, son comunes la cera de abejas y la parafina, se incluyen dentro de estos trabajos los productos elaborados en cebo de res; la técnica consiste en el ablandamiento y/o licuado de las sustancias para proceder al modelado. El material se calienta hasta alcanzar un punto liquido para su vaciado en moldes.
Materias primas constitutivas: cebo de res, parafina, cera de abejas.
Técnicas de elaboración: fundido, vaciado, martillado, prensado, recortado, doblado, torcido, soldado, esmerilado, pulido y brillado.

Línea de Productos. Cirios, velas, velones decorados y toda clases de figuras utilizadas para la decoración.

2.4 MAQUINARIA MUEBLES Y ENSERES.

La empresa Artesanías Éticas de Colombia, para la comercialización de los productos y la prestación de un servicio excelente a sus clientes necesita de lo siguiente.

Tabla # 5
Maquinaria Muebles y Enseres

Nombre	Proveedor	Cant	Valor Unitario	Valor Total
Góndola doble	Dist. Cruz Cañón	6	$ 389.400.oo	$ 2.336.400.oo
Vitrinas	Dist. Cruz Cañón	3	$ 300.000.oo	$ 900.000.oo
Caja Registradora	Dist. Cruz Cañón	1	$ 600.000.oo	$ 600.000.oo
Sillas	Dist. Cruz Cañón	4	$ 75.000.oo	$ 300.000.oo
Total				**$ 4.136.400.oo**

2.5 MATERIA PRIMA.

Todos los Materias son de fácil consecución en la ciudad de Barranquilla y Bogota para la elaboración de los productos se necesitan los siguientes Insumos.

Tabla # 6
Materia prima

Materia Prima	Unid.	Cant	Proveedor	Valor. Kilo	Valor. Total
Hilazas	Kilo	130	Hilatel S.A	$ 12.000.oo	$ 1.560.000.oo
Hilos Coral	Kilo	80	Casa Rosada	$ 19.600.oo	$ 1.568.000.oo
Hilo Fique	Kilo	20	Casa Rosada	$ 20.000.oo	$ 400.000.oo
Hilo Seda	Unid.	20	Casa Rosada	$ 5.000.oo	$ 100.000.oo
Hilo Cadena	Unid.	30	Casa Rosada	$ 2.200.oo	$ 66.000.oo
Hilo DMC	Unid.	30	Casa Rosada	$ 1.200.oo	$ 36.000.oo
Telas confección	Mts	130	Textiles 2000	$ 12.000.oo	$ 1.560.000.oo
Telas de bordar	Mts	6	Textiles 2000	$ 38.000.oo	$ 228.000.oo
Fécula Maizena	Kilo	100	Sugar cake	$ 2.400.oo	$ 240.000.oo
Pegante Pro-ver	Tarro	30	Sugar cake	$ 17.000.oo	$ 510.000.oo
Vaselina liquida	Litros	20	Drog. Juliao	$ 5.000.oo	$ 100.000.oo
Resina	Frascos	30	Drog. Juliao	$ 8.000.oo	$ 240.000.oo
Oleos Winton	Unid.	30	Sugar cake	$ 12.000.oo	$ 360.000.oo
Icopor	Unid.	200	Icopores la 38	$ 1.200.oo	$ 24.000.oo
Alamre dulce	Kilos	80	Ferr. Pintuco.	$ 2.200.oo	$ 176.000.oo
Oasis	Unid.	50	Floristería liz	$ 3.000.oo	$ 150.000.oo

Laca Pintuco	Unid.	20	Ferr. Pintuco	$ 7.800.oo	$ 156.000.oo
Total.					**$ 7.474.000.oo**

2.6 PROCESO DE VENTA.

El proceso de Venta de la Empresa Artesanías Étnicas de Colombia se realiza de la siguiente manera.
Llegada del cliente a la empresa.
Especificación de la necesidad del cliente.
Determinación del precio.
Venta del producto.
Confirmación de la satisfacción del cliente.

2.7 Diagrama de flujo.

El flujo grama de comercialización del producto se muestra a continuación.

2.8 ADECUACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO COMERCIAL.

Para adecuar el establecimiento es necesario realizar algunos arreglos que describe a continuación.

Tabla # 7
Necesidades para la instalación

No.	Descripción.	Costos.
1.	Inst. del aire central en todo el establecimiento	$ 1.000.000.oo
2.	Pintado en general	$ 700.000.oo
3.	Instalación de alarmas	$ 500.000.oo
4.	Instalación de sistemas contra incendios	$ 750.000.oo
5.	Nombre del establecimiento en fibra de vidrio	$ 600.000.oo
Total.		$ 4.050.000.oo

2.9 SERVICIOS PÚBLICOS.

Los costos y las especificaciones de servicios públicos se detallan a continuación.

Tabla # 8
Servicios Públicos.

Servicios	Proveedor	Descripción	Valor
Energía	Electricaribe	Consumo 2.000KW	$ 168.000.oo
Agua	Triple AAA	Consumo 30 Mts.	$ 63.000.oo
Teléfono	EDT.	Consumo local fijo	$ 60.000.oo
Vigilancia	SOS	Pago Mensual	$ 50.000.oo
Total.			$ 341.000.oo

2.10 PÓLIZA DE SEGURO.

Con el fin de amparar los equipamientos de la empresa, ya que el local no se en cuenta asegurado por la firma de finca raíz, se solicito cotización con una empresa aseguradora. Que cubrirá amparo de siniestros.

Tabla # 9
Póliza de Seguro

Tipo de Contingencia	Monto a asegurar	Prima %	Valor
Incendio y/o rayo, explosión, daño por agua	$ 57.000.000.oo	0.15 %	$ 86.216.oo
Sustracción	$ 57.000.000.oo	0.20%	$ 144.955.oo
Terremoto, Temblor	$ 57.000.000.oo	0.25%	$ 143.693.oo
Total			$ 344.693.oo

2.11 CUIDADO INTEGRAL DEL PRODUCTO.

El cuidado que se tendrá de los productos que ofrece la empresa, comienza desde la adquisición de la materia prima hasta la entrega al cliente.

Durante el uso se le harán recomendaciones al cliente por escrito del cuidado y uso del producto para que pueda disfrutarlo por mucho tiempo.

CAPITULO 3

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

INTRODUCCIÓN

El diseño administrativo y construcción de estructuras, definición de funciones, asignación de responsabilidades, identificación de canales de comunicación, exige un esfuerzo concertado de las diferentes personas responsables de llevarlo adelante.

Posteriormente, se deben decidir los aspectos corporativos del proyecto, donde se definirá el nombre o razón social de la empresa, objetivos, naturaleza legal y otros factores que dan cuenta de la identidad corporativa.

Además se establecerá la reglamentación y las normas que controlan los procesos administrativos y de producción a través de los diferentes manuales y reglamentos de la empresa. Seguidamente, se hará referencia a otros aspectos igualmente importantes sin los cuales no podría funcionar el área administrativa.

OBJETIVOS

GENERAL.

Determinar la viabilidad de tipo administrativo para el proyecto empresarial Artesanías Étnicas De Colombia que se dedicará a la elaboración y comercialización de artesanías étnicas; su ubicación será en la ciudad de Barranquilla, en su etapa inicial.

ESPECIFICOS.

Establecer la estructura administrativa que permitirá un mejor desempeño de cada una de las funciones.

Presentar la identidad e imagen corporativa de la organización.

Definir los manuales y reglamentos de la empresa con el fin de mantener un control estricto de las personas que realizan las diferentes labores.

Determinar los muebles y enseres que se utilizarán en el área administrativa.

Estimar el costo promedio mensual de la nomina administrativa por medio de la cual se hará efectivo el pago de salarios a los trabajadores.

3.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura de la organización se debe diseñar para clarificar quien tiene que hacer cada tarea y quien tiene la responsabilidad de los resultados, para eliminar los obstáculos al desempeño ocasionados por la construcción y la incertidumbre de las asignaciones y proporcionar redes de tomas de decisiones y de comunicaciones que reflejen y respalden los objetivos de la empresa.

Este proceso también debe afrontar la tarea de reunir los recursos de una forma adecuada y ubicar a las personas en un modelo aceptable para que 0puedan desarrollar las actividades y mostrar como están interrelacionadas las diferentes funciones y grados de especialización del trabajo.

Por lo anterior la empresa ARTESANIAS ÉTNICAS DE COLOMBIA, presenta la estructura organizacional, cuya documentación de procedimientos de regulaciones internas se encuentran en los manuales de procedimientos, manuales de normas que se encuentran a disposición de todos los empleados.

Gerente General.
Jefe de Mercados y Ventas
Secretarias
Vendedores
A continuación se presenta el resumen de las principales características de estas áreas.

Nivel de Alta Gerencia:

En este nivel de alta Gerencia se ubican: Gerente General: Es el cargo mas representativo de la alta Gerencia dentro de la empresa. Es su representante legal en contrataciones, firmas, acuerdos y en todos los actos que realice la empresa con terceros; planea, organiza, dirige y controla la empresa a todos sus niveles; responde por la empresa y los diferentes departamentos le deben rendir informes sobre las responsabilidades delegadas en ellos.

Nivel de Gerencia Medio:

Jefe de Departamento de Mercadeo y Ventas: Es responsable ante el Gerente General del Departamento de Mercadeo y Ventas. Dentro de sus funciones

principales están: planear, organizar, ejecutar y controlar la dependencia a su cargo.

Nivel de Operación:
Vendedores: Dependen directamente del jefe de Mercadeo y Ventas. Este cargo es fundamental en el proceso de ventas y mercadeo del producto, puesto que son los encargados directamente de las ventas al publico y el contacto con el cliente.

Secretarias:
Una secretaria recepcionista, perteneciente al área administrativa. Su jefe inmediato es el Gerente General. Tiene diferentes funciones, como sistematizar la información, control de facturas de ventas, llevar la base de datos de los clientes y proveedores entre otras funciones.

3.2 GENERALIDADES DE LA EMPRESA

Básicamente se especifican los aspectos relacionados con la identidad corporativa de la empresa. Está definida como la suma de todos los métodos de representación que utiliza una empresa para presentarse ante los empleados, clientes y proveedores y al publico en general.

A continuación se muestra la identidad corporativa de la empresa Artesanías Étnicas De Colombia.

3.2.1 Misión.

El compromiso central de Artesanías Étnicas de Colombia, es la sastifaccion de las necesidades y expectativas del cliente en lo relacionado con la calidad de los productos. buscara que sus actividades se desenvuelvan cuidando de los mejores intereses de la comunidad, el bienestar de sus empleados y la plena satisfacción de sus clientes, manteniendo un retorno optimo para sus accionistas y conservando una solidez financiera .

3.2.2 Visión.

En el 2005, Artesanías Étnicas de Colombia, se reconoce y consolidara como líder en la producción y comercialización de diferentes tipos de artesanías, y en tres años ofrecerá sus productos en tres nuevas zonas del país; con productos desarrollados acorde con las necesidades, y preferencia de los clientes. Convirtiéndose en una importante opción en el mercado por calidad, agilidad e innovación.

3.2.3 Valores Corporativos.

Artesanías Étnica de Colombia, y sus empleados, reconocen y promulgan como parte de su desarrollo integral los siguientes valores: Liderazgo.
Trabajo en Equipo, Ética, respeto y compromiso.

Trabajo en equipo:
Se tendrá una integración en equipo de manera que la actividad de uno esta determinada por la del otro, que exista una influencia reciproca.

Respeto:
Percepción. Empatia y respeto por los objetivos de los empleados, clientes proveedores y por las costumbre de nuestros artesanos.

Liderazgo:
La delegara en sus trabajadores y artesanos la responsabilidad, libertad de decidir, formulación de objetos, utilización plena de las habilidades personales, para una buena marcha de esta.

Ética:
Tratar a los clientes, proveedores, Artesanos y a los trabajadores con dignidad, respeto, con una comunicación abierta y construir valores sobre la base de la confianza.

Compromiso:
La mayor parte de esta se encaminan hacia el comportamiento como finalidad, buenas relaciones interpersonales, eficacia empresarial para adaptarse al ambiente externo, comprometidos por los objetivos de la empresa y conservar y preservar la cultura de sus artesanos.

3.2.4 Políticas:

Consecuentemente con su misión y visión, Artesanías Étnicas De Colombia guiará su acción en los próximos tres años dentro de las siguientes políticas:

Consolidación:
crecimiento y cubrimiento: Los esfuerzos de la empresa en el período señalado se concentrarán en lograr una mayor productividad, desarrollar nuevos productos, expansión de mercados, captar mas clientes a nivel nacional e internacional. El cubrimiento a nivel nacional les una de las tareas prioritarias y la ampliación de la operación internacional será una proceso decisorio de los próximos tres años como objetivo ambicioso del proyecto.

Rentabilidad:
Objetivo primario del proyecto en los próximos tres años, será diseñar estrategias que permitan mejorar cada vez no solo los márgenes en la operación comercial, sino también en los niveles de rentabilidad y retorno de la inversión

Crecimiento:
Consecuentemente del objetivo anterior, intensificara su esfuerzo en asegurarle la permanencia y crecimiento y lealtad de su clientela; en desarrollar una estrategia de excelente calidad de los productos e innovar de acuerdo con las necesidades y demanda de los clientes y del mercado.
El crecimiento será el resultado de los niveles de eficacia y eficiencia que alcance el proyecto, en las respuestas oportunas a la demanda del mercado.

Cubrimiento:
El cubrimiento nacional e internacional es una de las fortalezas del proyecto, consolidar y maximizar la productividad, será la tarea prioritaria de los próximos años; la oportunidad de ampliación de la operación internacional será el resultado de un proceso decisorio de los próximos años que serán aprovechado con agresividad y prudencia.

Control total de calidad:
La empresa considera la plena y agresiva implementación del control de calidad como requisito de supervivencia a largo plazo, para ello implementará una política de participación y capacitación activa de los miembros de la empresa y de sus artesanos.

3.2.5. Objetivo Social.

El objetivo social de la empresa es la producción, comercialización y capacitación en Artesanías étnicas y todo tipo de manualidades para el sector de la decoración, y bienes de primera necesidad, la confección de prendas de vestir exterior, la prestación de asesorías en diseños y decoración para todo tipo de eventos, para todo sus clientes y publico en general

3.2.6 Sigla: ARTECO LTDA: ARTESANIAS ÉTNICAS DE COLOMBIA.

ARTECOL LTDA

ARTECOL

3.2.7 Logotipo:

El logotipo que muestra la empresa es un collage donde se reúnen todas las artesanías étnicas elaboradas por distintas culturas que habitan en el territorio nacional.

Ver anexos.

3.2.8 Slogan:

Ayuda a conservar las Culturas de los indígenas de nuestro país adquiriendo Artesanías Étnicas de Colombia.

3.2.9 Colores Corporativos

Los colores que se seleccionaron para la empresa son:

Verde: inspira tranquilidad, permite despejar la mente, ayuda a la concentración. Es un color calmante, por ser el color de la naturaleza es fresco y húmedo, se dice que es el color de la esperanza y hoy en día se le atribuyen facultades desestresantes, de paz y armonía.

Azul: Representa la claridad del cielo, la energía de la luz, la confiabilidad que va a ofrecer a los clientes de la empresa.

Blanco: Color Que transmite pureza, paz y limpieza.

Rojo: color energizante, impactante, representa la vida y le da colorido a todo.

3.2.10 Perfil De Los Socios.

Socio No. 1.: CRISÁLIDA MARGARITA FUENMAYOR BARROS.
Dirección : Carrera 43 No. 75B-187 apto. 901B
Teléfono: 3608401- 315 7023493
Cargo en el proyecto: Gerente General.

3.3 TIPO DE SOCIEDAD:

UNIVERSIDAD SIMON BOLIVAR
HEMEROTECA
BARRANQUILLA

3.4.1 Manual de Funciones

Aspecto Jurídico:

Para efectos legales el tipo de sociedad que se desea formalizar, tendrá inicialmente dos socios que serán los inversionistas en ese proyecto. Si posteriormente se desea ampliar el numero de socios, es necesario establecer el limite de veinticinco (25) personas como lo estipula la reglamentación encargada de regir este tipo de sociedad Limitada, como lo es el Código del Comercio.

Como ya se expuso anteriormente la razón social de esta empresa es Artesanías Étnicas De Colombia Ltda. por lo tanto los socios tendrán responsabilidades limitadas sobre la empresa y la representación y administración de los negocios corresponderán a todos y a cada uno de los socios.

3.4.2 Reglamentos Interno De Trabajo.

El reglamento interno de trabajo se debe presentar a la Inspección de Trabajo para que sea enviado al Ministerio del trabajo y Seguridad Social. Si por cualquier motivo el Reglamento es devuelto a la empresa, se debe hacer las correcciones pertinentes y enviarlo nuevamente. Aprobado el reglamento entrará a regir ocho días después de su publicación.

3.5 REGLAMENTO DE SALUD OCUPACIONAL.

En este campo se trabajará activamente en los programas de medicina preventiva y del trabajo, higiene y seguridad industrial, y funcionamiento del comité de medicina, higiene y seguridad industrial.

Medicina Preventiva:

En este campo se adelantará acciones para la protección del trabajador y la correcta ubicación adaptadas a su condición fisiológica y psicológica, además se implementarán actividades recreativas y deportivas.

Medicina De Trabajo:

En este aspecto es indispensable que se lleve a cabo exámenes médicos clínicos y oftalmológicos para la admisión y selección del personal. Se debe desarrollar así

Higiene Y Seguridad Industrial:

Mediante estudios ambientales periódicos se debe identificar y evaluar agentes y factores de riesgos y trabajos que puedan afectar la salud de los trabajadores.

Igualmente se determinará la medida para el control de riesgos y se investigarán los accidentes y enfermedades profesionales, para establecer sus causas y eliminar las acciones que le dieron origen.

Comité paritario de salud ocupacional.

Como organismo de promoción y vigilancia de las normas sobre salud higiene y seguridad se cumplirán estas funciones.

Proponer a la administración de la empresa o establecimiento de trabajo la opción de medidas y desarrollo de actividades que procuran y mantengan la salud en los lugares y ambientes de trabajo.
Proponer y participar en actividades de capacitación en salud ocupacional, para trabajadores, supervisores y directores.
Colaborar con funciones gubernamentales en actividades de salud desarrolladas en la empresa .
Vigilar el desarrollo de actividades que vayan con el reglamento de higiene y seguridad industrial promoviendo su divulgación y observación.
Colaborar con el análisis de las causas de accidentes de trabajo o enfermedades profesional y poner medidas colectivas para evitar su ocurrencia, evaluando los programas realizados.
Visitar periódicamente los lugares de trabajo, inspeccionar ambientes, maquinas, equipos, aparatos y operaciones realizadas por el personal de cada área o sección, e informar al empleador sobre la existencia de factores de riesgo y sugerir medidas correctivas y de control.

3.6 MUEBLES Y ENSERES.

Los muebles y enseres, equipos de comunicación y computación para el buen funcionamiento para el área de servicios se relaciona a continuación:

Tabla # 10
Ficha Técnica Muebles Y Enseres Del Área Administrativa.

Equipo de oficina	Proveedores	Cant.	Valor Unit.	Valor total
Computador	Compu System	1	$1.700.000.oo	$ 1.700.000.oo
Fax Panasonic	Todo Comunicaciones	1	$460.000.oo	$ 460.000.oo
Teléfono	Todo comunicaciones	2	$65.000.oo	$ 130.000.oo
Sub Total				$ 2.290.000.oo
Muebles y Enseres				
Escritorio sencillo	Dist. Cruz cañón	1	$170.000.oo	$ 170.000.oo
Silla Ejecutiva	Dist. Cruz cañón	1	$150.000.oo	$ 150.000.oo
Archivador	Dist. Cruz cañón	1	$210.000.oo	$ 210.000.oo
Sillas Sencillas	Dist. Cruz cañón	2	$150.000.oo	$ 300.000.oo
Mesa de Computador	Dist. Cruz cañón	1	$174.000.oo	$ 174.000.oo
Sub-Total				$ 1.006.400.oo
Total				$ 3.296.400.oo

Valor total que la empresa debe invertir por concepto de equipos, muebles y enseres $3.296.400.oo Tres Millones Doscientos Noventa Y Seis Mil Cuatrocientos Pesos M.L

3.7 NOMINA.

Cabe notar que el pago a los artesanos se hará de acuerdo a su producción por unidad de articulo elaborado, en cuanto a las prestaciones sociales, la empresa no tiene responsabilidad alguna con estas personas, puestos que ellos están cobijados por el SGSS Sistema General de Seguridad Social y los que no están la empresa reportara inmediatamente la no afiliación al sistema para que sea incluidos..

La empresa les garantizara una gratificaciones económicas por el cumplimiento y exclusividad de la producción.

Ver anexos. nomina área administrativa y ventas. Y precios unitario de artículos producidos para la empresa.

CAPITULO 4

ESTUDIO LEGAL

INTRODUCCIÓN

El proyecto empresarial Artesanías Étnicas De Colombia, que se dedicará a la elaboración y comercialización de artesanías y manualidades en general, debe evaluar si sus actividades se enmarcan dentro de las normatividad que establece la ley. Esto es el propósito de este estudio que busca establecer a través del cumplimiento de cada uno de los requisitos que establecen la autoridades, si la empresa es viable a través desde el punto de vista legal. Para tal efecto se tendrá que diligenciar todos los formularios que requiere la ley, cancelar el valor de cada permiso y hacerlo en el tiempo estipulado.

4.1 ELABORACIÓN DEL CERTIFICADO DE CONSTITUCIÓN.

La minuta de constitución es un contrato en el cual se anotan cláusulas o partes esenciales, se especificará la razón social del negocio, el nombre de los socios, la ubicación de la empresa, las funciones de los socios y del representante legal.

4.2 OBTENCIÓN DEL CERTIFICADO DE HOMONIMIA.

El certificado de homonimia es el documento solicitado a la cámara de comercio, donde se establece si alguna sociedad, persona natural, o establecimiento comercial, no aparece registrada con la misma razón social de esta empresa.

4.3 NOTARIA.

En la Notaría la empresa Artesanías Étnicas De Colombia debe llevar el acta de constitución a escritura pública. Esta escritura es la minuta legalizada por un notario público.

4.4 CÁMARA DE COMERCIO.

La empresa deberá adelantar los siguientes tramites en la Cámara de Comercio, con el fin de ser reconocida legalmente como una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de artesanía y manualidades.

4.4.1 Registro Mercantil.

Toda empresa debe estar registrada en la Cámara de comercio, para dar a conocer su condición de empresa y sus actividades.

4.4.2 Certificado De Existencia Y Representación Legal.

Es un documento que establece la existencia de una empresa o establecimiento publico o privado y la representación legal de la empresa interesada en solicitarla. El requisito es que la empresa debe estar registrada en la Cámara de Comercio para que pueda expedirse este certificado.

4.4.3 Registro De Los Libros De Contabilidad.

Toda empresa del sector comercial debe registrar los libros de contabilidad en la Cámara de comercio, para evitar las sanciones correspondientes a las normas y reglas exigidas por la ley. (libro mayor de balance, libro diario de ventas y libro de bancos y caja).

4.5 DIAN.

La empresa Artesanías Étnicas De Colombia, debe realizar en la Dirección de Impuestos Y Aduana Nacionales, los tramites correspondientes para la obtención de registros Único Tributario (RUT), que los distinguirá legalmente de las demás empresas que se dedican a la misma actividad y actividades diferentes.

La DIAN expedirá una tarjeta provisional del NIT.(Numero de Identificación Tributaria). Transcurridos seis meses entregará la tarjeta oficial con el NIT.

Facturas

La empresa debe presentar la numeración de las facturas que utilizará durante un tiempo determinado (seis meses a un año). Según artículos 617 y 618 del Estatuto Tributario ante la DIAN, para poder identificar el numero de facturas entregadas a los clientes.

4.5.1 Impuestos a la venta y retención a La fuente.

La empresa Artesanías Étnicas De Colombia debe cancelar a la DIAN el Impuesto a las ventas (IVA) y la retención a la fuente, de acuerdo al calendario de pago de estos.

4.6 ALCALDIA

4.6.1 Declaración Del Estatuto Tributario del Distrito Industrial Y Portuario De Barranquilla.

El impuesto de Industria y Comercio es el tributo establecido y autorizado por la ley 14 1983 y Decreto 1333 de 1986. Este impuesto cobija las actividades comerciales destinada al expendio, de distribución de mercancías y bienes, compra ventas, y las actividades de servicios entre las que se encuentran el autoservicio de lavado y secado de ropa.

4.6.2 Certificado De Seguridad Y Prevención.

Es un certificado que expide el cuerpo de bombero donde se establece que la empresa cumpla con las condiciones mínimas de protección y seguridad contra incendios, el requisito es que la empresa debe cumplir con las normas mínimas legales de seguridad industrial.

4.6.3 Certificado De Uso De Suelo.

Es expedido por la Secretaría de Planeación Distrital en el cual se certifica que las actividades que realiza la empresa es permitida en la zona en la cual estaría ubicada.

4.6.4 Certificado de Sayco y Acimpro

Este certificado acredita a la empresa como no usuario, es decir, no utiliza música en sus labores ordinarias.

4.7 APORTES PARAFISCALES

4.7.1 Afiliación al sistema general de riesgos profesionales (ARP) Seguro Socia.

El sistema general de Riesgos Profesionales (ARP) Seguro Social tiene procedimientos destinados a prevenir, proteger y atender a los trabajadores de los efectos de las enfermedades y los accidentes que puedan ocurrir con ocasión o como consecuencia del trabajo que desarrolle dentro de la empresa. El sistema general de riesgos profesionales se establece en el Decreto 1295 de junio 22 de 1.994, en ejercicio de las facultades extraordinarios conferidas por el numeral 11 del articulo 139 de la ley 100 de 1.993.

4.7.2 Prestación Asistencial

Los trabajadores que sufran accidente de trabajo o una enfermedad profesional, y que estén afiliados a la (ARP) tendrán derecho.

Asistencia Medica
Suministro de medicinas o medicamentos
Servicio de hospitalización y odontología.

4.8 AFILIACIÓN A ENTIDAD PROMOTORA DE SALUD (EPS) SEGURO SOCIAL.

Los Seguros Sociales en la parte de EPS (Entidad Promotora de Salud)
Esta constituida como una empresa comercial de origen nacional, la cual se encuentra regida y opera bajo el Sistema General de Seguridad Social de Salud (S.G.S.S.S.) .
El propósito fundamental de este sistema es la búsqueda de una cobertura universal, esto podrá lograrlo teniendo en cuenta el esquema de promoción de salud (P.O.S) y planes complementarios (P.C) para todos los usuarios de la EPS.

4.9 AFILIACIÓN A LA CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR (CAJACOPI)

El fin de las Cajas de Compensación familiar, es de beneficiar a los empleados en lo que tiene que ver con servicios de salud, recreación y deporte, subsidio estudiantiles, vivienda, crédito, capacitación, etc. Se afiliaran los empleados a COMFAMILIAR. En el momento en que se ha finalizado el proceso de afiliación a la caja de compensación familiar, al recaudar la contribución de la empresa (9%) esta misma se encargara de los tramites de afiliación y pago de los correspondientes a aportes al Servicio Nacional de Aprendizaje SENA y el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar ICBF (3%).

4.10 LICENCIA AMBIENTAL.

La licencia ambiental es la autorización que otorga la autoridad ambiental competente, mediante acto administrativo a una persona para la ejecución de un proyecto. Este puede producir deterioro grave a los recursos naturales renovables o al medio ambiente. En el país existen tres tipos de licencias ambientales, (Ordinaria, única y global).

UNIVERSIDAD SIMON BOLIVAR
HEMEROTECA
BARRANQUILLA

4.10.1 Tipo De Licencia Que Le Compete A Artesanías Étnicas De Colombia.

Dado que el proceso productivo no se va a llevar en Barranquilla, solo se manejará la parte de comercialización del proceso de mercadeo y ventas, por lo tanto el tipo de licencia para esta empresa será la licencia ambiental única expedida por el DAMAD.

Por la micro localización de la empresa no afecta a las comunidades indígenas y negras, tampoco afecta a áreas de parques naturales, porque no va a estar ubicada en espacios ambientales.

CAPITULO 5

ESTUDIO ECONOMICO – FINANCIERO

INTRODUCCIÓN

El proyecto empresarial Artesanías Étnica de Colombia, a través de este estudio, consolida las proyecciones de egresos e ingresos que resultaron de la parte de formulación del proyecto con el fin de realizar la evaluación financiera de sus flujos económicos.

OBJETIVOS

General.

Resumir y tabular toda la información económica de los costos y los gastos de las etapas de mercado, Técnica - Operativa, Administrativa, Legal y ambiental del proyecto empresarial.

Específicos.

Efectuar un resumen detallado de los datos monetarios necesarios para realizar los cálculos en el estudio económico.

Hacer el cuadro de depreciaciones de activos para conocer el monto de depreciación cada uno de los activos, así como su valor residual.

Elaborar la matriz de ventas y gastos con el fin de hallar la utilidad de operación de la empresa.

Establecer el capital de trabajo que necesita la empresa para llevar acabo sus operaciones.

Precisar el monto de las cuotas que se pagarán por concepto de créditos adquiridos, mediante un cuadro de amortización e interese.

Establecer las utilidades después de impuestos para cada periodo, mediante la elaboración de esta.

de fuentes y usos para los periodos analizados con el fin de conocer las entradas y salida de ingresos de la empresa.

Formaliza el cuadro en donde se muestra la rentabilidad que espera obtener el propietario de la empresa.

Fijar el flujo neto de caja que la empresa obtendrá descontando la inversión realizada, los ingresos netos

Establecer el valor presente neto.

Calcular la tasa de retorno .

Resumen de la información monetaria.

En este punto se llevara a cabo un resumen detallado de la información monetaria que conlleva el plan de negocios de artesanías Étnicas Colombianas.

5.1 RESUMEN DE LA INFORMACION.

a) Ventas. De acuerdos al pronósticos de ventas proyectada en el estudio de mercado se tiene el nivel de venta de la empresa es.

Tabla # 11
Nivel de ventas por año

Años	Ventas	Incremento %
1	$ 400.000.000.oo	
2	$ 412.000.000.oo	3
3	$ 414.000.000.oo	3.5

El nivel de incremento corresponde a la proyección del crecimiento de la economía.

b) Inversión.

Tabla # 12
Resumen de la Información

Activos	Tipo de Activos	Valor	V. Util	% Salv.	Tipo de Fin.
Edificio	Depreciable	-	20	30	Financiado
Terrenos	No Depreciable	-	0	0	Financiado
Góndolas dobles	Depreciable	$ 2.336.400.oo	10	20	Financiado
Silleteria General	Depreciable	$ 600.000.oo	10	20	Propio
Vitrinas	Depreciable	$ 900.000.oo	10	20	
Caja registradora	Depreciable	$ 600.000.oo	10	20	
Otros		$ 500.000.oo	10	20	Propio
Eq. De com. y com.	Depreciable	$ 2.290.000.oo	5	15	Financiado
Eq. De oficinas	Depreciable	$ 554.000.oo	5	15	Financiado
Gastos de Constitución	Diferido	$ 1.500.000.oo			Propio
Gastos de instalación	Diferido	$ 4.050.000.oo			Propio
Total Activos		**$ 13. 336.400.oo**			

Total Activos Depreciable	$ 7.780.400,oo
Total Activos No Depreciable	-
Total Activos Diferidos	$ 5.550.000,oo
Total Activos.	**$ 13.336.400,oo**

Con capital propio se financia el 78.23% y del total de activos y el 21.77% restante se financia con préstamo.

C). Información para realizar los cálculos.
Para realizar los cálculos se debe tener en cuenta los siguientes datos.}
El capital de trabajo es de 55 días, la ge5rencia establece un periodo de holgura de 5 días.

La financiación se consigue a la tasa del mercado que es de 12.5% que corresponde a la tasa DTF + 5 puntos. Este crédito será tramitado ante el Banco Agrario . El crédito se obtiene por un periodo de tres años, de libre inversión respaldado por activos propios de la empresa.

Los gastos pagados por anticipado se amortizan a 3 años
Se estima un presupuesto para publicidad que será en el primer año el 4.0% de las ventas, el segundo año disminuirá a 3.0 % del total de las ventas y el tercer año se hará necesaria una inversión de 2.0% de las ventas.

La provisión para cartera será del 28%

La provisión para producto en proceso es de 15%

La provisión para producto terminado es de 2%

La provisión para impuestos es de 35% del total de ingresos

El reparto de utilidades ha sido dispuesto de la siguiente manera.

Año	Porcentaje %
1	0%
2	20%
3	25%

El costo promedio del capital fue determinado por 24%.
Costos y gastos anuales.

d). Otros datos.
Además de los datos suministrados anteriormente, el plan de negocio debe incurrir en los siguientes costos y gastos.

Dentro de los costos de servución.

La materia prima tendrá un costo mensual de $ 7.474.000.oo M.L. Al año será de $89.688..000,oo. La mano de obra directa de la producción es de $ 6.309.500,oo (Seis millones trecientos nueve mil quinientos pesos M.L). Por lo cual los costos anuales serán de $ 75.714.000.oo (Setenta y cinco millones setecientos catorce mil pesos M.L.). el total de costos de fabricación mensual esta determinado por los materiales indirectos por un valor mensual de $ 400.000.oo, para un total anual de $ 4.800.000.oo los servicios públicos mensuales del todo el establecimiento es de $341.000.oo , y anual es de $ 4.092..000.oo, la depreciación $ 2.196.800.oo esta estimada en , Se pagara un arriendo mensual de $ 800.000.oo que al año suma $ 9.600.000.oo

Tabla # 13
Gastos de Administración

Gastos de Administración	Mensuales	Anuales
Sueldo y Prestaciones Sociales	$ 3.462.996.80	$ 41.555.961.60
Depreciación	25.00%	
Útiles de Oficina	$ 70.000,oo	$ 840.000.oo
Servicios	$ 210.500.oo	$ 2.526.000.oo
Aseo y Limpieza	$ 52.600.oo	$ 631.200.oo
Seguros	$ 314.693.oo	$ 4.100.316.oo
Total		$ 49.653.497.60

Los gastos de ventas representados por los sueldos de este departamento suma un total mensual de $ 309.000.oo y anual de $ 3.708.000.oo.

5.2 CUADRO DE DEPRECIACIÓN

5.2.1 Análisis del cuadro de Depreciación

Depreciación de los Activos se muestra a continuación.

Para hallar el valor residual se utiliza la siguiente formula.
Primero se halla el valor de salvamento, que se obtiene multiplicando el Activo por el % de salvamento así.

Valor del Salvamento:
Valor del activo x %Salvamento

Depreciación anual :
Valor del activo – Valor del salvamento
Numero de años de vida útil

Y por ultimo se halla el valor residual.
Depreciación anual x (# de años de vida útil –3) + Valor de salvamento

Tabla # 14
Cuadro de Depreciación Anual.

			Salvamento		Depreciación annual	
Activos Depreciable	**Valor**	**V. útil**	**%**	**Valor**	**Anual**	**Residual**
Edificio	$	20	30	$	$	$
Terreno	$			$	$	$
Góndolas	$ 2.336.400.oo	10	20	$ 467.280.oo	$ 186.912.oo	$ 1.775.664.oo
Silleteria en General	$ 600.000.oo	10	20	$ 120.000.oo	$ 48.000.oo	$ 456.000.oo
Vitrina	$ 900.000.oo	10	20	$ 180.000.oo	$ 72.000.oo	$ 522.000.oo
Caja Registradora	$ 600.000.oo	10	20	$ 120.000.oo	$ 48.000.oo	$ 456.000.oo
Otros	$ 500.000.oo	10	20	$ 100.000.oo	$ 40.000.oo	$ 380.000.oo
Eq. computo. y com.	$ 2.290.000.oo	5	15	$ 343.500.oo	$ 389.300.oo	$ 1.122.100.oo
Muebles y enseres	$ 554.000.oo	5	15	$ 83.100.oo	$ 94.180.oo	$ 659.343.10
Total	**$ 7.780.400.oo**			**$ 3.393.880.oo**	**$ 878.392.oo**	**$ 5.371.110.oo**

5.3 ANÁLISIS DE LA MATRIZ DE VENTAS Y GASTOS

Tabla # 15
Matriz de Ventas y Gastos

Periodo			
Concepto	1	2	3
Ventas	$ 400.000.000.oo	$ 412.000.000.oo	$ 414.000.000.oo
Costo de Producción		$	
Materia Prima	**$ 89.688.000.oo**	**$ 92.378.640.oo**	**$ 92.827.080.oo**
Mano de Obra Directa	**$ 75.714.000.oo**	**$ 77.985.420.oo**	**$ 78.363.990.oo**
Costos Gnl. de fabricación	**$ 20.688.800.oo**	**$ 21.309.465.oo**	**$ 21.412.910.oo**
Materiales indirectos	$ 4.800.000.oo	$ 4.260.492.oo	$ 4.281.174.oo
Mano de obra indirecta	$ 0	$ 0	$ 0
Servicios Públicos	$ 4.092.000.oo	$ 4.214.760.oo	$ 4.235.220.oo
Depreciación	$ 2.196.800.oo	$ 2.262.705.oo	$ 2.273.690.oo
Arrendamiento	$ 9.600.000.oo	$ 9.888.000.oo	$ 9.936.000.oo
Total Costo de Producción	**$ 186.090.800.oo**	**$ 191.673.525.oo**	**$ 192.603.980.oo**
Gastos de Administración			
Sueldos y prest. Sociales	$ 41.555.961.60	$ 42.802.640.45	$ 43.010.420.25
Depreciación	$ 878.392.oo	$ 904.743.75	$ 909.135.70
Útiles de Oficina	$ 819.000.oo	$ 843.570.oo	$ 847.665.oo
Servicios	$ 2.526.000.oo	$ 2.601.780.oo	$ 2.614.410.oo
Aseo y limpieza	$ 631.200.oo	$ 650.136.oo	$ 653.292.oo
Seguros	$ 3.776.316.oo	$ 3.889.605.50	$ 3.908.487.06
Total Gastos de Adm.	**$ 50.186.870.oo**	**$ 51.692.475.70**	**$ 51.943.410.45**
Gastos de Ventas			
Sueldos	$ 3.708.000.oo	$ 3.819.240.oo	$ 3.837.780.oo
Publicidad	$ 16.000.000.oo	$ 12.360.000.oo	$ 8.280.000.oo
Total Gastos de Ventas	**$ 19.708.000.oo**	**$ 16.179.240.oo**	**$ 12.117.780.oo**
Total costos y Gastos	**$ 238.255.670.oo**	**$ 259.545.240.70**	**$ 256.665.170.50**
Utilidad de Operación	**$ 161.744.330.oo**	**$ 152.454.760.oo**	**$ 157.334829.50**

Gastos de Ventas			
Sueldos	$ 3.708.000.oo	$ 3.819.240.oo	$ 3.837.780.oo
Publicidad	$ 16.000.000.oo	$ 12.360.000.oo	$ 8.280.000.oo
Total Gastos de Ventas	**$ 19.708.000.oo**	**$ 16.179.240.oo**	**$ 12.117.780.oo**
Total costos y Gastos	**$ 238.255.670.oo**	**$ 259.545.240.70**	**$ 256.665.170.50**
Utilidad de Operación	**$ 161.744.330.oo**	**$ 152.454.760.oo**	**$ 157.334829.50**

Los valores incluidos en costos de servucion, gastos de administración y gastos de ventas se toman de los datos anteriormente en el resumen de la información monetaria. Para los año 2 y 3 estos tienen el mismo incremento que las ventas. Para el primer año la materia prima es de $ 89.688.000.oo, la mano de obra directa es de $ 75.714.000.oo,

Los costos generales de fabricación son iguales a:
Materiales indirectos + Mano de obra indirecta y prestaciones sociales + servicios + depreciación + mantenimiento + desperdicios + arrendamiento.
$ 4.800.000.oo +0+ $ 4.092.000.oo + $ 2.196.800.oo + 9.600.000.oo =
$ 20.688.800.oo

Los costos generales de fabricación aumenta de igual forma que la materia prima y la mano de obra.

Total de costos de servucion: Materia prima + Mano de obra directa + costos generales de fabricación .

$ 89.688.000.oo + $ 75.714.000.oo + $ 20.688.800.oo= $ 186.090.800.oo.

Los gastos de administración corresponden :
Sueldo y prestaciones sociales + depreciación área administrativa + útiles de oficina + servicios + aseo y limpieza + seguros.
$ 41.555.961.60 + 0 + $ 819.000.oo + $ 2.526.000.oo + $ 631.200.oo +
$ 3.776.316.oo = $ 50.186.870.oo

Para los años 2 y 3 se aumenta teniendo en cuenta el nivel de precios de 3 y 3.5 respectivamente.
Para obtener los gastos de ventas hay que calcular el gasto en publicidad y las comisiones.

Tabla # 16
Publicidad

Año	Ventas	Percentage	Valor
1	$ 400.000.000.oo	4%	$ 16.000.000.oo
2	$ 412.000.000.oo	3%	$ 12.360.000.oo
3	$ 414.000.000.oo	2%	$ 8.280.000.oo

Los gastos de ventas corresponden a los sueldos + prestaciones sociales + publicidad + comisiones
$ 3.708.000.oo + $ 0 + $ 16.000.000.oo + $ 0 = $ 19.708.000.oo.

El total de los costos y gastos esla suma de los costos de servucion + los gastos de administración + los gastos de ventas.
$ 186.090.800.oo + $ 50.186.870.oo + $ 19.708.000.oo=
$ 238.255.670.oo

La utilidad de operación es igual a : ventas – total de costos y gastos.
$ 400.000.000.oo- $ 238.255.670.oo = $ 161.744.330.oo
Estos cálculos se realizan de igual forma para los años 2 y 3.

5.4 ANÁLISIS DEL CUADRO DE CAPITAL DE TRABAJO.

Tabla # 17
Capital de Trabajo.

Concepto	1	2	3
Salario y pret. sociales	$ 18.482.770.90	$ 19.137.254.oo	$ 19.129.667.80
Materia prima, insumos y partes	$ 14.435.687.oo	$ 14.868.757.60	$ 14.940.936.oo
Gastos de Administración	$ 1.180.536.oo	$ 1.215.952.oo	$ 1.221.854.80
Gastos de Ventas	$ 3.010.948.oo	$ 3.101.276.50	$ 3.116.331.20
Costo de producto en proceso	$ 4.343.567.oo	$ 4.473.874.oo	$ 4.495.591.80
Costos de productos terminados	$ 5.686.116.oo	$ 5.856.699.50	$ 5.885.130.oo
Cuenta por Cobrar	$ 10.192.063.oo	$ 10.497.825.oo	$ 10.548.785.20
Otros costos y gastos de fabricación	$ 385.918.oo	$ 397.497.35	$ 399.425.20
Total Cap. Trabajo sin Finan.	**$ 57.690.605.oo**	**$ 59.421.232.oo**	**$ 59.709.776.20**
Gastos de Financiación	$ 1.101.732.oo	$ 1.134.784.oo	$ 1.140.292.60
Total capital de Trabajo.	**$ 58.792.337.oo**	**$ 60.556.108.oo**	**$ 60.850.068.80**

La empresa Artesanías Étnica Colombianas Calculo un total de 55 días para el capital de trabajo.
Los cálculos se realizaron a través de la determinación del factor de la siguiente manera:

55/360= 0.152778 los datos de los salarios y prestaciones sociales, la materia prima, los gastos de administración y los gastos de ventas se obtienen sumando los rubros correspondientes a la matriz de ventas y gastos

Salarios y Prestaciones Sociales

Materia Prima, Insumos.
Materia prima + materiales indirectos + mantenimiento + desperdicio.
$ 89.688.000.oo +$ 4.800.000.oo + $ 0 + $ 0 =
* 0.152778 = $ 14.435.687.66

Gastos de Administración.
Útiles de oficina + servicios de Adm. + aseo y limpieza + seguros
$ 819.000 + $ 2.526.000 + $ 631.200 + $ 3.776.316.oo =
$ 7.752.516 * 0.152778 = $ 1.180.000.oo

Gastos de Ventas.
Publicidad * (55/360) = Gastos de ventas
$ 19.708.000 * 0.152778 = 3.010.948.oo

Producto en proceso.
Total costos de producción * 15% * (55/360) =
$ 186.090.800 * 0.150000 * 0.152778 = $ 4.343.567

Productos Terminados.
Total costo de producción * 20% * (55/360) =
$ 186.090.800 * 0.20000 * 0.152778 = $ 5.686.116.oo

Cuentas por cobrar.
Total costos y gastos * 28% *(55/360) =
$ 238.255.670 * 0.280000 * 0.152778 = $ 10.192.063

Otros Costos y Gastos de fabricación.
Servicios área de servucion.
$ 2.526.000 * 0.152778 = $ 358.918.oo

Total capital de trabajo sin financiar. Que equivale a la suma de todos los itam desarrollados anteriormente.

Gastos de financiación.
$ 57.690.605 * 12.5%

Intereses año 1 * (55/360)
$ 57.690.605 * 12.5% * 0.152778 =
$ 1.101.732

Total capital de trabajo = Total capital de trabajo sin financiación + gastos de financiación.

$ 57.690.605 * 12.5% * 0.152778 =
$ 1.101.732

Total capital de trabajo = Total capital de trabajo sin financiación + gastos de financiación.
$ 57.690.605 + $ 1.101.732 = $ 58.792.337.oo

5.5 ANALISIS DEL CUADRO DE INVERSIONES.

Tabla # 18
Cuadro de Inversiones

Concepto	Propio	Financiado	Total
Góndolas dobles	$ 2.336.400.oo	$ 0	$ 2.336.400.oo
Silleteria General	$ 600.000.oo	$ 0	$ 600.000.oo
Vitrina	$ 900.000.oo	$ 0	$ 900.000.oo
Caja Registradora	$ 600.000.oo	$ 0	$ 600.000.oo
Otros	$ 500.000.oo	$ 0	$ 500.000.oo
Eq. de com. y com.	$ 2.290.000.oo	$ 0	$ 2.290.000.oo
Eq. De oficinas	$ 554.000.oo	$ 0	$ 554.000.oo
Gastos de Constitución	$ 1.500.000.oo	$ 0	$ 1.500.000.oo
Gastos de instalación	$ 4.050.000.oo	$ 0	$ 4.050.000.oo
Cpt. Trab. Sin Fianc.	$ 0	$ 57.690.605.oo	$ 57.690.605.oo
Gastos de Finan.	$ 1.101.732.oo		$ 1.101.732.oo
Total Activos	**$ 14.432.132.oo**	**$ 57.690.605.oo**	**$ 72.122.737.oo**

5.6 ANALISIS DEL CUADRO DE AMORTIZACIONES E INTERESES.

Tabla # 19
Cuadro de Amortización e interés.

Periodo	Intereses	Valor cuota	Abono a capital.	Sal. Capitales
0				$ 57.229.404.55
1	$ 7.153.675.50			$ 57.229.404.55
2	$ 7.153.675.50	$ 24.032.395.oo	$ 16.878.719.50	$ 40.350.658.oo
3	$ 5.043.835.60	$ 24.032.395.oo	$ 18.988.559.40	$ 21.362.125.60
4	$ 2.670.265.70	$ 24.032.395.oo	$ 21.362.125.60	$ 0

La tasa de financiación de 12.5% efectivo anual, mes vencido a 4 años con 1 de gracia.

Crédito $ 57.229.404.55
Calculo de Anualidad
$a = 1-(1+i)^{-n} / i$

$$a = \frac{1-(1+0.125)^{-3}}{0.125} = 2.381$$

Cuota = $ 57.229.404.55 / 2.3813443 = $ 24.032.395.oo

Año 2
$ 57.229.404.55 * $ 0.12500 = $ 7.153.675.50
$ 24.032.395 - $ 7.153.675.50 = $ 16.878.719.50
$ 57.229.404.55 – 16.878.719.50 = $ 40.350.685.oo

Año 3
$ 40.350.685 * 0.12500 = $ 5.043.835.60
$ 24.132.395 - $ 5.043.835.60 = $18.988.559.40
$ 40.350.685 - $ 18.988.559.40 = $ 21.362.125.60

Año 4
$ 21.362.125.60 * 0.12500 = $ 2.670.265.70
$ 24.032.395 - $ 2.670.265.70 = $ 21.362.125.60

5.7 ANALISIS DE LA PLANILLA DE INVERSIONES

Tabla # 20
Planilla de inversiones.

Concepto	Año 0	1	2	3	Val. Residual
Góndolas dobles	$ 2.336.400.oo				$ 2.336.400.oo
Silleteria general	$ 600.000.oo				$ 600.000.oo
Vitrina	$ 900.000.oo				$ 900.000.oo
Caja Registradora	$ 600.000.oo				$ 600.000.oo
Otros	$ 500.000.oo				$ 500.000.oo
Eq. de Com. y Com.	$ 2.290.000.oo				$ 2.290.000.oo
Eq. De oficina	$ 554.000.oo				$ 554.000.oo
Activos diferidos	$ 5.550.000.oo				
Valor Residual	$ 5.371.110.oo				$ 5.371.110.oo
Capital de Trabajo					
Mano de obra		$ 18.482.770.90	$ 19.137.254.oo	$ 19.129.667.80	
Materia prima		$ 14.435.687.66	$ 14.868.757.60	$ 14.940.936.oo	
Gastos de adm.		$ 1.180.536.10	$ 1.215.952.oo	$ 1.221.854.80	
Gastos de ventas		$ 3.010.948.10	$ 3.101.276.50	$ 3.116.331.20	
Prod. en Proceso		$ 4.343.567.oo	$ 4.473.874.oo	$ 4.495.591.80	
Prod. Terminado		$ 5.686.116.oo	$ 5.856.699.50	$ 5.885.130.oo	
Cartera		$ 10.192.063.oo	$ 10.497.825.oo	$ 10.548.785.20	
Otros Gastos de fab.		$ 385.918.oo	$ 397.497.35	$ 399.425.20	
Gastos de Financ.		$ 1.101.732.oo	$ 1.134.784.oo	$ 1.140.292.60	
Inversión Total	**$ 18.701.150.oo**	**$ 58.792.337.oo**	**$ 60.556.108.oo**	**$ 60.850.068.oo**	

UNIVERSIDAD HEMEROTECA BARRANQUILLA

Los activos provienen del cuadro de depreciación .

Los activos diferidos son iguales a : Gastos de constitución + gastos de instalación. $ 1.500.000.oo + $ 4.050.000.oo = $ 5.550.000.oo

El valor residual proviene del cuadro de depreciación = $ 5.371.110.oo

El capital de trabajo proviene del cuadro de capital de trabajo, en el concepto correspondiente.

La inversión total es hallada as:
Activos depreciables + Activos no depreciables + Activos diferidos
= $ 13.336.400.oo

5.8 ANALISIS DE RESULTADO.

Tabla # 21
Estados de Resultados

Conceptos	**1**	**2**	**3**
Ventas	$ 400.000.000.oo	$ 412.000.000.oo	$ 414.000.000.oo
Costos de Producción	**$ 186.090.800.oo**	**$ 191.673.525.oo**	**$ 192.603.980.oo**
Utilidad bruta	$ 123.909.200.oo	$ 220.326.476.oo	$ 221.396.022.oo
Gastos de administración.	**$ 50.186.870.oo**	**$ 51.692.475.70**	**$ 51.943.410.45**
Gastos de ventas	**$ 19.708.000.oo**	**$ 16.179.240.oo**	**$ 12.117.780.oo**
Utilidad de operación	$ 143.813.130.oo	$ 148.127.524.oo	$ 148..846.590.oo
Gastos de financiación .	**$ 7.153.675.oo**	**$ 7.153.675.oo**	**$ 5.043.835.60**
Gastos diferidos	**$ 1.850.000.oo**	**$ 1.850.000.oo**	**$ 1.850.000.oo**
Utilidad Oper. Antes de Imp.	$ 134.809.455.oo	$ 138.853.738.70	$ 139.527.786.oo
Impuestos	$ 47.184.595.50	$ 48.600.133.40	$ 48.836.056.35
Utilidad Después de Imp.	**$ 87.624.860.oo**	**$ 90.253.605.80**	**$ 90.691.730.oo**

En este cuadro las ventas, los costos de servucion, los gastos de administración y los gastos de ventas provienen de la matriz de ventas y gastos.
Los gastos diferidos son iguales a : Activos diferidos/3
$ 1.500.000 + $ 4.050.000 = $ 5550.000.oo =
5550.000. / 3 = $ 1.850.000.oo

La utilidad bruta se hallo asi : (ventas – Costos de servucion)
$ 400.000.000 - $ 186.090.800= $ 213.909.200.oo

La utilidad de la operación se halla así: (Utilidad bruta – Costos de Administración – Gastos de ventas).
$ 213.909.200 - $ 50.186.870 - $ 19.708.000 = $ 161.151.530.oo

La utilidad operacional antes de impuesto se halla así: (utilidad de operación – gastos de financiación – gastos diferidos).
$ 161.151.530 - $ 7.153.675 – 1.850.000 = $ 152.147.855.oo

Impuestos (utilidad operacional – 35%)
$ 152.147.855 – 0.35% = $ 47.184.595.50

La utilidad después de impuesto se halla así: (utilidad operacional antes impuesto - impuestos)
$152.147.855 – 47.184.595.50 = $ 87.624.860.oo

5.9 ANALISIS DE LOS ESTADOS DE FUENTES Y USOS.

Tabla # 22
Estados de Fuentes y Usos

FUENTES	**PERIODOS**		
Concepto	1	2	3
Utilidad Neta	$ 87.624.860.oo	$ 90.253.605.80	$ 90.691.730.oo
Depreciación	$ 878.392.oo	$ 878.392.oo	$ 878.392.oo
Amortización Diferidos	$ 1.850.000.oo	$ 1.850.000.oo	$ 1.850.000.oo
Total	**$ 90.353.252.oo**	**$ 92.981.998.oo**	**$ 93.419.762.oo**
USOS			
Amortizacion Pasivo		$ 16.878.719.50	$ 18.988.559.40
Reparto de utilidades	$ 0	$ 18.050.721.16	$ 22.672.932.50
Incremento Activo	$ 90.353.252.oo	$ 58.052.557.40	$ 51.758.270.oo
Total	**$ 90.353.252.oo**	**$ 92.981.998.oo**	**$ 93.419.762.oo**

Fuentes
En este cuadro la utilidad neta se obtiene del cuadro de perdidas y ganancias. La depreciación se obtiene del cuadro de depreciación, la amortización de diferidos se obtiene del estado de perdidas y ganancias.

Usos.

La amortización del pasivo proviene del cuadro de amortización e intereses.
El reparto de utilidades esta determinado de la siguiente manera.

Tabla # 23
Reparto de Utilidades.

Año	Utilidad	%	Reparto utilidad
1	$ 87.624.860.oo	0	
2	$ 90.253.605.80	0.2	$ 18.050.721.16
3	$ 90.691.730.oo	0.25	$ 22.672.932.50

El incremento del activo es igual a.
Total fuente – Amortización Pasivo – Reparto de utilidades.

Incremento del Activo
Año 1. $ 90.353.252. - 0 – 0 = $ 90.353.252.oo
Año 2 . $ 92.981.998 - $ 16.878.719.50 - $18.050.721.16 = $ 58.052.557.40
Año 3. $ 93.419.762- $ 18.988.559.40 – $ 22.672.932.50 = $ 51.758.270.10

5.10 ANALISIS DE LOS BALANCES GENRALES PROYECTADOS

Tabla # 24
Balances Generales Proyectado

ACTIVO	1	2	3
Corriente	$ 146.836.388.60	$ 98.161.208.20	$ 250.957.789.60
No Depreciable	$ 0	$ 0	$ 0
Depreciable	$ 7.780.400.oo	$ 7.780.400.oo	$ 7.780.400.oo
- Depreciacion Acumulada	$ 879.392.oo	$ 1.758.784.oo	$ 2.638.176.oo
Activos Diferidos	$ 3.700.000.oo	$ 1.850.000.oo	$ 0
Total Activo	**$ 159.287.396.60**	**$ 214.874.409.20**	**$ 258.738.189.60**
PASIVO + PATRIMONIO			
Capital	$ 14.432.132.oo	$ 14.432.132.oo	$ 14.432.132.oo
Pasivo a largo plazo	$ 57.229..404.55	$ 40.350.658.oo	$ 21.362.125.60
Utilidad por Distribucion	$ 87.624.860.oo	$ 160.090.620.oo	$ 222.943.932.oo
Total Pasivo + Patrimonio	**$ 159.287.396.60**	**$ 214.874.409.20**	**$ 258.738.189.60**

En este cuadro el activo depreciable y no depreciable provienen de la planilla de inversiones
La depreciacion acumulada se obtiene de la siguiente manera.

Primer año $ 879.392
Segundo año $ 879.392 * 2 = $ 1.758.784.oo
Tercer año $ 879.392 * 3 = $ 2.638.176.oo
Activos diferidos – Gastos diferidos.
Año 1 $ 5.550.000 - $ 1.850.000 = $ 3.700.000.oo
Año 2 $ 3.700.000 - $ 1.850.000 = $ 1.850.000.oo
Año 3 $ 1.850.000 - $ 1.850.000 = $ 0

El capital viene del cuadro de inversion, el pasivo a largo plazo proviene del cuadro de amortizacion e intereses .

5.11 ANALISIS DEL FLUJO NETO DE CAJA

Tabla # 25
Flujo neto de caja.

Periodos	Inversión	Ingresos Netos	Flujo Neto de Caja
0	$ 18.701.150.oo		$ 18.701.150.oo
1	$ 58.792.337.oo	$ 90.353.252.oo	$ 31.380.915.oo
2	$ 60.552.108.oo	$ 92.981.998.oo	$ 32.429.890.oo
3	$ 60.850.068.oo	$ 93.419.762.oo	$ 32.569.694.oo

Año 0 = $ 0 - $ 18.701.150. = $18.701.150
Año 1 = $ 90.353.252 - $ 58.792.337 = $ 31.380.915
Año 2 = $ 92.981.998 - $ 60.552.108 = $ 32.429.890
Año 3 = $ 93.419.762. - $ 60.850.068 = $ 32.569.694

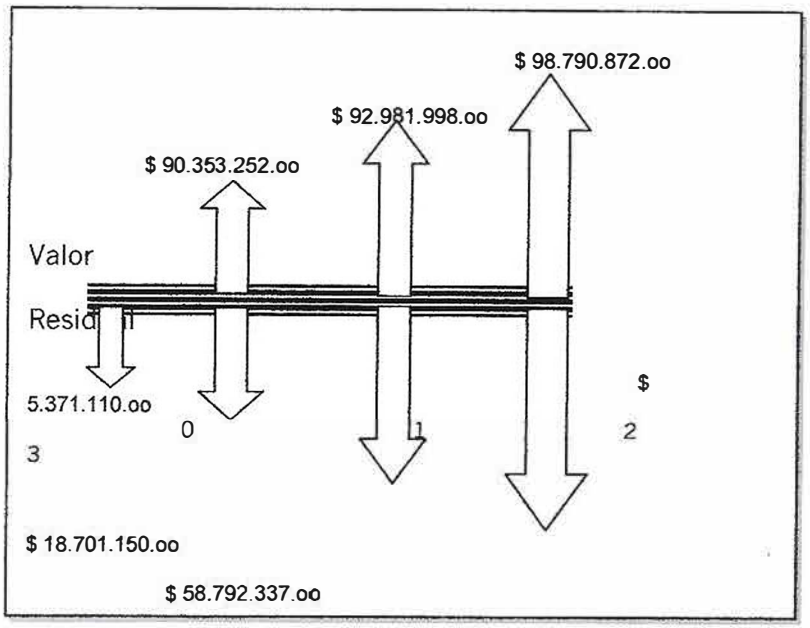
5.12 VALOR PRESENTE NETO.

Tabla # 26
Flujo neto de caja - Valor presente neto.

Periodos	Inversión	Ingresos Netos	Flujo Neto de Caja
0	$ 18.701.150.oo		$ 18.701.150.oo
1	$ 58.792.337.oo	$ 90.353.252.oo	$ 31.380.915.oo
2	$ 60.552.108.oo	$ 92.981.998.oo	$ 32.429.890.oo
3	$ 60.850.068.oo	$ 99.790.872.oo	$ 37.940.804.oo

El ultimo año de los ingresos se le suma el valor residual de la siguiente manera :
$ 93.419.762. + $ 5.371.110.oo = $ 98.790.872.oo

Diagrama de Flujos de Egresos e Ingresos.



Como costo de capital se toma la tasa de colocación de la banca comercial del país mas la tasa de depreciación anual . esta tasa se calcula en un monto de 28%.

$$\text{VPN Ingresos} = \frac{\text{Valor Futuro (Ingresos)}}{(1+i)^n}$$

$$\text{VPN Egresos} = \frac{\text{Valor Futuro (Egresos)}}{(1+i)^n}$$

VPN = VP Ingresos – VP Egresos
I = 24.0%

Cálculos Para determinar el valor presente neto
Costo de Capital (24%)

$$\text{VPNI} = \frac{\$\ 90.353.252}{1+(0.2400)^1} + \frac{\$\ 92.981.998}{1+(0.2400)^2} + \frac{\$\ 98.790.872}{1+(0.2400)^3}$$

$$\text{VPNE} = \frac{\$18.701.150}{} + \frac{\$\ 58.792.337.oo}{1+(0.2400)^1} + \frac{\$\ 60.552.108.oo}{1+(0.2400)^2} + \frac{\$\ 60.850.068.oo}{1+(0.2400)^3}$$

PNE= $18.701.150 + $47.413.175 + $39.380.923.50 + $ 31.915.085.50
VPN = VPNI – VPNE = $ 177.585.733.30 - $ 137.410.334
VPN = $ 40.175.399.30

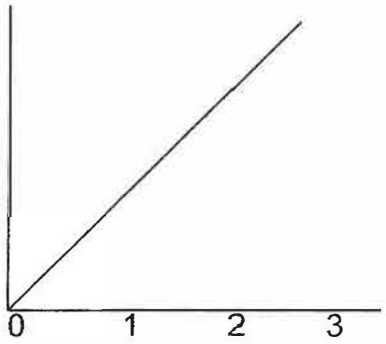
UNIVERSIDAD SIMÓN BOLÍVAR
BIBLIOTECA
BARRANQUILLA

De acuerdo con la información obtenida con el V: P .N se puede concluir que

Como el VPN es mayor que cero 0, el proyecto es rentable.
Como el resultado es positivo, el proyecto produce una rentabilidad de 24% o superior .
Esta inversión produce $ 40.175.399.30 o mas que otra alternativa.

Grafico del valor presente

$ 40.175.399.30



5.13 TASA INTERNA DE RETORNO.

Con la TIR los ingresos son iguales a los egresos. Y el valor presente neto es igual a 0. mediante el método del tanteo se determino que la TIR es del 160%

Tasa : 160%

$$VPNI = \frac{\$\ 90.353.252.}{1+(1.6)^1} + \frac{\$\ 92.981.998}{1+(1.6)^2} + \frac{\$\ 98.790.872}{1+(1.6)^3}$$

VPNI = $34.751.250.70 + $ 13.754.733.40 + $ 5.620.782.40 = $ 54.126.766.50

$$VPNE = \frac{\$18.701.150}{} + \frac{\$\ 58.792.337}{1+(1.6)^1} + \frac{\$\ 60.552.108}{1+(1.6)^2} + \frac{\$\ 60.850.068}{1+(1.6)^3}$$

VPNE= $ 18.701.150 + $ 22.612.437.30 + $8.957.412.40 + $ 53.733.110.90

VPN = VPNI – VPNE = $ 54.126.766.50 - $ 53.733.110.90 = $ 393.655.oo

La Tasa Interna de Retorno es mayor que el costo de capital que es igual al 160% por lo tanto la inversion es economicamente viable.
160% > 24%

ANÁLISIS GLOBAL

La investigación de mercados que se realizo para determinar el grado de aceptación de una productora y comercializadora de artesanías étnicas colombiana, en la ciudad de Barranquilla, lo cual arrojo como resultado lo siguiente:

Las personas consumidoras de este tipo de productos son hombres y mujeres de cualquier edad. Rara toda raza sin excepción, Pero siendo mas consumidoras las mujeres, en edades comprendidas de 15 a 70 años,

Como la población es estudio. Son los ubicados en los estratos 3, 4, 5, y 6 que se consideran los de mayor poder adquisitivo, para adquirir este producto que es mas costoso con referencia a lo que se consigue en el mercado, el estrato 4 es donde hay mayor concentración de personas consumidoras de estos tipos de productos , que estarían dispuestos a pagar lo que realmente cuesta, seguidamente los estratos 5 y 6.

El producto que se va ha comercializare en la ciudad de Barranquilla, teniendo en cuenta sus características culturales de las personas, prefieren consumir productos artesanales, el estato 4 y 5 fueron los de mayor aceptación tuvo la investigación de este tipo de producto, a quienes le gustaría encontrarlo en los aeropuertos, tiendas de cadenas , tiendas de decoraciones y en toda las temporadas.

También se determino que solo ocasionalmente pueden conseguirlo, por ejemplo en ferias programadas, algunos establecimientos comerciales no reúnen muchas variedades de artículos artesanales, entonces es una buena opción para ellos la puesta en marcha de artesanías étnicas de colombina, porque es una forma de contribuir al desarrollo de los productos de los artesanos de nuestra región y hacerlos participes en el mercado de estos tipos de productos.

CONCLUSIONES

De acuerdo con el estudio de mercado muestra que se cuenta con un mercado factible, es lo suficientemente grande para garantizar la supervivencia de la empresa, en el mercado de las artesanías, de acuerdo con la investigación de mercado se cuenta con 339.925 consumidores potenciales de artesanías. De los cuales la empresa estima que el 5% como sus consumidores, para un total de 16.996 personas

En cuanto a la ingeniería técnica operativa se demostró que es posible conseguir una ubicación ideal para realizar la comercialización de artesanías. Además, en la región se tiene la mano de obra necesaria para la elaboración de las diferentes líneas de productos. De igual manera, se establece que el nivel de producción de los proveedores de la materia prima es suficiente para abastecer el mercado.

En el estudio administrativo, la empresa artesanías étnicas de Colombia pudo determinar la estructura administrativa con la que contara, las generalidades, los muebles y enseres, los servicios públicos, la póliza de seguros, los manuales y reglamentos que necesita la empresa en el área administrativa. Por lo cual al finalizar esta parte del plan de negocio, se puede determinar la viabilidad administrativa del montaje de la empresa, debido a que todos los requerimientos organizativos son cumplidos por ésta.

Finalmente, de acuerdo con el objeto social , la empresa es legal y no tiene ninguna restricción normativa que le impida funcionar y desarrollar sus actividades. De igual manera el margen de rentabilidad que se maneja es relativamente alto, dado que se obtiene un valor presente neto superior a cero y la tasa interna de retorno del proyecto es superior a las tasas de captación que ofrece el mercado financiero en la ciudad de Barranquilla.

RECOMENDACIONES

Al finalizar este estudio de factibilidad del montaje de una empresa dedicada a la producción y comercialización de artesanías étnica colombiana, se puede establecer las siguientes recomendaciones.

En los planes de publicidad y promoción se debe hacer mucho énfasis en las ventajas competitivas que ofrece el producto, para lograr asi hacer frente a la competencia indirecta y directa que existe en la ciudad.

Es necesario que el lugar donde se va ubicar la empresa este permanentemente acondicionada para conservar y ofrecer un producto en un ambiente familiar y confortable para las personas y clientes que acuden a la. empresa.

Se recomienda el uso del logotipo, el slogan y los colores corporativos que se plantean en este estudio debido a que le da a la empresa un toque publicitario de gran aceptación en la ciudad.

La forma como se encuentra organizada administrativamente la empresa le da la suficiente flexibilidad para adaptarse a los cambios que puedad ocurrir a medida que siga avanzando en proyecto.

Como requisito de supervivencia de la empresa, siempre debe estar en la búsqueda de la innovación y la vanguardia de nuevos productos, estar atenta a los cambios del mercado,

También debe tener en cuenta que el personal, se ha organizado de la manera mas eficaz para obtener buenos resultados y cumplir con las exigencias de los clientes.

Además es importantes tener en cuenta que los manuales y reglamentos esten estén acordes como lo establece la normatividad en Colombia para este tipo de empresas.

ARTECOL

BIBLIOGRAFÍA

FUNDACION INCUBADORA DE EMPRESA DE BASE TECNOLOGICA DEL CARIBE, Guía de Plan de Negocio, Barranquilla, Colombia, D.C Año 2002.

BORELLO, Antonio, El Plan de Negocio, Edi. Mc Grawhill. Santa fe de Bogota, Colombia, D.C Año 2000.

CONTRERAS BUITRAGO, Marco Elías. Formulación y Evaluación de Proyectos, Santa fe de Bogota D.C. UNAD, Año 1.997.

PORTER, Michael, Las Ventajas Competitivas, hacia el desarrollo superior. Norma Editores, 1998.

ARTESANIAS DE COLOMBIA S.A, Guia de Artesanias Colombiana e identificacion del oficio, Santafe de Bogota D C año 2001., Multiletra editores

DAVID, Fred, conceptos de administracion estrategica. Quinta edicion, Mexico prentee hall, 1997.

DANE, revista proyeccion numero de habitantes en colombia censo 1993, www dane .gov. com .

ARTESANIAS DE COLOMBIA Y SERVICIO NACIONAL DE APRESNDIZAJE SENA, Modulos calculando costos, produciendo, Santafe de Bogota D C, año 2000, Multiletras Editores.

ARTESANIAS DE COLOMBIA, Produciendo, comercializacion , tipos de artesanias colombianas, www.artesaniasdecolombia.gov.com

GUDIÑO CORAL, Contabilidad 2000, tercera edicion, Mc. Graww hill, Santafe de Bogota D C. Año. 2000.

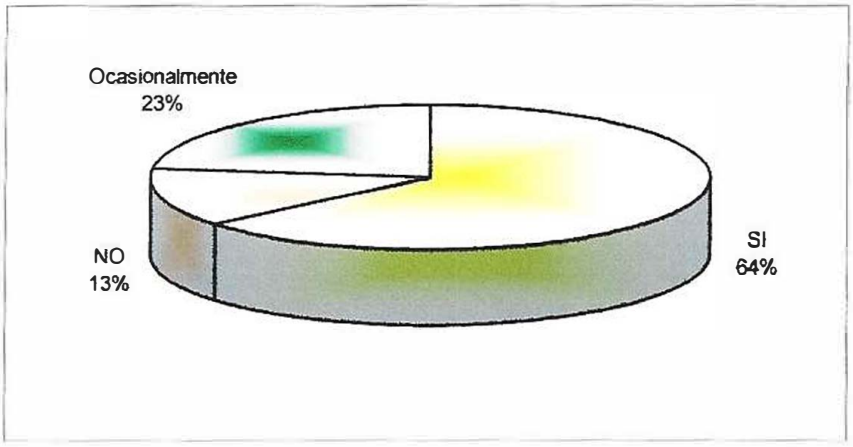
ANEXOS

UNIVERSIDAD SIMÓN BOLÍVAR
HEMEROTECA
BARRANQUILLA

1. **¿Compra usted artículos artesanales elaborados por grupos étnicos colombianos y productos de decoración en porcelanicrón?**

Pregunta No. 1	Valor Absoluto	Valor Relativo
Si	241	64%
No	50	13%
Ocasionalmente	93	23%
TOTAL	**384**	**100%**

Gráfica 1. Preferencia por productos artesanales



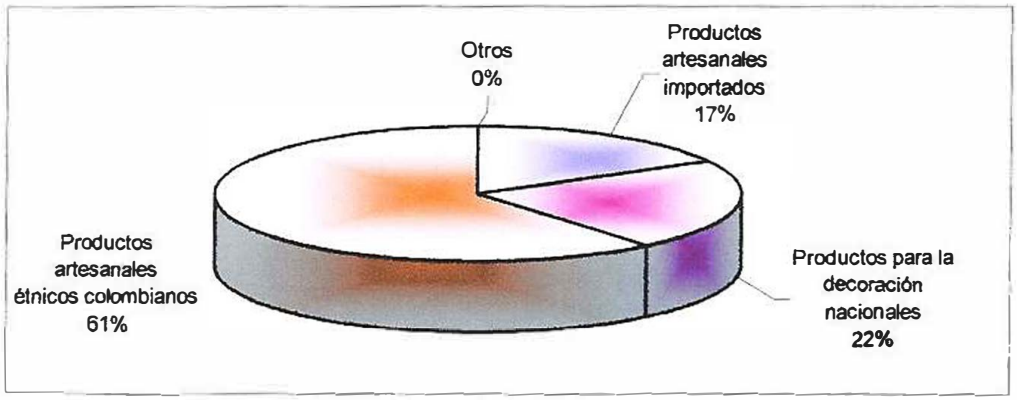
El objetivo de esta pregunta es conocer la preferencia de las personas encuestadas hacia el consumo de productos artesanales de diferentes tipos elaborados por grupos étnicos colombianos y núcleos de familias residenciados en Barranquilla y la Costa Atlántica.

El resultado obtenido es: La gran mayoría (64%) responde SI al gusto por artículos artesanales; le sigue una minoría con el (23%) que dice consumir estos productos ocasionalmente, y un (13%) no al consumo.

2. A continuación señale los tipos de artículos de decoración que prefiere usar.

Pregunta No. 2	Valor Absoluto	Valor Relativo
Productos artesanales importados	65	17%
Productos para la decoración nacionales	86	22%
Productos artesanales étnicos colombianos	233	61%
Otros	0	0%
TOTAL	**384**	**100%**

Gráfica 2. Tipos de productos que prefieren.



Al realizar esta pregunta, se busca saber qué tipo de artículos artesanales prefieren las personas encuestadas.

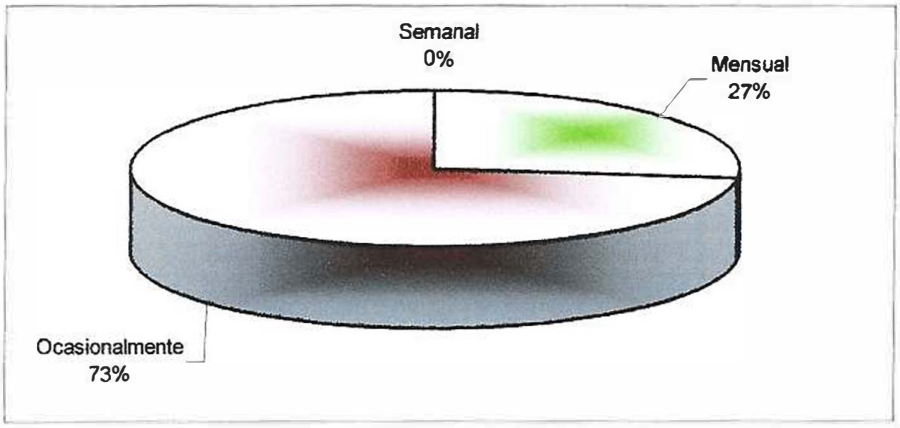
En el resultado obtenido se tiene que los productos artesanales étnicos son los que más gustan por la mayoría de las personas encuestadas con un (61%), le sigue productos nacionales para la decoración clásica comercial con un (22%) y los productos para la decoración importados con sólo un (17%).

UNIVERSIDAD SIMON BOLIVAR
BIBLIOTECA
BARRANQUILLA

3. **Si señaló el inciso 3 de la pregunta anterior responda: ¿Con qué frecuencia compra usted productos artesanales de diferente tipo?**

Pregunta No. 3	Valor Absoluto	Valor Relativo
Semanal	1	0%
Mensual	64	27%
Ocasionalmente	168	73%
TOTAL	**233**	**100%**

Gráfica 3. Frecuencia de consumo



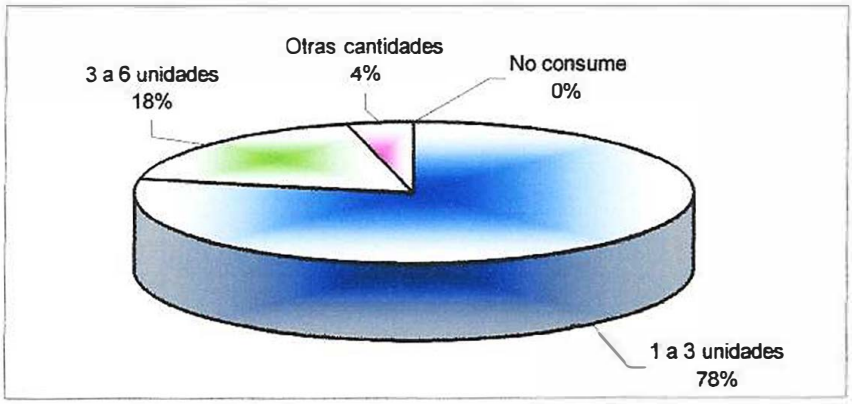
El objetivo de esta pregunta es determinar en las personas encuestadas la frecuencia de consumo de productos artesanales étnicos.

El resultado arrojado es que ocasionalmente las personas consumen productos artesanales étnicos en un (73%) y otras personas lo hacen mensualmente, dependiendo de la necesidad que se tenga de los artículos, esto fue de (27%).

4. ¿Qué cantidad compra regular y ocasionalmente?

Pregunta No. 4	Valor Absoluto	Valor Relativo
1 a 3 unidades	298	78%
3 a 6 unidades	68	18%
Otras cantidades	14	4%
No consume	4	0%
TOTAL	**384**	**100%**

Gráfica 4. Cantidad de consumo



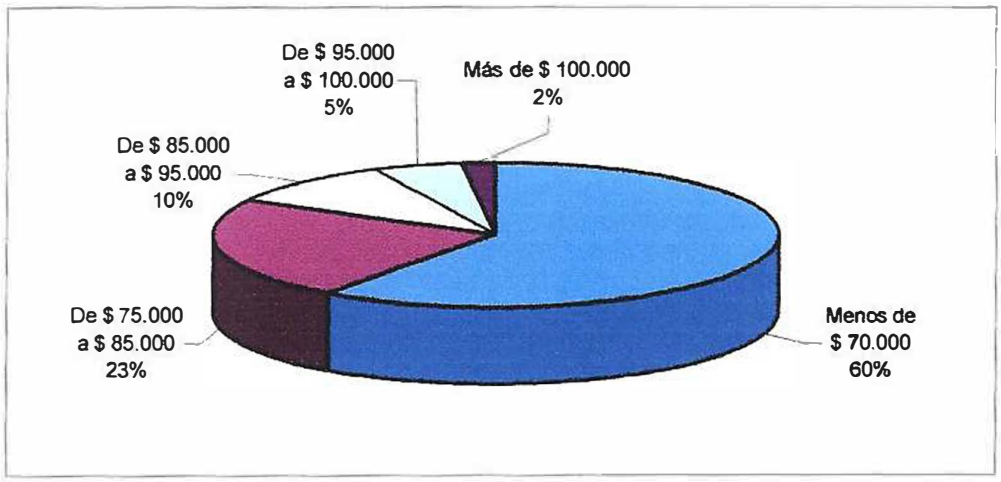
El objetivo es determinar la cantidad de consumo de este producto.

El resultado a esta pregunta es que prefieren ocasionalmente consumir 1 a 3 unidades (78%); le sigue una minoría (18%) que prefieren de 3 a 6 unidades y otras cantidades de artículos de (4%).

5. ¿Cuánto invierte en productos de decoración y artículos de primera necesidad artesanal?

Pregunta No. 5	Valor Absoluto	Valor Relativo
Menos de $ 70.000	230	60%
De $ 75.000 a $ 85.000	87	23%
De $ 85.000 a $ 95.000	38	10%
De $ 95.000 a $ 100.000	20	5%
Menos de $ 100.000	9	2%
TOTAL	**384**	**100%**

Gráfica 5. Inversión

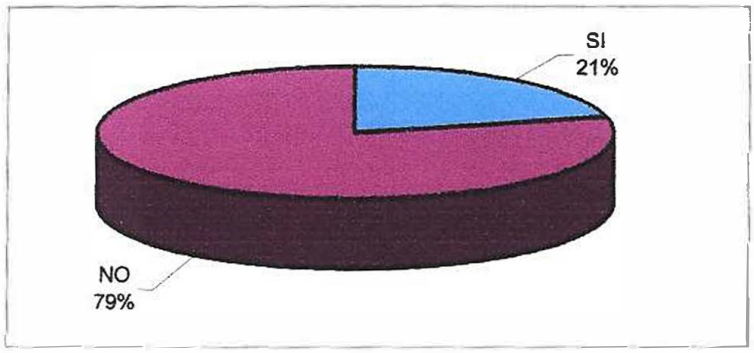


Al realizar esta pregunta se puede notar que más de la mitad de los encuestados (60%) invierten en menos de $ 70.000; le sigue un (23%) que invierten de $75.000 a $ 85.000; sigue un (10%) que invierten de $ 85.000 a $ 95.000. El resto en un 2% y 5% invierten de $ 95.000 a $ 100.000 y más de $ 100.000, respectivamente.

6 ¿Consigue Usted productos de decoración artesanal de diferentes tipos en un mismo lugar?

Pregunta No. 6	Valor Absoluto	Valor Relativo
SI	80	21%
NO	304	89%
TOTAL	**384**	**100%**

Gráfica 6. Disponibilidad de producto en un mismo lugar



El objetivo de esta pregunta es determinar si es fácil conseguir diferentes tipos de artesanías reunidas en un mismo sitio.

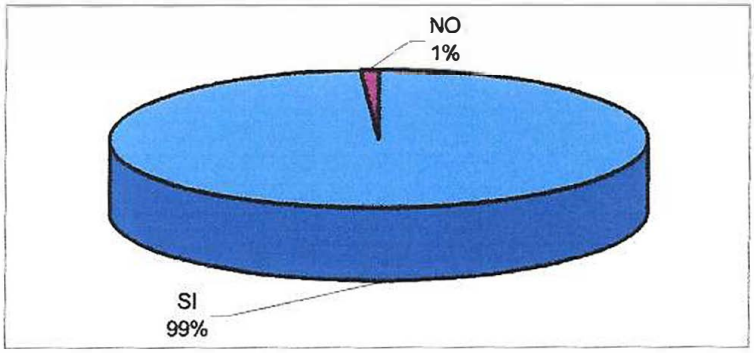
En el resultado se obtuvo que el (79%) de las personas encuestadas consideraron que no se consigue diferentes tipos de artesanías étnicas reunidas en un mismo lugar y hay un (21%) que respondió afirmativamente.

UNIVERSIDAD SIMON BOLIVAR
HEMEROTECA
BARRANQUILLA

8 ¿Está usted dispuesto a comprar artesanías elaboradas por grupos indígenas colombianos?

Pregunta No. 8	Valor Absoluto	Valor Relativo
SI	381	99%
NO	3	1%
TOTAL	**384**	**100%**

Gráfica 8. Determinar la disponibilidad de compra de las personas encuestadas



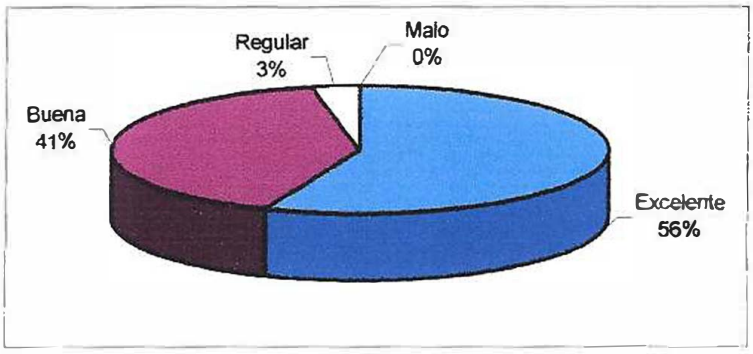
El objetivo de esta pregunta es determinar si las personas encuestadas estarían dispuestas a comprar estos novedosos productos artesanales.

Se obtuvo un resultado de casi la totalidad de la muestra respondiendo que SI (99%) estaría dispuesta a comprar estos productos.

7 ¿Cómo le parecería a usted la venta de diferentes artículos de decoración de artesanías étnicas colombianas?

Pregunta No. 7	Valor Absoluto	Valor Relativo
Excelente	217	56%
Buena	156	41%
Regular	10	3%
Malo	1	0%
TOTAL	**384**	**100%**

Gráfica 7. Grado de aceptación de los productos artesanales



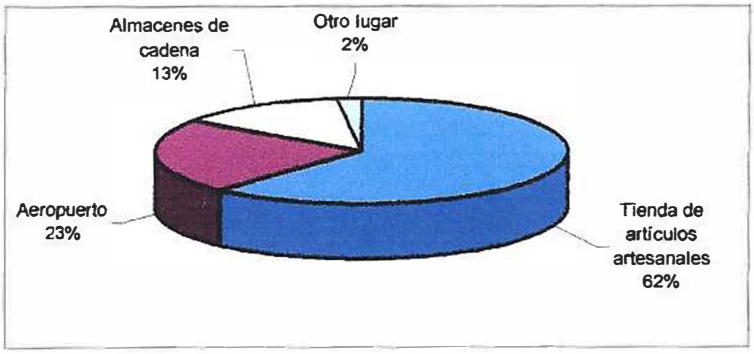
A través de esta pregunta se puede determinar el grado de aceptación del producto dentro de las personas encuestadas.

El resultado de esta pregunta es que el (56%), o sea, más de la mitad de los encuestados le parece excelente esa idea; le sigue un (41%) de las personas que piensan que es buena y sólo un (3%) piensan que la idea es regular.

9 ¿En qué lugar le gustaría encontrar productos de artesanías étnicas colombianas?

Pregunta No. 9	Valor Absoluto	Valor Relativo
Tienda de artículos artesanales	239	62%
Aeropuerto	90	23%
Almacenes de cadena	50	13%
Otro lugar	5	2%
TOTAL	**384**	**100%**

Gráfica 9. Definir la preferencia de lugar de compra del producto



Con esta pregunta se pretende conocer el lugar de preferencia de las personas encuestadas para adquirir el producto.

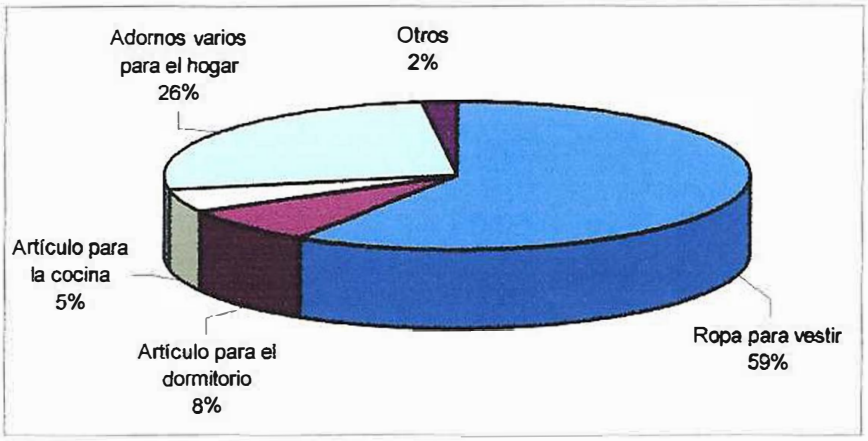
Con esta encuesta se deja en claro que el sitio preferido para comprar estos productos por parte de los encuestados son las tiendas de artículos de decoración de tipo artesanal con un (62%) de aceptación; le sigue el Aeropuerto con un (23%), los almacenes de cadena con un (13%) y otros lugares como exposición y ferias (2%).

UNIVERSIDAD SIMON BOLIVAR
HEMEROTECA
BARRANQUILLA

10 Qué clase de producto artesanal de primera necesidad y artículos para la decoración compra regularmente?

Pregunta No. 10	Valor Absoluto	Valor Relativo
Ropa para vestir	229	59%
Artículo para el dormitorio	30	8%
Artículo para la cocina	22	5%
Adornos varios para el hogar	98	26%
Otros	5	2%
TOTAL	**384**	**100%**

Gráfica 10. Determinar tipo de artículo artesanal que compra regularmente.



Al realizar esta pregunta se pretende conocer la clase de producto artesanal de primera necesidad y artículos para la decoración que consumen o compran regularmente las personas encuestadas.

El resultado muestra que más de la mitad de las personas encuestadas compran más ropa de vestir con un (59%); le sigue adornos varios para el hogar con (26%); un (8%) artículos para dormitorio; artículos de cocina con (5%) de aceptación en compra y un (2%) de otros productos.

Anexo # Nomina Administrativa.

Cargos	Dias	Sueldo	Sub. Trans	Tot. Dev	ISS	Pension	ARP	Tot. Deduc.	Salario Neto
Gerente general	30	$ 950.000.oo	$ 0.00	$950.000.oo	$ 38.000.oo	$ 29.925.oo	$ 11.875.oo	$ 38.000.oo	$ 912.000.oo
Jefe mercadeo Y ven tas	30	$ 650.000.oo	$ 0.00	$ 650.000.oo	$26.000.oo	$ 20.475.oo	$ 8.125.oo	$ 26.000.oo	$ 624.000.oo
Secretaria	30	$ 370.000.oo	$ 0.00	$ 370.000.oo	$ 14.800.oo	$ 11.365.oo	$ 4.625.oo	$ 14.800.oo	$ 355.200.oo
Vendedor	30	$ 320.000.oo	$ 0.00	$ 320.000.oo	$ 12.800.oo	$ 10.080.oo	$ 4.000.oo	$ 12.800.oo	$ 307.200.oo
Mensajero	30	$ 309.000.oo	$ 0.00	$ 309.000.oo	$ 12.360.oo	$ 9.733.50	$ 3.862.50	$ 12.360..oo	$ 296.640.oo
Total		$ .599.000.oo	$ 0.00	$2.599.000.oo	$ 03.960.oo	$ 81.868.50	$ 32.487.oo	$ 103.960.oo	$ 2.495.040.oo

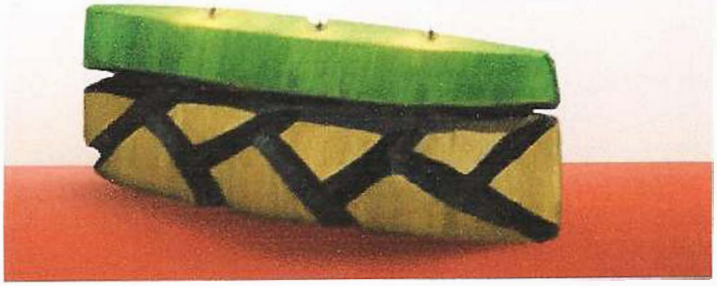
Aportes pará fiscales	%	Aprop.	Provisiones	%	
ISS	0.08	$ 199.603.20	Cesantías	0.08	$ 207.920.oo
I.C.B.F	0.03	$ 74.851.20	Int. S/Cesantías	0.01	$ 24.000.oo
SENA	0.02	$ 49.900.80	Prima de servicios	0.08	$ 207.920.oo
Sub.Familiar	0.04	$ 99.801.60	Vacaciones	0.04	$ 103.960.oo
Sub-total		$ 424.156.80	Sub-total		$ 543.800.oo

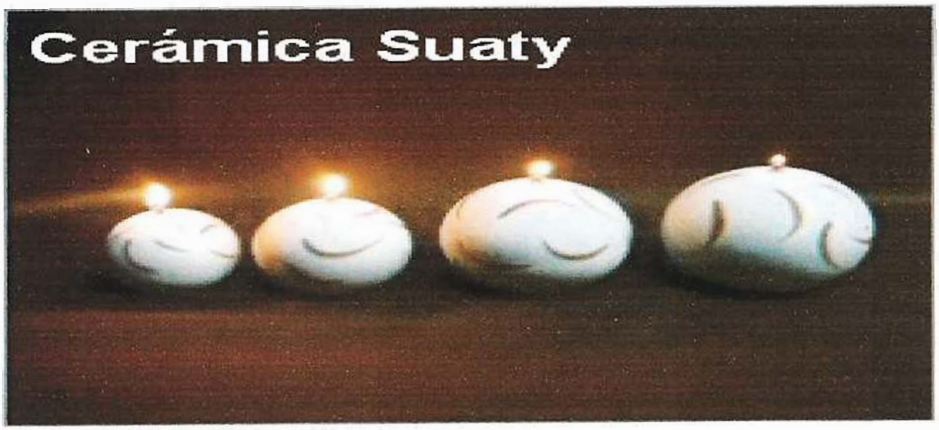
Total Apropiaciones	$ 967.956.80
Total Nomina	$ 3.462.996.80

LOGOTIPO ARTESANIAS ETNICAS COLOMBIANAS

DECORACION DE UNA SALA

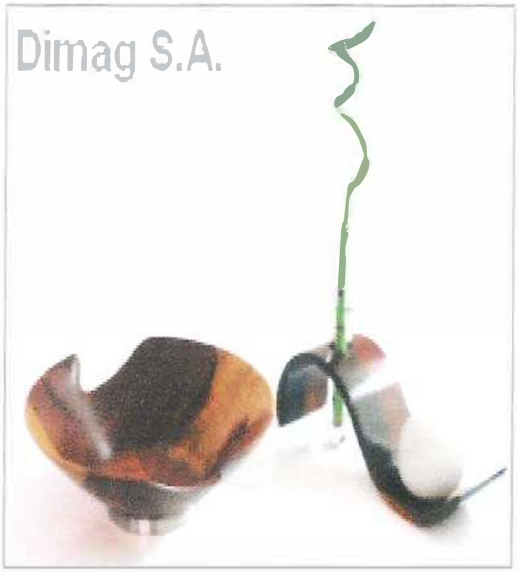
PRODUCTOS EN CERERIA

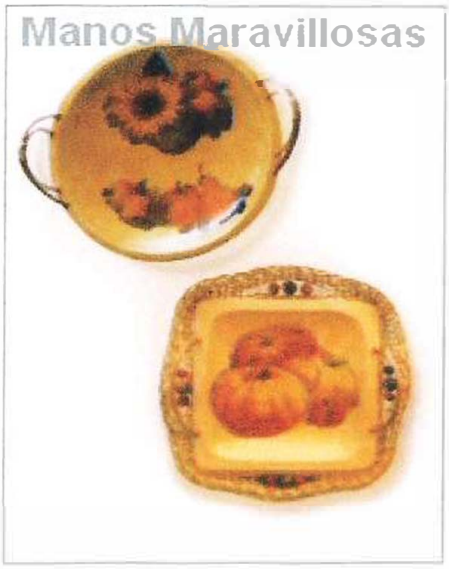




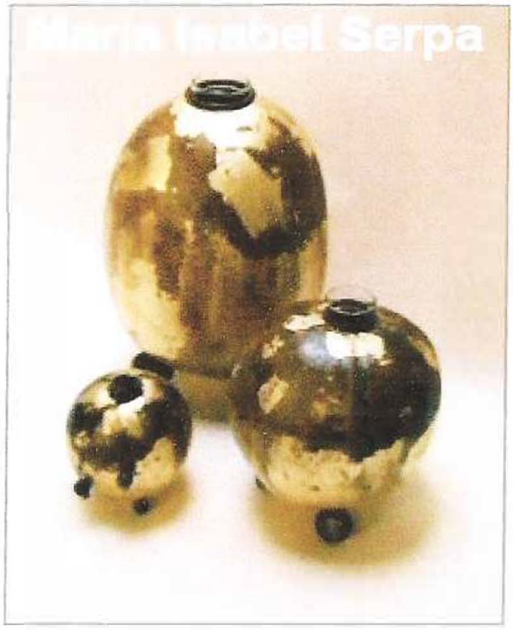
UNIVERSIDAD SIMON BOLIVAR
BARRANQUILLA

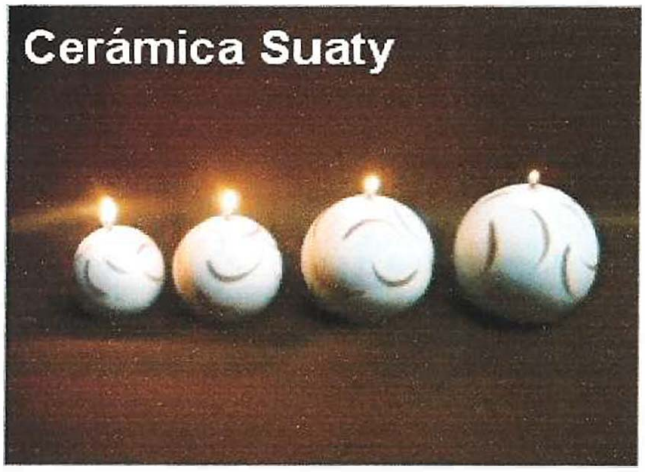
TALLA EN MADERA





PRODUCTOS EN CERAMICA Y ALFARERIA





DECORACION DE UN COMEDOR