



**PROYECTO:  
FOMENTO A LA ACTIVIDAD PRODUCTIVA ARTESANAL DEL  
DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA**

**[Plan de Negocio para el desarrollo de la  
producción y la comercialización de la  
organización artesanal Artesanías culturales  
del municipio de Ubaté]**

**DAYRA CAROLINA CÁRDENAS RICO  
Asesora Social**

**Operador:  
Unión Temporal Nexus – Gestando**

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

**Bogotá, D. C., 2014**



**AIDA VIAN LECHTER DE FURMAN SKI**

**Gerente General**

**IVÁN ORLANDO MORENO SÁNCHEZ**

**Subgerente de Desarrollo**

**Director del Proyecto**

**MARIA GABRIELA CORRADINE MORA**

**Profesional de Gestión Subgerencia de Desarrollo**

**Coordinadora Laboratorio de Innovación y Diseño de Cundinamarca**

**OPERADOR**



**UNIÓN TEMPORAL. NEXUS – GESTANDO**

**ANGELLO LUCIÁN GALLEGO ORTIZ**

**DIRECTOR DEL PROYECTO**

**DAYRA CAROLINA CÁRDENAS RICO**

**Asesora Social**



# Plan de Negocio

**NOMBRE DE LA INICIATIVA DE NEGOCIO:** Artesanías culturales

**OFICIO ARTESANAL:** ORFEBRERIA

**MUNICIPIO:** Ubaté

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

## 1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

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

Cerca de un millón de colombianos viven de forma directa e indirecta del sector de las artesanías, particularmente dinámico en el país; contando con más de 350.000 artesanos. Las artesanías producidas son igualmente ricas y bastante apreciadas, tanto por los locales como por los turistas; siendo consideradas como un símbolo del trabajo colombiano el cual se esmera por un mejor país. Actualmente con el desarrollo social que se ha venido presentando en los últimos años en donde la productividad es más importante que la cultura, las técnicas y la producción de las mismas ha disminuido substancialmente. El oficio artesanal hace una acentuación en la economía y el desempleo tanto en el municipio como en todo el país, recalcando la cultura, la creación, embellecimiento, expresión, talento y vocación que por conocimiento tenemos los colombianos; a través de las manualidades y la sencillez con que estos son realizados; buscando el propósito del crecimiento tanto económico como cultural.

Como empresarios artesanos se busca el mejoramiento de la calidad, el abaratamiento de costos, el acceso a nuevos mercados y técnicas para una producción ágil que permita mantener una creación de las artesanías más voluminosa y eficiente tanto en el arte como en las artesanías para de esta forma facilitar el mejoramiento de la comercialización.

Desarrollando así estrategias haciendo énfasis en los procesos productivos de los diferentes sectores artesanales presentes en el municipio. Con el objetivo de mejorar la calidad de vida de los artesanos, interviniendo directamente en los pasos del proceso de producción artesanal para facilitar la creación, recolección, venta, preparación de materiales y por último el trabajo del artesano, para determinar las debilidades y fortalezas de cada uno de los pasos productivos de las artesanías.

**ANTECEDENTES:** Las artesanías y el arte fueron un factor muy importante en la prehistoria; las primeras empresas en el sector industrial surgieron a finales del siglo XIX y se fueron incrementando en los primeros decenios del siglo XX desarrollándose a base de los beneficios que le brindo la primera guerra mundial.



# Plan de Negocio

Trayendo así como consecuencia un aumento en la población artesanal debido a la falta de empleo y las necesidades del ser humano; pero en Colombia se presentó la guerra de los mil días perjudicando la producción artesanal; de igual forma se fue perdiendo la cultura de nuestros ancestros, y hoy en día el sentido de pertenencia hacia las diferentes etnias colombianas se ha venido reflejando.

Surge entonces la necesidad de ofrecer una nueva alternativa que genere expectativas y que incluya las propuestas, tendencias y necesidades del mercado artesanal tanto en el municipio, como en todo el territorio colombiano; A nivel del trabajo local con las comunidades y pueblos indígenas, para lograr avances con proyectos específicamente de producción artesanal.

La necesidad por la cual nosotras nos enfocamos al realizar este proyecto es debido a la carencia de un almacén especializado en artesanías y del discernimiento de la orfebrería. No dejando atrás una excelente oportunidad de crecimiento económico y cultural que tiene nuestro departamento, señalándose como una gran expectativa de mercado.

## DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Artesanías culturales, se presenta con nuevas alternativas artesanales, precios competitivos de acuerdo a la calidad del servicio, personal especializado en el diseño y organización de actividades, mejoramiento de las relaciones laborales y familiares del usuario, progreso en la calidad de vida de los usuarios, aprovechamiento positivo del ocio y el tiempo libre (a través de programas que ayuden a la estimulación cultural -artesanal), mejoramiento de los procesos internos de las organizaciones usuarias, No genera vinculación laboral en los usuarios; prestando así un buen servicio a su comunidad. Artesanías culturales hace un énfasis en el mejoramiento de la calidad de vida; (económica, desempleo y sociedad); Fortaleciendo las diferentes razas colombianas.

Artesanías culturales como una empresa productora y comercializadora de artesanías tiene como prioridad la satisfacción de sus clientes, haciendo énfasis en productos como lo son: bolsos, ropa, ornamentos para el hogar, accesorios; de tal forma que nos acentuemos en diferentes culturas; buscando así el mejoramiento de la calidad, el abaratamiento de costos y el acceso a nuevos mercados. Brindando una mejor economía en todo el país, resaltando la cultura y el embellecimiento de dichos productos. Nuestros productos son adquiridos con gran gusto por la comunidad debido a que buscamos complacer con un estricto control de calidad, enfatizándonos en el material, acabado, teniendo en cuenta las diferentes situaciones económicas de nuestros clientes.

## 2. CONOCIMIENTO Y TECNOLOGÍA

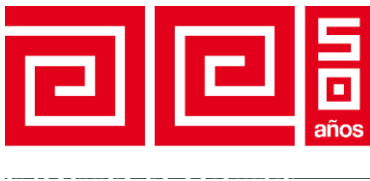
¿Cuál es el área del conocimiento y/o tecnología sobre los que se fundamenta la iniciativa empresarial?

Material de la empresa DESCRIPCION COSTO

Maquinaria 1 máquina de bordar brother \$ 3.000.000  
1 maquina industrial tejedora Protty \$ 6.000.000  
1 maquina bordadora industrial \$ 7.000.000 1 maquina tejedora Singer \$ 1.500.000  
2 máquinas estampadoras \$2.300.000  
Materiales Hilos prisma originales para bordar Pb,AC, NY,PF, metalizado etc. \$1.000.000  
Hilo aquerelle/perle \$7.000.000  
Agujas de tejer variada, \$5.000.000

## 3. MERCADO Y CLIENTES

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



# Plan de Negocio

Mercado objetivo: Artesanías Culturales tiene en cuenta el interés presente en las personas hacia las artesanías y las diferentes culturas dadas en el municipio; ofreciendo sus diversos productos, a comunidades y a personas que se identifiquen de una u otra forma con la cultura, a personas procedentes de otros lugares del país, personal que resalta nuestra cultura artesanal, a entidades que comercialicen artesanías tales como locales independientes, comercio informal (personas naturales con un presupuesto acto, para comprarlos y luego revenderlos a otros mercado Otros clientes que favorezcan nuestra producción serían aquellos que compran al por mayor (piden ciertas cantidades y modelos del producto para comercializarlos), Siendo clientes fundamentales para el comercio mayor. Productos exóticos con novedosos diseños para clientes especiales que aparecen en diferentes medios de comercialización como es el internet, catálogos, la televisión, la radio entre otros

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

El mercado colombiano compuesto por 15 millones de personas de las cuales el 20% contienen el suficiente presupuesto para adquirir las artesanías de una forma más práctica, donde la bisutería representa un 67,1% del mercado, con un consumo indiscutible en Joyería y Bisutería.

Las artesanías desde el año 2000 a nivel de mercado han aumentado de manera indispensable para nuestra cultura, donde la bisutería tiene una gran importancia para las tendencias de moda femenina las cuales han hecho interesante este mercado, donde la producción nacional de joyería esta con un 97,6% total de la producción, mientras la bisutería se orienta en su mayoría del mercado nacional. La producción nacional del oro asciende a niveles entre los 6,9 y las 8,6 toneladas al año donde se producen de 100 a 200 toneladas mensuales, en los cuales se destacan los grupos indígenas como uno de los principales productores informales, los diseñadores de joyas, y bisutería colombiana; los cuales hacen que aumente la producción nacional. Nuestra empresa artesanal teniendo presente lo anterior se destacara a nivel nacional y con el comercio internacional, con la elaboración de joyas de alto valor (con las más conocidas como el oro y plata), con la orfebrería, desarrollando variedad de está considerándolas para el servicio de mesas, escritorios, tocadores entre otros. En términos generales como empresa que somos pensamos en aumentar la compra de productos internacionales, la identificación de nuestro país a través de las culturas presentes en este, pensando en la calidad de nuestros diferentes productos con el objetivo de reducir la competitividad de la industria artesanal favoreciendo a nuestro país con las importaciones y a la reducción de las exportaciones. Aumentando favorablemente el reconocimiento de nuestra cultura y empresa.

## 4. COMPETIDORES Y PRODUCTOS SUSTITUTOS

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

La empresa empieza a competir cuando se analiza la falencia de otros negocios artesanales. Por lo tanto se debe aprovechar dichas debilidades, para convertirlos en fortalezas. Entre los diferentes almacenes de artesanías Kathia, ARTESANIAS Y VARIEDADES DANNY; CREATTE Calle 17ª. Barrió San Luis; los productos que se encuentran en los diferentes almacenes de artesanías situados en los barrios de Can Pedro son la bisutería (manillas), bolsos (mochilas), ornamentos para el hogar y manualidades, cuadros de pintura (acrílico, y oleo), algunas de las fortalezas que tienen los anteriores negocios es que su ubicación es central; no existen muchos negocios artesanales en el barrio lo cual hace la venta y producción de los diferentes artículos artesanales. Las debilidades que encontramos es que en el municipio no adquieren artesanías al 100%, una de las razones es que no hay almacenes expertos en artesanías, lo cual conlleva a la decadencia de las artesanías en nuestro municipio. Algunos de los clientes que visitan las artesanías son los jóvenes ya que adquieren accesorios, de su preferencia adecuada a su estilo; otros son los que interactúan con el arte, es decir los que tienden a tener aprecio y respeto hacia esta, lo cual hace que adquieran diferentes manualidades, cuadros a pintura y ornamentos para el hogar, ya sea para adornar su casa o hacer detalles.



# Plan de Negocio

## 5. MODELO DE NEGOCIOS

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

Como la gran empresa que se quiere hacer se busca el aprovechamiento óptimo de la cultura y economía; garantizando la producción y calidad de nuestros productos, logrando ganancias favorables para la empresa, partiendo de las estrategias de ventas, la calidad del producto, y las ganancias de la competencia, artesanías culturales en pro de los ingresos ha creado diversas estrategias que mejoren las competencias del mercado artesanal, por eso la empresa planea trabajar con el 50% de ganancias en el mercado, por este motivo dicha empresa será capaz de abrir ventas y competir en el comercio y con las demás empresas compararemos su calidad y así se innovara la calidad del producto. Por esto comparando los precios de los productos de las demás empresas competitivas, plantearemos los precios del negocio:

- ROPA: \$ 40.000
- BOLSOS: \$20.000
- ACCESORIOS: \$20.000
- ORNAMENTOS PARA EL HOGAR: \$20.000

## 6. ESTRATEGIAS DE SOSTENIBILIDAD

¿Cuáles son los factores fundamentales de diferenciación?

Tenemos en cuenta el nicho comercial con la introducción de nuevos productos (que no están explotados) al mercado, donde no existen competidores directos, hoy día encontramos muchos productos similares a los de la empresa, pero como empresa que somos buscamos identificar e idear dichos productos, siendo los primeros en lanzarlos al mercado garantizando novedad y calidad. Teniendo presente la alta Competencia y la velocidad en la información. Se adquiere la necesidad de convertirse en especialista en áreas específicas, posesionándonos de los productos y servicios; con el objetivo es promocionarse como exclusivos, creativos, únicos, “diferentes” y especiales a la hora de realizar y comercializar los productos artesanales. Sacando provecho de las debilidades de la competencia, satisfaciendo de forma favorable al momento de diseñar la propia estrategia para lograr los objetivos, que es que los productos o servicios sean percibidos por la potencial clientela, como el mejor del mercado.

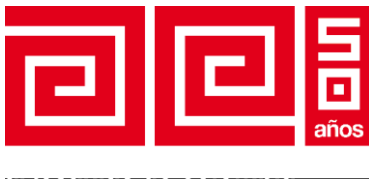
## 7. RED DE TRABAJO

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

Director general: Al momento de seleccionarlo se busca que sea especializado, con espíritu de liderazgo para velar por un excelente estado de la empresa, haciendo cumplir su papel con rigor, buscando resaltar ante las demás empresas artesanales, que sea asesorado en ventas, requiriendo un perfil adecuado en conocimientos en ventas, exigiéndole buena presentación tanto corporal, personal y con disponibilidad para viajar con el objetivo de promocionar los productos con menos comercialización; dirigiendo las ventas a los mercados más competentes y a las economías más competentes.

Modistas: Al momento de seleccionar las tres (3) personas especializadas en esta labor tenemos en cuenta que se desempeñen con responsabilidad, cumpliendo así profesionalmente en su campo laboral (dedicándose a coser, y a los detalles en las prendas, bolsos y demás artículos artesanales); especializándose en diseño de modas, capaces de crear variedad de modelos, presentando el estilo e ideas según sus talentos y conocimientos sobresalientes para el mercado.

Asesor de artes gráficas: En cuanto a la imagen publicitaria de la empresa con sus respectivos tonos, colores y logos requerimos de un experto con experiencia organizacional e idoneidad, para que la empresa



# Plan de Negocio

sea vista desde cualquier punto geográfico; especializándose en diseño Gráfico, Pre prensa, los diversos sistemas de Impresión, Encuadernación y acabados.

Tallador/ escultor: Al momento de escoger la persona especializada en esta labor; tienen que tener presente que deben llevar a cabo los diseños con la mayor eficiencia, con el objetivo que el cliente quede satisfecho al comprar dichos productos; para lo cual debe tener diferentes características que lo identifiquen tales como: paciencia y creatividad. Tiene que ser especializado en diseño, elaborando distintas estrategias e ideas que nos hagan una empresa digna de todo el reconocimiento y elogio. Apuntando para alcanzar el éxito deseado y logrando que nuestra empresa sea pionera en sus diseños.

La filosofía institucional describe la postura y el compromiso que tiene la institución con relación al cumplimiento de los objetivos de la organización. La declaración de los principios y la misión identifica los valores que la empresa promueve, además de sus propósitos organizacionales.

La Misión de la empresa es brindar diferentes alternativas innovadoras en artesanías, satisfaciendo la necesidad de los clientes y ofreciendo un producto de alta calidad a precios competitivos.

Visión de la empresa

La visión en el 2019 ser una empresa consolidada, generadora de empleo y posesionada en el mercado, regional, nacional e internacional; Con una alta capacidad productiva y satisfacer las necesidades de las personas.

## 8. Plan financiero

Mediante el plan financiero se logró identificar los recursos necesarios para la realización del plan de negocios, definir las condiciones y demás requerimientos para su funcionamiento. Todos estos elementos presentados a valores monetarios para establecer el monto de los recursos financieros que serán necesarios para la implementación y pronosticar los resultados de la organización que se va a emprender.

### Inversión en maquinaria

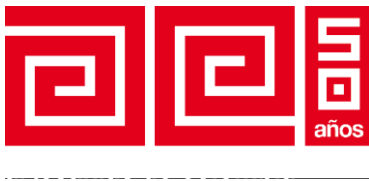
Cantidad Descripción Valor

1	Máquina de bordar brother	3.000.000
1	Maquina industrial tejedora Proty	6.000.000
1	Maquina bordadora industrial	7.000.000
1	Maquina tejedora Singer	1.500.000
2	Máquinas estampadoras	4.600.000
	Total	22.100.000

En este plan de negocios está reflejada la intencionalidad que tiene como fin montar una empresa capacitada en satisfacer las diferentes necesidades presentes en los habitantes del municipio y sus alrededores, una empresa en pro a desarrollar las capacidades artísticas y manuales; con la intención de mejorar el enriquecimiento económico y cultural de las artesanías, garantizando una mejora hacia el valor del trabajo artesano y el rescate hacia nuestra cultura.

Después de haber realizado un análisis, de acuerdo a este plan de negocios, en el municipio, se ha aclarado el procedimiento a seguir para construir una empresa de tipo artesanal.

Mediante el plan financiero se logró identificar los recursos necesarios para la realización del plan de negocios, definir las condiciones y demás requerimientos para su funcionamiento. Todos estos elementos presentados a valores monetarios para establecer el monto de los recursos financieros que serán necesarios para la implementación y pronosticar los resultados de la organización que se va a emprender.



# Plan de Negocio

La primera expansión del negocio vendría siendo a los 25 meses de su respectiva construcción, y la segunda expansión de nuestro negocio vendría siendo en no más de 49 meses; tiempo adecuado para conocer las diferentes necesidades de nuestros clientes y satisfacerlas.

A partir de los estudios realizados, plasmamos en este proyecto, lo necesario para que los interesados, con relación a las artesanías empresarial, puedan acoger los visto y dicho con facilidad en el plan de negocios, y obtengan la empresa artesanal que desean.

ESCENARIO NORMAL O MODERADO			INDICADORES		
PRODUCTOS	PRECIO PRODUCTO	DEMANDA/ANUAL	TIR	VAN	PRI
<b>Ropa</b>	60.000	5.500	115,74%	80.220.739	2,02
<b>Bolsos</b>	70.000	5.500			
<b>Accesorios</b>	20.000	6.000			
<b>Ornamentos</b>	90.000	6.000			

En este escenario vemos que con llevar las ventas al 10% proyectado, es decir, vendiendo las 100 unidades diarias que sugiere el estudio de mercado, los valores de la TIR alcanzan un 79,47%, quintuplicando la tasa interna proyectada de los emprendedores que es de un 15%. El total de producciones a vender es de 19.800 anualmente. Vemos también que el VAN alcanza un monto interesante de \$188.406.424, con los mismos indicadores macroeconómicos reseñados anteriormente, se aprecia que el valor inicial de las inversiones en activos se duplica al final del horizonte de estudio. Interesante también es la reducción en tiempo para la recuperación de la inversión: el PRI en este escenario es de apenas 12 meses. Contar con un escenario como el descrito implica vender esas 100 unidades de artesanías (ropa, bolsos, accesorios y ornamentos para el hogar) diarias. Meta que no es imposible si se activan las estrategias de venta.

## 9. LISTAR LAS FUENTES DE CONSULTA PARA LA FORMULACIÓN DE LA INICIATIVA EMPRESARIA

- <http://www.monografias.com>
- <http://ricoverimarketing.es.tripod.com/RicoveriMarketing/id14.html>
- <http://www.gerencie.com/matriz-dofa.html>
- <http://www.artesaniadescolombia.com.co>











ATENCIÓN AL USUARIO

NOVA STE  
CAMPUS











SACOP MARIQUIL 2.

