



Fortalecimiento de la actividad artesanal del departamento del Huila, 2015

Proyecto fortalecimiento de la actividad artesanal del departamento del Huila, encaminado al mejoramiento de la oferta artesanal en el departamento en el año 2015

**[Formato para formulación de
PLAN DE NEGOCIO,2015]**

ARTESANIAS DE COLOMBIA S.A., NEIVA, /2015



Créditos Institucionales

Artesanías de Colombia S.A

Ana María Frías Martínez
Gerente General

Diana Pombo Holguín
Subgerente de Desarrollo y
Fortalecimiento del Sector Artesanal

María Gabriela Corradine Mora
Profesional de Gestión - CENDAR

Gobernación de Huila

Carlos Mauricio Iriarte Barrios
Gobernador

Carlos Alberto Martín Salinas
Secretario de Cultura

Gerardo Aldana García
Supervisor del proyecto
Secretaría de Cultura

ANEXO FORMATO - PLAN DE NEGOCIO Informe de actividades del proyecto Huila 2015
Introducción
Nombre de la Idea de Negocio:
Lámparas de mesa y de colgar en materiales de reciclaje
Razón Social:
ROSA DULCE
Visión del negocio
Enunciado estimulante, basado en un panorama del futuro, que refleje las aspiraciones de la organización
En el 2020 ROSA DULCE será una empresa artesanal que ayuda a cuidar el medio ambiente y ofrece productos de calidad y exclusividad en torno a la iluminación atendiendo las necesidades del cliente.
Misión del negocio
¿Cuál es la razón de ser?, ¿Por qué se dedica a esta actividad?, ¿Cuál es el beneficio que sus clientes perciben de su actividad?
La elaboración de lámparas innovadoras y de gran calidad para uso de mesa o de colgar hechas a mano utilizando material reciclable.
Definición de Objetivos
Defina los objetivos a lograr con el desarrollo de su proyecto, teniendo en cuenta aspectos sociales, económicos, culturales y ambientales y los demás que usted considere relevantes.
Objetivo General: Ofrecer productos de alta calidad y diseño en iluminación y decoración, para las necesidades del cliente ayudando con la conservación del medio ambiente y haciendo sostenible la empresa artesanal ROSA DULCE.
Objetivos Específicos:
1. Permitir que el cliente perciba una experiencia reconfortante partiendo del paso de la luz por el material traslucido de diversos colores de las lámparas y diseños exclusivos.
2. Reciclar diversos materiales para minimizar el impacto ambiental de los desechos presentando productos de excelente acabado y diseño novedoso.
3. Lograr sostenibilidad económica, social y ambiental para que la empresa ROSA DULCE perdure en el tiempo con buenos márgenes de rentabilidad.
4. Participar en diferentes ferias regionales y nacionales para establecer para dar a conocer el producto y establecer nuevos mercados.
5. Lograr certificado Hecho a Mano y registro de marca con miras a mercados internacionales.
6. Estar en continua evaluación de los procesos, diseños, productos y mercados para mejorar y ofrecer cada día un producto de mayor aceptación en el mercado.
Justificación y Antecedentes del Proyecto
Justifique las razones para el desarrollo del proyecto teniendo en cuenta aspectos sociales, económicos, ambientales y las demás que usted considere relevantes para la justificación de su proyecto.
Así mismo relacione los antecedentes del proyecto, plasmando las diferentes experiencias que permitirán el desarrollo del proyecto

Respeto a la naturaleza, el potencial en lo que otros consideran basura, ¿por qué es importante el reciclaje? Como lo involucra con la artesanía. Hacer de la artesanía una actividad económica que me permitía una muy buena calidad de vida y ofrecer empleo a personas de la familia.
Presentación de la empresa
<ol style="list-style-type: none"> Entorno económico en el cual la organización operará. Marco de operación: Los servicios que se van a suministrar y los lugares en los que la organización va a operar. Rol y experiencias: Definición del rol que la organización adoptará; una descripción de lo que se espera lograr; experiencias que permitirán el desarrollo del proyecto, referencias para evaluar el grado de éxito. Las habilidades que la organización desarrollará como apoyo fundamental para lograr su visión; una descripción de cómo la organización será exitosa.
Ubicados en Rivera Huila, turístico aguas termales por el anillo vial, cercanía a Neiva, microclima, sitios de esparcimiento para los moradores de Neiva por la bondad de su clima y de su gente.
1. MERCADO
1.1 Investigación de Mercados
Análisis del Sector
Consigne el estudio realizado acerca del desarrollo del sector artesanal; comportamiento del sector en los últimos 3 años, su evolución y tendencia prevista a corto, mediano y largo plazo. (o el nombre de los archivos adjuntos)
evaluar que instituciones o empresas trabajan en el mismo sector, analizar con cuales de éstas instituciones se puede realizar alianzas estratégicas, convenios u otras acciones que le(s) favorezcan
Análisis de Mercado
Elabore un diagnóstico de la estructura actual del mercado nacional y/o de los países objetivos; defina el mercado objetivo, justificación del mercado objetivo, estimación del mercado potencial, consumo aparente, consumo per cápita, magnitud de la necesidad, otro; estimación del segmento/ nicho de mercado (tamaño y crecimiento), Perfil del Consumidor y/o del cliente. importaciones y exportaciones del producto/ servicio a nivel nacional y mercados objetivos (países);Relacione los productos sustitutos y productos complementarios
Número de personas en la zona donde piensan vender su producto o servicio Número de personas que compran el producto o servicio en la zona (demandantes potenciales) Establecer la cantidad que compran por período Establecer la Cantidad de productos o servicios a ofrecer Segmento del mercado o público objetivo
Análisis de la Competencia
Identificación de principales participantes y competidores potenciales; análisis de empresas competidoras; Relación de agremiaciones existentes; Análisis del costo de mi producto/servicio frente a la competencia; Análisis de productos sustitutos; Análisis de precios de venta de mi producto /servicio (P/S) y de la competencia; Imagen de la competencia ante los clientes; Segmento al cual está dirigida la competencia; Posición de mi P/S frente a la competencia.
1.2 Estrategias de Mercado
Concepto del Producto o Servicio

<p>¿Qué obtendrá el cliente al comprar el producto o servicio? Descripción básica, especificaciones o características, aplicación/ uso del producto o servicio (por Ej. Si el B/S es de consumo directo, de consumo intermedio, etc.), diseño, calidad, empaque y embalaje, fortalezas y debilidades del producto o servicio frente a la competencia.</p>
<p>Estrategias de Distribución</p>
<p>Especifique alternativas de penetración, alternativas de comercialización, distribución física nacional o internacional, estrategias de ventas, presupuesto de distribución, tácticas relacionadas con distribución, canal de distribución a utilizar. Estrategias de comercialización.</p>
<p>Estrategias de Precio</p>
<p>Presente un análisis competitivo de precios, precio de lanzamiento, punto de equilibrio, condiciones de pago, seguros necesarios, impuestos a las ventas, costo de transporte, riesgo cambiario, preferencias arancelarias, tácticas relacionadas con precios, posible variación de precios para resistir guerra de precios. Explique la manera mediante la cual definió el precio.</p>
<p>¿Cuál será el precio del producto? ¿Cómo se ha determinado el precio? ¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido? Otra información relevante para la fijación de precios</p>
<p>Estrategias de Promoción</p>
<p>Explique o describa la estrategia de Promoción dirigida a clientes y canales (descuentos por volúmenes o por pronto pago), manejo de clientes especiales; conceptos especiales que se usan para motivar la venta, cubrimiento geográfico inicial y expansión; presupuesto de promoción, Costo estimado de promoción lanzamiento y publicidad del negocio. Precio de lanzamiento y comportamiento esperado del precio (tasa de crecimiento)</p>
<p>¿Qué se hará para promocionar el negocio? ¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?</p>
<p>Estrategias de Comunicación</p>
<p>Explique la estrategia de difusión de su producto o servicio; explique las razones para la utilización de medios y tácticas relacionadas con comunicaciones. Relacione y justifique los costos.</p>
<p>Estrategias de Servicio</p>
<p>Relacione los procedimientos para otorgar Garantías y Servicio Postventa; mecanismos de atención a clientes (servicio de instalación, servicio a domicilio, otros), formas de pago de la garantía ofrecida, comparación de políticas de servicio con los de la competencia.</p>
<p>Presupuesto de la Mezcla de Mercadeo</p>
<p>Cuantifique y justifique los costos en que se incurre en las estrategias de mercadeo antes relacionadas(Producto, Precio, Plaza, Promoción)</p>
<p>Estrategias de Aprovisionamiento</p>
<p>Describa la forma de aprovisionamiento, precios de adquisición, políticas crediticias de los proveedores, descuentos por pronto pago o por volumen, en caso afirmativo establecer las cuantías, volúmenes y/o porcentajes etc. Definir si los proveedores otorgan crédito, Establezca los plazos que se tiene para efectuar los pagos</p>
<p>1.3 Proyecciones de Ventas</p>
<p>Proyección de Ventas</p>

<p>Defina cantidades de ventas por periodo (mensualmente, trimestralmente, o semestralmente, el primer año y los totales por año, para el periodo de evaluación del negocio (este periodo es variable acorde con la naturaleza del negocio), teniendo en cuenta las demandas estacionales en caso de presentarse, así como los aumentos. Determine los ingresos (en \$) de acuerdo a la estrategia de precio y a la proyección de unidades vendidas. Cada producto debe tener asociado la posición arancelaria de Importación /Exportación. La proyección de ventas debe ser producto de un análisis en el que se haya utilizado un método de proyección como los relacionados en la caja de selección que ofrece el sistema. Explique cuál es la fuente de los datos históricos y las razones por las que se utilizó el método seleccionado.</p>
<p>Política de Cartera</p>
<p>Defina si dadas las condiciones del mercado se requiere otorgar crédito a los clientes. En caso afirmativo establecer los plazos de la cartera y los porcentajes respecto del valor de la venta.</p>
<p>Venta de contado a personas, empresas o en ferias.</p>
<p>2. OPERACION</p>
<p>2.1 OPERACIÓN</p>
<p>Ficha Técnica del Producto o Servicio</p>
<p>Describa las características técnicas del producto o servicio a desarrollar: capacidad, cualidades, diseño, tamaño, tecnología, características fisicoquímicas, condiciones climáticas, factores ambientales, características de empaque y embalaje, almacenaje, etc.</p>
<p>Estado de Desarrollo</p>
<p>Describa del estado del arte del bien o servicio o el avance que se tiene del nuevo bien o servicio a desarrollar</p>
<p>Descripción del Proceso</p>
<p>Relacione y Describa en forma secuencial cada una de las actividades y procedimientos que forman parte del flujo del proceso de producción de su producto o servicio En caso de subcontratación describir el proceso que es responsabilidad de la empresa (hacer diagrama de flujo de proceso, e insertarlo como archivo adjunto)</p>
<p>Necesidades y Requerimientos</p>
<p>Relacione las materias primas e insumos requeridos en el proceso de producción de su producto por cada unidad de producto y por período de producción; Tecnología requerida: descripción de equipos y máquinas; capacidad instalada requerida; mantenimiento necesario; Situación tecnológica de la empresa: necesidades técnicas y tecnológicas; Mano de obra operativa especializada requerida. Cuantificación del PRESUPUESTO requerido para el cubrimiento de las necesidades y requerimientos.</p>
<p>Plan de Producción</p>
<p>Tomando como referencia el plan de ventas, establezca las cantidades a producir por período, teniendo en cuenta las políticas de inventario de acuerdo con la naturaleza del negocio. Programa de producción (cuantifique la producción de unidades de producto por periodo de tiempo; por Ej. Cajas de tomate por /mes, numero de almuerzo producidos y vendidos por mes, Etc.), presente el incremento de la producción en el tiempo por Ej. primer mes = 0 cajas de 50 unidades,.....quinto mes = 300 cajas de 50 unidades,sexto mes= 400 cajas de 50 unidades, ... mes n= 1000 cajas de 50 unidades</p>
<p>2.2 Plan de Compras</p>

Consumos Por Unidad de Producto
Basado en el Plan de Producción, identifique, describa y justifique la cantidad de cada insumo que se requiere para producir una unidad de producto, registrando la información requerida por el sistema.
2.3 Costos de Producción
CONTENIDO
Costos de Producción
Relacione el Costo de las materias primas (definiendo precio por unidad de medida), precios actuales, y comportamiento esperado y/o tendencias, Costo de los insumos (definiendo precio por unidad de medida). Costo de transporte de productos terminados. \$/ por unidad de medida. Costos de los materiales de empaque. Costo de mantenimiento de la maquinaria y equipo (por año). Costo de mantenimiento de instalaciones. En los casos que sean necesario establecer costo de repuestos. En los casos que se requiera, establecer el costo del arrendamiento de instalaciones de maquinaria y equipo, o de lotes o terrenos. Requerimiento de mano de obra directa por periodo (Ej.: por semana, por mes, etc.). Costo de mano de obra directa por periodo en horario normal . En los casos que se requiera, establecer si existe estacionalidad en el requerimiento de mano de obra para la operación del negocio. Costos adicionales de mano de obra directa por concepto de labores que se deben desarrollar en horas extras. Costo por periodo de mano de obra indirecta. Costo estimado de los servicios públicos para el componente de producción. Costos estimados de mantenimiento y repuestos para el componente productivo del negocio.
2.4 Infraestructura
Infraestructura
Relacione las máquinas a adquirir indicando la función de cada una de ellas en la producción o servicio, relacione el mobiliario y las herramientas a utilizar en su proceso productivo, indicando el costo unitario de adquisición de cada máquina, herramienta y mobiliario. Costo de construcción y/o remodelación de las instalaciones requeridas. Requerimiento de equipos, muebles e instalaciones para la parte administrativa y de gestión comercial. Establezca si estas forman parte de las inversiones fijas o se adquieren por el sistema de arrendamiento.
Parámetros Técnicos Especiales
Para los negocios del sector agropecuario, entre otros, defina los parámetros técnicos como: Niveles de conversión alimenticia, tasas de mortalidad, tasas de natalidad, tasas de morbilidad, carga animal, Toneladas por /ha, densidad de plantas por /ha, etc.
3. ORGANIZACION
3.1. Estrategia Organizacional
Análisis DOFA
El análisis debe contener la relación de Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas que se identifican en el producto. Esa relación debe complementarse obligatoriamente con una descripción del impacto estimado para cada una de las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas registradas. Adicionalmente, frente al impacto identificado, se debe describir la estrategia a seguir para mitigar o controlar los impactos negativos y conservar o sostener los impactos positivos.

Organismos de Apoyo
Identifique y relacione las entidades tanto privadas como oficiales que vienen apoyando el proceso. Descripción del apoyo en la fase de definición del negocio, en la implementación del mismo. Describa el apoyo previsto para la etapa de operación del negocio.
3.2 Estructura Organizacional
Estructura Organizacional
Describa la estructura organizacional incluyendo los niveles directivo, administrativo y operativo. Igualmente la conformación de la Junta Directiva, incluyendo la participación de cada uno de los miembros. Relacione los cargos previstos y el número de empleados por cada cargo.
3.3 Aspectos Legales
Constitución Empresa y Aspectos Legales
Especifique el Tipo de sociedad que conformaría, cuál es su estado legal actual; Legislación vigente (normas urbana, ambiental, laboral y protección social, registros, tributaria, protección intelectual y ambiental) que regule la actividad económica, la comercialización de los Productos o Servicios, Normas o Política de distribución de utilidades.
3.4 Costos Administrativos
Gastos de Personal
Registre los pagos estimados por concepto de salarios (sueldo, prestaciones sociales, subsidios, parafiscales), pagos al destajo o jornales, honorarios a cancelar, una vez empiece a operar la empresa, identificando mensualmente los valores por cargo durante el primer año. Igualmente, registre los gastos o costos por concepto de dotaciones, uniformes.
Gastos de Puesta en Marcha
Relacione y Cuantifique los gastos por concepto de arranque y puesta en operación de la empresa, tales como registros, certificados, permisos, licencias, estudios, etc.
Gastos Anuales de Administración
Registre los gastos administrativos estimados, valorizados en forma anual, como servicios públicos.
4. FINANZAS
4.1 Ingresos
Fuentes de Financiación
Especifique la cuantía de los aportes de los emprendedores, especificando sí se trata de recursos en efectivo o aportes en bienes y servicios, estableciendo si los recursos se aplican a la etapa de implementación o a la etapa de operación del negocio. Si se tiene previsto incorporar recursos de crédito al negocio, se requiere contar con la información básica del crédito: cuantía, destinación de los recursos (para inversiones fijas, para capital de trabajo, etc.), plazo, forma de pago, tasa de interés etc. Igualmente, se hace necesario definir la Tasa de rentabilidad, efectiva anual, a la cual aspiran los emprendedores del negocio.
Formatos Financieros
Baje y diligencie los archivos de Balance inicial y proyectado, Estado de Resultados y Flujo de Caja. Tenga en cuenta que los periodos de proyección (para n años) deberán estar en función de

la naturaleza del negocio, no obstante en ningún caso n podrá ser inferior a 2, una vez diligenciados los formatos utilice la opción que el sistema ofrece para subirlos.
4.2 Egresos
Egresos
Ingrese la siguiente información: Índice de Actualización monetaria, que representa la tasa anual de crecimiento esperada de los egresos, Inversiones Fijas y Diferidas a efectuar. También deberá ingresar en el respectivo cuadro los Costos de Puesta en Marcha.
4.3 Capital de Trabajo
Capital de Trabajo
Son los recursos que el emprendedor necesita para financiar la operación del negocio, suficientes hasta el momento de recuperar las ventas, como: adquisición de materia prima, adquisición de insumos, pago de mano de obra, costos de transportes, compra de materiales de empaque, arrendamientos, servicios públicos, etc. (costos operacionales).
5. PLAN OPERATIVO
5.1 Plan Operativo
Cronograma de Actividades
Es la herramienta que permite registrar las actividades, recursos y tiempos en el cual se desarrollará el plan de negocio, a través de esta herramienta se podrá hacer seguimiento a los avances, utilización de los recursos y gestión, con el fin de observar en forma clara la realización del proyecto. Para cada actividad registre las metas a lograr y los requerimientos de recursos por período.
5.2 Metas Sociales
Metas Sociales del Plan de Negocio
Especifique cuales son las metas sociales a lograr con la puesta en marcha del plan de negocio
Plan Nacional de Desarrollo
Especifique como se enmarca el proyecto presentado en los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo (digitar obligatoriamente)
Plan Regional de Desarrollo
Especifique como se enmarca el proyecto presentado en los objetivos del Plan Regional de Desarrollo, (digitar obligatoriamente)
Clúster o Cadena Productiva
Indique a que clúster o cadena productiva se asocia el proyecto propuesto, identificando en qué fase de la cadena se integra digitar obligatoriamente
Empleo
Para cada empleo directo a generar, deberá seleccionar el mes a partir del cual empezará a pagar el salario registrado, adicionalmente, debe seleccionar para cada uno de ellos que características de "población vulnerable" cumple, si es el caso.
Emprendedores
Ingresar en los campos de beneficiario con la opción si/no, igualmente debe ingresar el porcentaje de la participación accionaria para cada uno.
6. IMPACTO
Impacto Económico, Regional, Social, Ambiental

<p>Describa los aspectos de su Plan de Negocio que según su criterio generarían impacto Económico, Social y Ambiental cuantificando los resultados del impacto por ejemplo en generación de empleo directo en las diferentes fases del proyecto, ventas nacionales y exportaciones, cobertura de población objetivo, clientes, consumidores, y proveedores de materias primas e insumos, planes de mitigación ambiental, compensación, o corrección, y cuantificar su costo de implementación y mantenimiento</p>
<p>7. RESUMEN EJECUTIVO</p>
<p>7.1 Resumen Ejecutivo</p>
<p>Concepto del Negocio</p>
<p>Describa en forma concreta los objetivos que se persiguen con la puesta en operación del proyecto, actividades económicas a las que se dedicará, la función social que cumplirá, las necesidades del mercado a satisfacer, mercado objetivo, etc.</p>
<p>Potencial del Mercado en Cifras</p>
<p>Resuma con cifras el potencial de mercados regionales, nacionales e internacionales que tiene el bien o servicio</p>
<p>Ventajas Competitivas y Propuesta de Valor</p>
<p>Ventajas más destacadas (comerciales, técnicas, operacionales, financieras, etc.) del producto o servicio, que según su criterio le permitirá asegurar el éxito y valores agregados con respecto a lo existente o la competencia.</p>
<p>Resumen de las Inversiones Requeridas</p>
<p>Defina las principales inversiones, aportes de los socios, recursos solicitados al Fondo Emprender</p>
<p>Proyecciones de Ventas y Rentabilidad</p>
<p>Resuma las cantidades a vender, los precios de venta estimados, por periodo, y la rentabilidad esperada el proyecto, en términos de la tasa interna de retorno.</p>
<p>Conclusiones Financieras y Evaluación de Viabilidad</p>
<p>Concretamente presente las principales bondades financieras y sustente la viabilidad comercial (mercados), técnica, ambiental, legal y operativa.</p>
<p>7.2 Equipo de Trabajo</p>
<p>Resumen Ejecutivo</p>
<p>Presentación de los datos básicos del proyecto y del grupo de trabajo (Asesores y Emprendedores), que hacen parte del proyecto.</p>
<p>8. ANEXOS</p>
<p>Anexos</p>
<p>Documentos relacionados con el plan de negocio</p>