



EXPORTACION DE ACCESORIOS ARTESANALES COLOMBIANOS

ARTE-COL
ANTIOQUIA-MEDELLIN
MARZO-25-2013



ARTE-COL
Plan de Negocios



**ARTE-COL
ANTOQUIA
MEDELLIN, MARZO, 2013**

ARTE-COL

Contenido - Plan de Negocio

RESUMEN EJECUTIVO

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

- 3.1. Nombre de la Empresa
- 3.2. Descripción de la Empresa
- 3.3. Misión de la Empresa
- 3.4. Objetivos a corto, mediano y largo plazo
- 3.5. Ventajas Competitivas
- 3.6. Necesidad o problema que se quiere intervenir
- 3.7. Relación de productos y/o servicios
- 3.8. Justificación del Negocio
- 3.9. Análisis del entorno y del sector
- 3.10. Conocimientos para entrar en el Negocio

4. ANALISIS DEL MERCADO

- 4.1. Objetivos de Mercadeo
- 4.2. Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios
- 4.3. El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios
 - 4.3.1. El Mercado Meta
 - 4.3.2. Estudio del Mercado Consumidor
- 4.4. El Mercado Proveedor
 - 4.4.1. Proveedores
 - 4.4.2. Estudio del Mercado de Proveedor
- 4.5. El Mercado Competidor
 - 4.5.1. Competidores
 - 4.5.2. Estudio del Mercado Competidor
- 4.6. El Mercado Distribuidor
 - 4.6.1. Distribución
 - 4.6.2. Distribución a través de terceros (En caso de ser aplicable)
 - 4.6.3. Distribución Directa (En caso de ser aplicable)
 - 4.6.4. Manejo de Inventarios
 - 4.6.5. Comunicación
 - 4.6.6. Actividades de promoción y divulgación
- 4.7. Precios de los Productos
 - 4.7.1. Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos
 - 4.7.2. Los Precios de los productos tomando como base los Costos
 - 4.7.3. Los Precios de los Productos propuestos
 - 4.7.4. Política de Precios
- 4.8. Costos asociados a las Actividades de Comercialización
- 4.9. Riesgos y Oportunidades del mercado

4.10. Plan de ventas

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

- 5.1. Objetivos de producción
- 5.2. Descripción del proceso de producción
- 5.3. Capacidad de producción
- 5.4. Plan de Producción
- 5.5. Recursos materiales y humanos para la producción
 - 5.5.1. Locaciones
 - 5.5.2. Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.
 - 5.5.3. Requerimientos de materiales e insumos.
 - 5.5.4. Requerimientos de servicios.
 - 5.5.5. Requerimientos de personal.
- 5.6. Programa de producción

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

- 6.1. Procesos Administrativos
 - 6.1.1. Descripción de los procesos administrativos
 - 6.1.2. Procesos administrativos externalizados
- 6.2. Estructura Organizacional del Negocio
 - 6.2.1. Organigrama
 - 6.2.2. Descripción funcional de la Organización
- 6.3. Recursos materiales y humanos para la administración
 - 6.3.1. Locaciones
 - 6.3.2. Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.
 - 6.3.3. Requerimientos de materiales de oficina.
 - 6.3.4. Requerimientos de servicios.
 - 6.3.5. Requerimientos de personal
- 6.4. Programa de administración

7. ASPECTOS LEGALES

- 7.1. Tipo de Organización empresarial
- 7.2. Certificaciones y gestiones ante entidades públicas

8. ASPECTOS FINANCIEROS

- 8.1. Estructura Financiera del proyecto
 - 8.1.1. Recursos Propios
 - 8.1.2. Créditos y Prestamos Bancarios
- 8.2. Ingresos y Egresos
 - 8.2.1. Ingresos
 - 8.2.1.1. Ingresos Propios del Negocio.
 - 8.2.1.2. Otros Ingresos
 - 8.2.2. Egresos
 - 8.2.2.1. Inversiones
 - 8.2.2.2. Costos
 - 8.2.2.3. Gastos
 - 8.2.2.4. Gastos Financieros
- 8.3. Estados Financieros proyectados

- 8.3.1. Flujo de Caja
- 8.3.2. Estado de Perdidas y Ganancias (Estado de Resultados)
- 8.3.3. Balance General
- 8.4. Evaluación financiera del proyecto
 - 8.4.1. Valor Presente Neto
 - 8.4.2. Tasa Interna de Retorno
 - 8.4.3. Indicadores Financieros proyectados
 - 8.4.4. Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)
 - 8.4.5. Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

9. CONSIDERACIONES FINALES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

RESUMEN EJECUTIVO

ARTE-COL es una idea de negocio la cual se ha venido desarrollando cumpliendo con todos los parámetros de una investigación que basa su actividad en la comercialización y exportación de artículos artesanales tales como accesorios con un toque de etnia Colombiana.

Además dar a conocer la cultura Colombiana hecha belleza en el cuerpo de la mujer, es un una idea de negocio de una joven con talento para la creación de accesorios conjunto con la mano de obra de artesanos.

Esta empresa surge de la necesidad de dar a conocer la cultura Colombiana, jugar con la vanidad latina incursionar en la moda y dar un nuevo estilo basado en la cultura pre—colombina.

Somos una empresa con visión internacional que traemos propuestas e ideas innovadoras en el campo de la moda en accesorios para mujer de todas las edades y todas las culturas.

Una gran diferencia potencial del producto es que la materia prima es natural para hacer cada una de las partes que componen cada artesanía y por lo tanto con esta gran características esperamos que sea aceptada por todas las personas.

La meta en ventas estimada por mes es de 180 unidades por cada producto proyectadas a incrementar un 10% en los siguientes 2 años de acuerdo a la capacidad de comercialización. La estrategia de la empresa en cuanto a la distribución es enfocarnos en los almacenes de cadenas, boutiques y tiendas de accesorios para mujeres en general.

Para iniciar las operaciones, ARTE-COL requerirá de una inversión inicial de \$41.118.193 con un aporte por los socios y un aporte por un préstamo realizado recurriendo a un crédito bancario para suplir el resto de la inversión necesaria.

Creemos totalmente en nuestro proyecto por su innovación, rentabilidad y estrategias de crecimiento y desarrollo y estamos totalmente seguros de marcar la diferencia en el mercado internacional.

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

LINA MARCELA VERA PASSOS					
Identificación:	1214718272	Teléfono:	5224075	Celular:	315377 7446
Dirección:	CRA 50ª #97-12 INT 204			Barrio:	SANT A CRUZ
Ciudad	MEDELLIN	Correo electrónico:	Linas0819@hotmail.com		
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	Universitarios		
Otros Estudios:					

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

La empresa se crea con el objeto principal de dar a conocer la cultura colombiana a través de las artesanías además la idea es para la comercialización y exportación de productos artesanales y culturales a ESTADOS UNIDOS, ya que este país importa un gran porcentaje de artesanías

La idea principal del grupo es determinar si el proyecto es viable o no para exportar al mercado de Estados Unidos fijando también nuestros recursos financieros. Dada la alta demanda de este producto se hace muy rentable exportar los accesorios artesanales ya que teniendo en cuenta aspectos como costos, aceptabilidad hace de esto uno de los mejores productos para exportar.

Se deben establecer las proyecciones futuras de la empresa en cuanto a la rentabilidad, motivados a crecer diariamente como empresa y seguir incursionando en mercados internacionales permitiéndonos así presentar un plan de negocio el cual es requisito de grado para el programa de tecnólogos en comercio internacional.

La motivación de realizar este proyecto surgió, a través de un estudio de mercado internacional en el cual ESTADOS UNIDOS fue el mercado más exitoso y con mayor viabilidad para conquistar el mercado, Además ESTADOS UNIDOS tiene gran cercanía con Colombia lo que abre grandes oportunidades para las artesanías Colombianas.

3 INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1 Nombre de la Empresa

ARTE-COL

3.2 Descripción de la Empresa

CONCEPTO DEL NEGOCIO: Dar a conocer la cultura Colombiana a través de las artesanías colombianas por medio de accesorios artesanales elaboradas con la mano de obra de grandes artesanos.

ARTE- COL es una empresa que fue fundada el 20 febrero de 2013 con la meta de desarrollar el comercio internacional de los productos artesanos colombianos dándolos a conocer al mercado estadounidense ya que este es un sector con menos visión empresarial.

La empresa está ubicada en la CARRERA 50 #92-10 ARANJUEZ un sector muy poco comercial ya que es un local pequeño donde solo se hace el empaque y embalaje de las artesanías porque ya su comercialización va dirigida a países extranjeros

En este momento la empresa esta pequeña pues apenas se está empezando a incursionar en el mercado y por lo tanto se clasifica como microempresa.

3.3 Misión de la Empresa

ARTE-COL está dedicada a la comercialización y exportación de accesorios artesanales colombianos cumpliendo con excelentes estándares de diseño, calidad, exclusividad y servicio al cliente. Ofreciéndole al consumidor final un producto diferenciado y competitivo al darle honor a nuestros orígenes colombianos, teniendo en cuenta la satisfacción de los clientes contribuyendo al mejoramiento integral del sector artesanal logrando así elevar su competitividad.

3.4 OBJETIVOS A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO

OBJETIVOS A CORTO PLAZO:

- Elevar la competitividad e innovación de los artesanos
- Poder lograr satisfacer completamente las necesidades de mercado estadounidense como cliente potencial.
- Posicionar la marca en el mercado estadounidense en un periodo aproximado de 10 meses.
- disminuir las irregularidades de los clientes en cuanto a calidad, exclusividad.
- Incentivar la creatividad y cultura colombiana.
- Comprender las necesidades y la moda.

OBJETIVOS A MEDIANO PLAZO:

- Recuperar la inversión total de la empresa en 4 años
- consolidar la actividad artesanal como generadora de negocios y empleos sostenibles.
- Tener un aprovechamiento total de las ventajas competitivas del mercado internacional.

OBJETIVOS A LARGO PLAZO:

- Cumplir con el objetivo social y con las obligaciones que las leyes establezcan en beneficio del artesano
- Mejorar la infraestructura de la empresa en un tiempo de 6 años para así poder producir y abastecer a los actuales y futuros clientes.
- Prestar asistencia integral al artesano.

- Obtener recursos nacionales o extranjeros a través de créditos y/o donaciones de personas, instituciones o gobiernos nacionales, extranjeros, para promover las acciones propias de la Entidad.
- Comercializar a nivel nacional y primordialmente en el exterior productos artesanales y otros como parte de las actividades de fomento y desarrollo.
- Obtener inversiones de capital para nuevas oportunidades de crecimiento y consolidación empresarial.

3.5 VENTAJAS COMPETITIVAS

La principal ventaja competitiva del producto es la posibilidad de adaptación de las artesanías colombianas a la población estadounidense, ya que le dan honor nuestros orígenes por medio de la elaboración de productos que sean símbolo de nuestra cultura colombiana diferenciándose así de los demás productos.

A nivel de Colombia

- Ubicación geográfica.
- Medellín es una de las ciudades más potentes e innovadoras en cuanto a la moda del país.
- Disponemos de una alta y calificada mano de obra.
- La estabilidad gubernamental de Colombia ya que es un gran atractivo para la inversión extranjera.
- Tratado de libre comercio con Estados Unidos.

A nivel de Estados Unidos

- Desarrollo de tecnología.
- Es el país de las oportunidades y de la libertad.
- Su estabilidad gubernamental hacen de Estados Unidos un mercado potente.
- Las importaciones de Estados provenientes de Colombia han crecido y el tratado de libre comercio favorece aún más este intercambio.
- La diferencia del producto frente a los demás es que proviene del origen de la cultura colombiana.

- Tratado de libre comercio con Colombia.

3.6 NECESIDAD O PROBLEMA QUE SE QUIERE INTERVENIR

El problema se enfoca básicamente en la poca necesidad que surge de adquirir accesorios artesanales ya que estas tienen una buena participación en el mercado, pero los consumidores no se sienten identificados con muchos productos, lo que se quiere lograr es informar a la comunidad sobre la importancia de adquirir accesorios artesanales y los beneficios que les pueden brindar como es ser originales con productos nuevos e innovadores lo que se quiere es llevar a los clientes la información necesaria para dar a conocer los productos y que se interesen más por adquirirlos falta todavía mucha pertenencia cultural, ya se ha perdido mucho pero lo que se quiere es recuperarla y que los consumidores se identifiquen con nuestros productos y hacer ver a la gente que los productos artesanos no son tan costosos como se cree lo que se busca también es excluir el pensamiento erróneo que se tiene acerca de los precios de las artesanías.

Las mujeres se ven obligadas a invertir en accesorios muy comunes que solo suplen con la vanguardia de la moda, accesorios que no aportan un valor agregado y no son significativos, lo que hace que se presente inconformidad y deseos de las mujeres por encontrar algo que les dé más estilo.

Queremos ofrecer accesorios artesanales colombianos elaborados manualmente lo que hace un producto más innovador y exclusivo además de que tiene un valor muy representativo y lo hace especial por su materia prima la cual es materiales naturales como la guadua, la seda, el werrengue, fibra de plátano, cabecinegro, fique, coco, tagu etc. disminuyendo así inconformidades en las mujeres y generándoles un mayor gusto.

3.7 RELACIÓN DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS

La empresa incursionara en el mercado Estadounidense ofreciendo inicialmente

PRODUCTO	DESCRIPCIÓN
Artesanías referencias:	01 Sombrero Aguadeño, 02 Pulsera, 03 Collares, 04 Bolsos, 05 Aretes, 06 Anillos en semillas

3.8 JUSTIFICACIÓN DEL NEGOCIO

El proyecto es realizado con el fin de recuperar el sentido de pertenencia por las accesorios artesanales, lo que queremos lograr con esto es que las personas se interesen más por comprar una artesanía, con la cual se sienta identificado o se sienta a gusto con adquirirla. Se va a comercializar accesorios artesanales colombianos con las cuales queremos que se recupere la identidad por lo hecho en Colombia. Que es lo nuestro.

Ya que por muchos motivos se ha visto empañada durante el paso de los años, debido a una falta de reconocimiento de nuestra cultura y al poco interés por lo nuestro, es por esto y por muchos más factores, que el reto es grande. Ya que lo que se busca lograr es que nuestros futuros clientes valoren el arte nacional y conozcan esa inmensa variedad de diseños, colores, materiales de los accesorios que realmente son únicos en el mundo buscando que cada uno de nosotros tenga un pedacito de Colombia en su hogar.

La adquisición de accesorios tales como artesanías no son solo atractivas por su funcionalidad y su costo relativamente bajo, también posee un valor cultural. Estos productos los cuales son el objeto de esta idea de negocio, son hechos a mano y producidos por artesanos informales con un buen grado de calidad. Hay ciertas incomodidades de espacio y gusto dentro de lo que es diseño y moda, por esto queremos brindarles a nuestros clientes innovación, comodidad, organización y economía y lo más importante la cultura colombiana.

El producto artesanal colombiano tiene la imagen suficiente para justificar su presencia constante en los mercados internacionales.

Con el fin de hacer conocer la cultura colombiana e incursionar en la moda y brindarle a la mujer una gran gama de accesorios elaborados a mano con materiales artesanales.

3.9 ANÁLISIS DEL ENTORNO Y DEL SECTOR

SOBRE EL ENTORNO (FUERZAS EXTERNAS)

SOCIALES: Colombia desde hace mucho tiempo viene afectada por tres que son los grupos armados que se encuentran activos hoy en día, los cuales son el ELN, las FARC y las AUC cada una originada en años distintos, además existe el surgimiento de la violencia común los cuales han afectado Negativamente el crecimiento y desarrollo al país, además esto es una problemática que no se sabe cuándo acaba y por lo tanto cada vez nos veremos más afectados en todos los sentidos esta situación ha llevado a Colombia a estar en desventaja y por debajo de otros países; pero aun así el país se encuentra haciendo grandes cambios para que así se vaya logrando un mejoramiento en todo el país y que así nos pongamos en igualdad como los demás países y poder darle una solución a esta problemática.

CULTURAL: Colombia es un país con un sinnúmero de manifestaciones culturales que expresan la variedad étnica, religiosa, de costumbres, tradiciones y formas de vida de su población, así como su riqueza natural y diversidad de climas, geografías y paisajes, entre otros. Con relación a esto la empresa ARTE-COL hace que la sociedad cree en cada una de las personas la cultura colombiana y así podremos lograr el objetivo de que en cada rincón haya un pedacito de Colombia.

FACTOR ECOLÓGICO O AMBIENTAL: Tanto en Colombia como en los demás países rigen normas ambientales las cuales nos afectarían un poco puesto que la materia prima de las artesanías proviene de la sobreexplotación de los recursos naturales.

ECONÓMICOS: La diferencia de las conductas sociales lleva al desempleo y también contribuye a los lazos con el narcotráfico los cuales son un problema considerable porque afecta la infraestructura de Colombia, esto demanda mejoras importantes para mantener la expansión económica, por la crisis financiera mundial y la debilidad de la demanda para las exportaciones de Colombia. La economía de Colombia creció solo un 2,7% en 2008, y 0,8% en 2009, pero se recuperó alrededor de 4,4 en 2010. El gobierno ha motivado a los exportadores a diversificar su base de clientes más allá de los Estados Unidos y Venezuela, tradicionalmente los más grandes socios comerciales de Colombia, el gobierno de Juan Manuel Santos continúa con los acuerdos de libre comercio con Asia y los socios de América del sur y un acuerdo comercial con Canadá.

POLÍTICOS: las decisiones o disposiciones que se tomen a nivel internacional, regional, nacional, departamental o municipal, siempre van a influir en la toma y estructura de la empresa; ya que la política afecta directa e indirectamente a la economía lo que conlleva a que las estrategias utilizadas y creadas por la organización siempre van de acuerdo a la toma de las decisiones a nivel.

TECNOLOGICO: El proceso tecnológico de producción artesanal se fundamenta en el trabajo preponderantemente manuales y uso de herramientas relativamente simples, pues 84% de la población artesanal usa de forma predominante herramientas con bajo agregado tecnológico. Las razones que dan origen a esta situación, entre otras, son la baja inversión de capital fijo, dificultades para acceder al crédito, falta de investigación sobre adaptación y adecuación de procesos apropiados que permitan la competitividad de la artesanía.

SOBRE EL SECTOR:

El sector al que pertenece la empresa es el sector secundario ya que es el que transforma materias primas en productos terminados o semielaborados.

La Artesanía es el resultado de la creatividad y la imaginación, plasmado en un producto en cuya elaboración se ha transformado racionalmente materiales de origen natural, generalmente con procesos y técnicas manuales. Los objetos artesanales van cargados de un alto valor cultural y debido a su proceso son piezas únicas.

COMPORTAMIENTO DEL SECTOR:

Analizando las variables del sector artesanal concluimos que ha tenido muy poca participación en los últimos años en el mercado Colombiano. Pero este ha cambiado debido a que las personas buscan algo más exclusivo que las identifique teniendo en cuenta lo ecológico y casual, el sector artesanal ha tenido un crecimiento muy favorable frente a los demás sectores y un gran reconocimiento por sus manufacturas y su excelente calidad.

El mercado artesanal se ha posicionado muy bien tanto en el mercado nacional como en el internacional. El producto artesanal colombiano tiene la imagen suficiente para justificar su presencia en el mercado internacional, pese a las dificultades que, para los artesanos, trae el proceso mismo de exportación y el sostenimiento de la demanda, en su mayoría concentrada en los mercados de Europa, Japón y Estados Unidos y donde es considerado como producto exótico.

Por otro lado podemos ver que durante los últimos 2 años las artesanías han tenido un constante crecimiento y ha evolucionado considerablemente por la diversidad de materiales en los que pueden ser elaborados además de que son productos elaborados a mano.

3.10 CONOCIMIENTOS PARA ENTRAR EN EL NEGOCIO

Técnico

- Conocimientos en formulación de proyectos
- Control de calidad
- Producción artesanal

Administrativo

- Exportaciones-importaciones
- Negocios internacionales
- Administración de negocios
- Manejo contable.

Comercial

- Lingüísticos (idiomas)
- Logística

Legal

- Normatividad en cuanto a las importaciones y exportaciones

Código sustantivo del trabajo en Colombia y Estados Unidos.

ANÁLISIS DEL MERCADO

4.1 Objetivos de Mercadeo

- ✓ En seis meses comenzar en el mercado Estadounidense con unos productos que hacen que las personas se concienticen más por la cultura colombiana
- ✓ En un año soportar la demanda, de las personas norteamericanas y latinoamericanas ubicadas en diferentes partes de Estados Unidos
- ✓ Tener un precio que pueda satisfacer la necesidad del cliente.
- ✓ En 3 años alcanzar y analizar los principales puntos de venta en Estados Unidos en cuanto a los accesorios.

4.2 DESCRIPCIÓN DEL PORTAFOLIO DE BIENES Y/O SERVICIOS

Producto	Precio de venta al distribuidor	Descripción	Ventajas y beneficios para el consumidor
01 sombrero en guadua	50.000	Los accesorios artesanales son elaborados a mano y con materiales naturales como la guadua, la seda, el werrengue, fibra de plátano, cabecinegro, fique barro, coco, tagu, etc.	Por ser accesorios artesanales colombianas puede tener varias alternativas y ajustarse perfectamente al gusto de todas las personas lo que le brinda versatilidad a los productos y además de eso están conociendo nuestra cultura.
02 pulseras	10.000		
03 collares	15.000		
04 bolsos	60.000		
05 aretes	12.000		
06 anillos en semillas.	7.000		

IMAGEN DE LOS PRODUCTOS:



4.3 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

4.3.1 El Mercado Meta

El mercado potencial cuenta con un tamaño aproximado de 4.772.724 con una participación alta de mujeres adolescentes y niñas.

Los Estados Unidos es un mercado con un alto nivel de compra debido a sus altos ingresos es por esto que los EE.UU se convierte en un mercado altamente representativo y atractivo.

4.3.2 Estudio del Mercado Consumidor

a) Objetivos del estudio del mercado consumidor

- Analizar gustos y preferencias de las personas norteamericanas.
- Alcanzar la aceptación de las artesanías a través de buena calidad y buen diseño que le brinden variedad a los estadounidenses y colombianos que se encuentre haya.
- Ofrecer un producto que esté al alcance del poder adquisitivo del mercado meta.

b) Medios a través de los cuales se realizó el estudio del Consumidor

- Proexport.
- Zeiky.

c) Aplicación de la Medios

Se aplicó la fuente de información secundaria ya que como el mercado meta se encuentra en el exterior, la principal y mejor herramienta informativa es el internet, buscando datos y estudios primarios y mezclando toda esta información se busca ubicar y establecer estrategias para empezar a concretar ideas para las futuras exportaciones.

d) Resultados del estudio de los consumidores

POBLACIÓN CONSUMIDORA

Los clientes potenciales entre sus perfiles se encuentran mujeres y niñas de los Estados Unidos y las principales ciudades tales como Miami, New York, Chicago y Texas. Personas que les gusta adquirir en cuanto a calidad, moda que se ajuste a la imagen personal y cuyo precio sea competitivo.

Nuestro consumidor son personas bien informadas de clase media alta y un nivel cultural alto.

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA

- China es el principal exportador de artesanías a Estados Unidos abarcando la quinta parte (20%) de lo exportado a nivel mundial aproximadamente (US\$ 5700 millones) en artículos textiles, cestería, artículos de madera.
- Le sigue Reino Unido (11,1%) aproximadamente (US\$3000 millones) con obras de arte, cerámica, bisutería, y artículos textiles.
- India ha crecido en sus exportaciones principalmente en artículos textiles y bisutería.

4.4 El Mercado Proveedor

4.4.1 Proveedores

PROVEEDORES	INSUMO	SITIO WEB	FORMA DE PAGO	DIRECCIÓN	CIUDAD	TELÉFONO	PRECIO
Artesanías Mazo	Los bolsos	www.artesaniasmazo.com	Contado	Cl 84 50C-34 of 301	Medellín	2112984	Bolsos \$35000 y Sombreros \$25000
Consulado Artesanal	sombreros Agua deños	www.consuladoartesanal.com	Contado	Vía Aeropuerto José María Córdoba Km 16 las palmas sector glorieta frente malindiana	(Medellín envigado)	3860382	Anillos \$2000 Pulsera \$3500 Collar \$5000 Aretes \$3500

4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor

a) Variables estudiadas del mercado proveedor

PRECIOS: ser clientes representativos, logrando que nuestros proveedores nos brinden mejores precios y obtener una gran confianza con ellos para que nos puedan brindar facilidades de pago, con créditos de 30, 60 y 90 días.

CALIDAD: para alcanzar la calidad de nuestros productos es necesario hacer una gran selección de los proveedores que tengan mayor reconocimiento por estar bajo estándares de calidad y así para obtener las mejores materias primas e insumos.

CONFIABILIDAD: para tener una mayor confiabilidad de los proveedores se implementara un sistema de desarrollo de proveedores, donde se realizara una evaluación inicial y un seguimiento anual a su desempeño para lo cual se seguirá el formato de evaluación de proveedores.

b) Medios a través de los cuales se realizó el estudio del mercado proveedor

La información no viene de una fuente primaria sino por medio de una investigación que se hizo en internet y por conocimiento del investigador.

4.5 El Mercado Competidor

4.5.1 Competidores

COM PETI DOR ES	NOMBRE	DIRECCIO N	CIUDAD	TELÉF ONO	PRODUCTO
1	Asociación de artesanos de Antioquia	Cll 12 A S 52A-39	Medellín	2552993	Sombreros
2	Artesanías de mi tierra querida	Cra 20D 34-02	Medellín	3112127 263	Artesanías Colombianas
3	Artesanías auténticas colombianas	Calle 42C #81-100	Medellín	2505277	Artesanías y Accesorios

4.5.2 Estudio del Mercado Competidor

a) Variables estudiadas del mercado Competidor

La información de los competidores que se encontró fue empresas a nivel regional y nacional, los cuales sus productos son similares a los nuestros, pues son elaborados en el mismo material y de otros; pero que aun así son una gran competencia indirecta con nuestro producto.

EMPRESA	COSTO DEL PRODUCTO	PRECIO VENTA	CALIDAD
Asociacion de artesanos de Antioquia	50000	80.000	Media-alta
Artesanías de mi tierra querida	30.000	55.000	Media
Artesanías autenticas Colombianas	20000	50.000	Media

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor

Esta información se obtuvo por medio de una investigación de empresas competentes con el mismo producto o similar en Google, debido a que no se tenía conocimiento exacto de la información de los competidores.

c) Aplicación de la Medios

Se debió hacer uso de buscadores como Google para poder obtener la información necesaria para determinar los competidores de nuestro producto, ya que en este caso se quiere incursionar en el mercado Estadounidense y no se cuenta con información de primera mano para poder incursionar allí.

d) Resultados del Estudio de la Competencia

El mercado estadounidense está manejado por diferentes proveedores, fabricantes, importadores nacionales e internacionales, por lo que es un gran atractivo para empresas y/o tiendas de accesorios que quieren permanecer en el mercado por medio de productos novedosos, únicos y de buena calidad.

Los resultados que arrojó el estudio de la competencia son:

En Colombia: la más grande competencia que hayamos

- Artesanías de Mi Tierra Querida ubicada en la ciudad de Cali con dirección Cr51 #11-34 con teléfono 8895257 en la cual manejan muchas referencias en artesanías exportan a más de 5 países y reciben diversas formas de pago, son una empresa prestigiosa y de gran posicionamiento en el mercado brindan una total confiabilidad lo cual refleja para nosotros una enorme competencia.

4.6 El Mercado Distribuidor

4.6.1 Distribución

La distribución del producto en el mercado Estadounidense será indirecta o por medio de terceros, y estos se encargaran de la distribución y comercialización.

Este canal de distribución es uno de los más usados ya que muchos productores no cuentan con la capacidad y conocimientos suficientes para lograr llevar sus productos a otros países, además Estados Unidos es un país con un gran desarrollo y crecimiento, lo que permite llegar fácilmente a cualquier lugar del país.

Los centros comerciales, los almacenes de cadena, las boutiques ofrecen grandes ventajas a sus clientes ya que estos no solo ofrecen un producto si no también muy buen servicio, en cuanto a las formas de pago, altas variedades de productos y departamentos lo que le hace a sus clientes más fácil y cómodo realizar sus compras. Alguno de estas tiendas serian:

Almacén	Dirección	E-mail
Macy's	New York	www.macys.com
Bloomingdales	New York	www.bloomingdales.com

4.6.2 Distribución a través de terceros (En caso de ser aplicable)

a) Defina las variables que se estudiaron del mercado Distribuidor

Tiendas por departamentos

Características generales

- Tienen una gran cobertura

- Ofrecen variedad de accesorios y productos de moda
- Están dirigidas a los segmentos socio económicos medio-alto y altos.
- Se encuentran en diversos puntos de las principales ciudades del país y cuentan con presencia en centros comerciales.

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado distribuidor

La principal fuente de información fue el internet a través del cual se miraron las tiendas más reconocidas en Estados Unidos que puedan ser un puente para llegar al mercado objetivo y lograr vender muy bien nuestro producto.

El producto se venderá en el término de negociación Exw puesto en fábrica y el producto ira empacado en papel kraft y embalado en cajas de cartón.

4.6.3 Manejo de Inventarios

Las ventas se proyectan igual que la producción por tanto no se tendrá inventario de productos terminados, se manejara materia prima y cortes predeterminados para realizar en este caso pedidos y realizarlos con mayor agilidad.

Producción:

Producto	marzo	abril	Mayo	Jun	jul	Ago s	sep	oct	Nov	dic	ene	febr
Unidades de todas las referencias 6	1080	1080	1080	1080	1080	1080	1080	1080	1080	1080	1080	1080

Inventario:

Producto	marzo	abril	May	Jun	jul	ago s	sep	oct	Nov	dic	ene	febr
Unidades de todas las	1080	1080	1080	1080	1080	1080	1080	1080	1080	1080	1080	1080

referencias 6												
------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

4.6.4 Comunicación



4.6.5 Actividades de promoción y divulgación

Para la distribución y comercialización de los accesorios y artesanías en el mercado Estadounidense se recurrirá a la ayuda que nos brindan los distribuidores, para este caso son los mismos almacenes que nos comprarán las artesanías y los cuales se encargaran de las promociones y publicidad del producto.

Se les enviara a los distribuidores catálogos promocionales con los productos, se va a crear una página web, se va a participar en ferias para dar a conocer el producto, se va a hacer publicidad, con el fin de que los distribuidores puedan vender más.

4.7 Precios de los Productos

4.7.1 Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos

Costos del producto: los costos de esta varían según el material del producto

Mano de obra: el costo es según las horas de trabajo que se gasten en el empaque del producto.

Competencia: este es un gran factor para determinar los precios del producto, entre el de menos y más alto valor consultado se puede establecer un precio adecuado para el producto, acomodado a las exigencias de los clientes

Calidad: los clientes de ahora son cada vez más exigentes en cuanto a la calidad y el servicio de los productos comprados, y es un factor determinante a la hora de la escogencia del precio del producto, además el producto contará con una materia prima e insumos de excelente calidad.

Valor agregado: el valor agregado se basará en si en las artesanías ya que son elaboradas con materiales naturales y además de eso no solo es un producto sino que tiene un gran significado como lo es que son provenientes de la cultura Colombiana.

Condiciones de pago: al principio en las relaciones comerciales con los clientes no se harán grandes descuentos ni plazos de pago, ya que aún no se han consolidado grandes relaciones, pero al transcurrir el tiempo y al fortalecer las relaciones se harán cambios en las políticas en cuanto a los pagos.

Distribución: este factor no es determinante para la selección del precio del producto, ya que para Arte-col sus distribuidores en el exterior serán sus clientes finales.

El precio que se le dará a las artesanías colombianas está estimado luego de ver los precios de la competencia y los procesos de producción requeridos, el medio de transporte, la imagen, diseño y calidad. En conclusión el precio que se le dará a las artesanías en pesos colombianos es de:

4.7.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

NOMBRE	PRODUCTO	COSTO	PRECIO DE VENTA AL DISTRIBUIDOR
Referencia 01	Sombrero aguadeño	27000	50000

NOMBRE	PRODCTO	COSTO	PRECIO DE VENTA AL DISTRIBUIDOR
Referencia 02	Pulsera	5500	10000

NOMBRE	PRODCTO	COSTO	PRECIO DE VENTA AL DISTRIBUIDOR
Referencia 03	Collares	7000	15000

NOMBRE	PRODCTO	COSTO	PRECIO DE VENTA AL DISTRIBUIDOR
Referencia 04	Bolsos	37000	60000

NOMBRE	PRODCTO	COSTO	PRECIO DE VENTA AL DISTRIBUIDOR
Referencia 05	Aretes	5500	12000

NOMBRE	PRODCTO	COSTO	PRECIO DE VENTA AL DISTRIBUIDOR
Referencia 06	Anillos en semillas	4000	7000

4.7.3 Los Precios de los Productos propuestos

NOMBRE	PRODUCTO	PRECIO DE VENTA AL DISTRIBUIDOR
Referencia 01	Sombrero en guadua	50000

NOMBRE	PRODUCTO	PRECIO DE VENTA AL DISTRIBUIDOR
Referencia 02	pulsera	10000

NOMBRE	PRODUCTO	PRECIO DE VENTA AL DISTRIBUIDOR
Referencia 03	collares	15000

NOMBRE	PRODUCTO	PRECIO DE VENTA AL DISTRIBUIDOR
Referencia 04	Bolso	60000

NOMBRE	PRODUCTO	PRECIO DE VENTA AL DISTRIBUIDOR
Referencia 05	aretes	12000

NOMBRE	PRODUCTO	PRECIO DE VENTA AL DISTRIBUIDOR
Referencia 06	Anillos	7000

4.7.4 Política de Precios

La política de precios se establecen dependiendo del cliente estos requerimientos se realizaran por medio de pagos anticipados, volúmenes de compra, bonos redimibles en descuento.

Descuento pago anticipado	5%
Descuento volúmenes de compra	1.000 ACCESORIOS 5%
Bonos redimibles	5%

4.8 Costos asociados a las Actividades de Comercialización

Todo esto depende en gran parte de los requerimientos del cliente, por ello es difícil estimar precisamente los costos. Para ayudar con el proceso de comercialización en Estados Unidos distribuidores hacen negociaciones en su mayoría bajo el termino EXW ya que cuentan como representantes en Colombia que se encargan de realizar todo el proceso de exportación.

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	PRECIO
Catálogos	\$250000
Ferias	\$400000
Página Web	\$350000
Publicidad	\$300000

4.9 Riesgos y Oportunidades del mercado

El sector se ha visto cubierto por los productos de oriente, especialmente China y Corea, que consiguen fabricar accesorios, no siempre de inferior calidad pero si a un precio más competitivo. Sin embargo, el mercado de estos países ha visto disminuida su popularidad debido a q los tiempos de entrega son muy largos y a las cantidades que se deben hacer el pedido.

Durante 2011, de acuerdo con información del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, con datos del Dane, las exportaciones del sector de artesanías presentaron un crecimiento del 6% con respecto al año anterior, reportando un total de US\$60 millones, US\$3,5 millones más de lo comercializado durante el año 2010.

Para el periodo enero – septiembre de 2012 las exportaciones alcanzaron los US\$47,7 millones, 8% más de lo reportado en el mismo periodo en 2011 (US\$44,2 millones).

Los principales destinos fueron Estados Unidos (US\$17,3 millones)

<http://www.colombiatrade.com.co/node/6886>

4.10 Plan de ventas

El plan de ventas es tener ventas estimadas por mes es de unidades las cuales serán en unidades anuales, lo cual se quiere lograr un crecimiento de un 10% anual en ventas

PRODUCTO	Año 1	Año 2	Año 3
SOMBRERO EN GUADUA	2160	2280	2412

PRODUCTO	Año 1	Año 2	Año 3
ANILLOS EN SEMILLAS	2160	2280	2412

PRODUCTO	Año 1	Año 2	Año 3
PULSERA	2160	2280	2412

PRODUCTO	Año 1	Año 2	Año 3
ARETES EN PIEDRAS	2160	2280	2412

PRODUCTO	Año 1	Año 2	Año 3
COLLARES	2160	2280	2412

PRODUCTO	Año 1	Año 2	Año 3
BOLSOS	2160	2280	2412

ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

5.1 Objetivos de producción

- Se deben desarrollar unos mejores métodos para aumentar la producción de estilos de accesorios y artesanías en un 25% en 1 año
- Se deben aumentar notoriamente las ventas para el año 2014 en un 18% en comparación con el año anterior. Con excelentes estrategias de mercadeo
- Se debe aumentar la calidad de nuestros productos para el año 2014 en un 90% por medio de técnicas y basados en los parámetros de calidad exigidos a nivel internacional

5.2 Descripción del proceso de producción

1. Compras: la persona encargada en esta etapa debe contactar a los proveedores que venden los productos para entregarle las especificaciones con las cuales se requiere, para así empezar un nuevo proceso, compras debe tratar de conseguir que todos los productos sean entregados en el menor tiempo posible. El administrador debe analizar las cotizaciones previamente realizadas por los proveedores y decide a quien compra y a quien no, teniendo claros los criterios establecidos como precios, calidad, disponibilidad y plazos de pago.

- Con un apoyo del área comercial genera orden de compra de los productos
- En la bodega se reciben los pedidos de acuerdo a lo pactado en la orden de compra.
- Las facturas de compra y venta son enviadas a contabilidad para su asiento y posterior pago

TIEMPO	RECURSOS HUMANOS	RECURSO MATERIAL
2 días	Comprador ,	Computador, teléfono, escritorio, silla, papelería

2. Maquila: se envía a terceros encargados de fabricar las artesanías finales y realizar las referencias necesarias y trabajos manuales.

Tiempo	Recurso humano	Recurso material
3 horas x artesanías	Artesanos	Mano de obra, teléfono, sillas, materia prima natural, hilos, agujas,

		baldes, ollas.
--	--	----------------

3. Empaque procesos de exportación y distribución: Ya los productos terminados se transportan a la bodega principal, en la cual se revisan aspectos como: Calidad de cada uno de los accesorios artesanales, luego se procede a empacarlos para ser entregados al agente aduanero para el proceso de exportación y luego distribución a los diferentes compradores internacionales.

TIEMPO	RECURSO HUMANO	RECURSO MATERIAL
15 min por unidad	Operarios, agente de aduanas, transportador	Bolsa, cajas, etiquetas, papelería, Teléfono, Computador.

5.3 Capacidad de producción

La producción de las artesanías y accesorios estará ligada a la producción ya que todo depende del tiempo que se demoren los artesanos pues todo depende de la mano de obra por lo que la utilización de la capacidad instalada varía constantemente. Se contara con una producción estimada de 180 unidades mensuales por cada referencia con un total de 1080 unidades por todas las referencias, se utilizara talleres especializados para la producción de mayores cantidades.

REFERENCIA	ESTILO	CANTIDAD
01	Sombrero en guadua	180 por mes
02	Pulsera	180 por mes
03	Collares	180 por mes
04	Bolsos	180 por mes
05	Aretes	180 por mes
06	Anillos en semillas	180 por mes

5.4 Plan de Producción

La cantidad anual que se espera fabricar con la capacidad instalada de la empresa es de 2160 ya que se espera ventas mensuales de 180 unidades por cada referencia y anualmente crecerá en un 10%

PRODUCTO	Año 1	Año 2	Año 3
SOMBRERO EN GUADUA	2160	2280	2412

PRODUCTO	Año 1	Año 2	Año 3
ANILLOS EN SEMILLAS	2160	2280	2412

PRODUCTO	Año 1	Año 2	Año 3
PULSERA	2160	2280	2412

PRODUCTO	Año 1	Año 2	Año 3
ARETES EN PIEDRAS	2160	2280	2412

PRODUCTO	Año 1	Año 2	Año 3
COLLARES	2160	2280	2412

PRODUCTO	Año 1	Año 2	Año 3
BOLSOS	2160	2280	2412

5.5 Recursos materiales y humanos

5.5.1 Locaciones

Local Arrendado	X	Local Propio	
------------------------	----------	---------------------	--

Local	
Área	80 metros cuadrados
Arriendo mensual	\$800.000
Total	\$800.000

5.5.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

Esquipo de oficina	Proveedor	Unidades	Valor unitario	Valor total	Descripción
Computadores	Flamingo	1	\$ 1.400.000	\$ 1.400.000	Se utiliza para el manejo del programa de la exportación de la empresa
Impresora multifuncional fax	Flamingo	1	\$ 400.000	\$ 400.000	Se utiliza para la impresión de la documentación necesaria para la exportación
Teléfonos	Falabella	1	\$ 40.000	\$ 40.000	Se utiliza para la comunicación con terceros de la empresa
Calculadoras	Papelería los Marinillos	1	\$ 18.000	\$ 18.000	Se utiliza para los diferentes cálculos que se necesitan

			TOTAL	\$ 1.858.000	
--	--	--	-------	--------------	--

5.5.3 Requerimientos de servicios.

Requerimientos de servicio	Proveedor	Unidades	Valor/unitario	Valor total
Electricidad y alcantarillado	EPM	1	\$ 850.000	\$ 850.000
Paquete de telefonía, internet, televisión	Une	1	\$ 193.042	\$ 193.042
Seguros	Ing. Seguros	1	\$ 500.000	\$ 500.000
Alarma	Alarmas XXI	1	\$ 30.000	\$ 30.000
			TOTAL	\$ 1.573.042

5.5.4 Requerimientos de personal.

Cargo	Tipo de contrato	Salario	prestaciones
Comercio Internacional	A término indefinido	\$ 800.000	484.371

5.6 Programa de producción

Para el proyecto se requiere principalmente de los siguientes conocimientos necesarios:

Actividades para operar: se debe arrendar el local, comprar los equipos, instalar el software, comprar los módulos para el trabajo administrativo, adecuar la locación, la búsqueda de proveedores, el agente de aduanas autorizado para solicitar los documentos requeridos para realizar exportaciones.

para finalizar se contrata al agente de aduanas encargado de realizar los trámites para la exportación y la respectiva entrega al distribuidor.

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Procesos Administrativos

6.1.1 Descripción de los procesos administrativos

La empresa estará dividida en 2 áreas fundamentales:

- administración
- comercial

ADMINISTRACIÓN:

La planeación: para determinar los objetivos en los cursos de acción que van a seguirse.

La organización: para distribuir el trabajo entre los miembros del grupo y para establecer y reconocer las relaciones necesarias.

La ejecución: por los miembros del grupo para que lleven a cabo las tareas prescritas con voluntad y entusiasmo.

El control: de las actividades para que se conformen con los planes.

COMERCIAL:

La función comercial incluye un conjunto de actividades para hacer llegar al consumidor los bienes o servicios producidos por la empresa.

Las funciones más destacadas de este departamento son:

- Planificación y control.
- Estudios de mercado
- Promoción y publicidad del producto
- Las ventas

PRODUCCION:

La sección de producción en la industria puede considerarse como el corazón de la misma, y si la actividad de esta sección se interrumpiese, toda la empresa dejaría de ser productiva. En el departamento de producción se tienen las actividades de:

- Medición del trabajo.
- Métodos del trabajo.
- Ingeniería de empaque y embalaje.
- Análisis y control de manufactura.
- Planeación y distribución de instalaciones.
- Administración de salarios.
- Higiene y seguridad industrial.
- Control del empaque, embalaje y de los inventarios.
- Control de Calidad.

6.1.2 Procesos administrativos externalizados

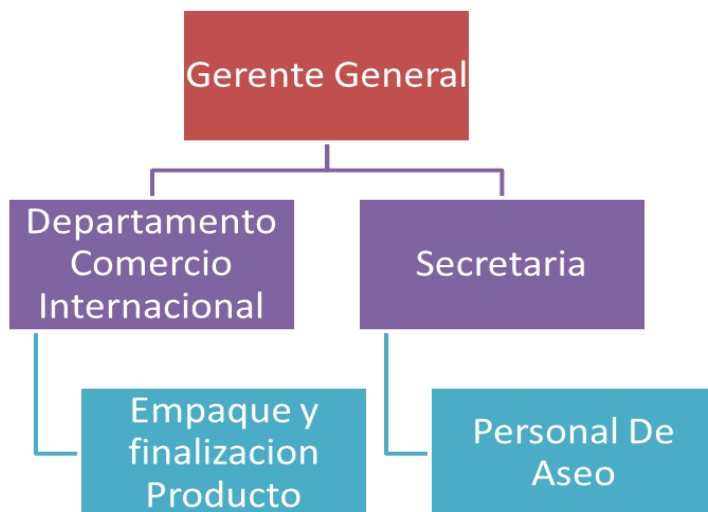
No aplica porque ningún proceso se externalizara.

6.2 Estructura Organizacional del Negocio

Será una estructura simple, debido a que por el tamaño, procesos y actividades es la que se adapta al proyecto, esta estructura contara con un total de 10 empleados para el primer año de operaciones distribuidas así 3 en el área operacional 1 en el área comercial y otra persona en la parte administrativa.

La autoridad máxima descansa en la asamblea general de accionistas, seguido por consejos de administración, el cual nombrara al gerente general, a él se reportan los jefes de ventas y producción, los cuales a su vez tendrán personal bajo su responsabilidad.

6.2.1 Organigrama



6.2.2 Descripción funcional de la Organización

✚ **CARGO:** Gerente General

FUNCIONES:

- Responsable del funcionamiento de la empresa
- Representación legal
- Selección de personal
- Toma de decisiones financieras
- Autorizar compras e inversiones
- Entre otras funciones

PERFIL:

- Planear y controlar factores productivos.
- Asesorar en la toma de decisiones a diferentes áreas de la organización.
- Evaluar inversiones en el mercado versátil
- Evaluación socioeconómica de proyectos
- Analista Financiero
- Conciliador en la solución de conflictos provocados por la asignación de recursos financieros
- Analizar la capacidad de inversión, producción y comercialización de bienes y servicios

✚ **CARGO:** Comerciante Internacional

FUNCIONES: • Realizar compras y ventas a nivel nacional e internacional

- Toma de pedidos
- Mercadeo

- Estudio de mercados
- Manejo de clientes
- Entre otras funciones

PERFIL: • Jefe de departamentos de comercio exterior de las empresas productoras y comercializadoras.

- Jefe de departamentos de cambios internacionales de los bancos y entidades financieras.
- Coordinador de diversas dependencias estatales de manejo de trámites de comercio internacional.
- Coordinador de departamentos de negociación y mercadeo en las empresas del área de la logística y soporte del comercio internacional.
- Jefe de empresas de asesoría y consultoría en el manejo operativo, logístico y aduanero del comercio exterior.
- Director de departamento internacional de agremiaciones empresariales.
- Coordinador en el área económica y/o comercial de las cancillerías y organizaciones internacionales.

 **CARGO:** secretaria

FUNCIONES: • Realizar llamadas

- Recibir llamadas y recados
- Recibir a los clientes y/o personas que lleguen a la empresa
- Asistir a los diferentes departamentos de la empresa
- Organizar las agendas de la empresa
- Entre otras funciones

PERFIL: • Personalidad equilibrada y proactiva.

- Autoestima positiva.
- Capacidad de adaptación a los cambios.
- Habilidades comunicativas y escucha activa.
- Criterio propio para actuar oportunamente y distinguir prioridades.
- Disposición para trabajar en equipo.
- Capacidad de observación, concentración y amplitud de memoria.
- Tacto y prudencia para manejar situaciones diversas.
- Técnicas de archivo.
- Técnicas de oficina.
- Digitación o mecanografía
- Uso apropiado del teléfono
- Manejo y organización de la agenda
- Redacción de correspondencia general, comercial y administrativa.
- Manejo adecuado de documentos.

CARGO: Aseo

FUNCIONES: • Limpiar las instalaciones de la empresa

- Realizar el aseo en general
- Entre otras funciones

PERFIL:

- Persona íntegra con capacidades de servir a los demás en todo momento

6.3 Recursos materiales y humanos para la administración

6.3.1 Locaciones

Local Arrendado	X	Local Propio	
------------------------	----------	---------------------	--

Local	
Área	80 metros cuadrados
Arriendo mensual	\$800.000
Total	\$800.000

6.3.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

MATERIALES	PROVEEDOR	UNIDADES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DESCRIPCIÓN
Escritorios	Mercado libre	3	\$ 120.000	\$ 360.000	Se utiliza para actividades administrativas
Escritorio de recepción	Mercado libre	1	\$ 250.000	\$ 250.000	Se utiliza para la recepción de clientes y/o proveedores
Sillas	Mercado libre	5	\$ 90.000	\$ 450.000	Se utiliza para el proceso productivo y administrativo
Archivadores	Mercado libre	2	\$ 200.000	\$ 400.000	Se utiliza para el almacenamiento de la documentación
Revisteros	Paperería Sueño Dorado	2	\$ 7.800	\$ 15.600	

Computador	Mercado libre	3	\$1.400.000	\$ 4.200.000	Se utiliza para las actividades de la empresa
Cafetera	Mercado libre	1	\$200.000	\$ 200.000	Se utiliza para brindar un buen servicio
			TOTAL	\$5.875.600	

6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina.

Elementos de oficina	Valor	Cantidad mensual	Proveedor
Papelería	250000	1	Papelería sueño dorado
Aseo	70000	1	Éxito
TOTAL	320000		

6.3.4 Requerimientos de servicios.

Requerimientos de servicio	Proveedor	Unidades	Valor/unitario	Valor total
Electricidad y alcantarillado	EPM	1	\$ 850.000	\$ 850.000
Paquete de telefonía, internet, televisión	Une	1	\$ 193.042	\$ 193.042
Seguros	Ing. Seguros	1	\$ 500.000	\$ 500.000
Alarma	Alarmas XXI	1	\$ 30.000	\$ 30.000
			TOTAL	\$ 1.573.042

6.3.5 Requerimientos de personal

Cargo	Salario/mensual	Prestaciones/mensual
Gerente General	\$ 1.000.000	484.371
Contador	\$ 250.000	Se va a sub-contratar
Comerciante Internacional	\$ 800.000	484.371
Secretaria	\$ 535.600	325.771

Aseo	\$ 535.600	325.771
------	------------	---------

6.4 Programa de administración

Para el proceso administrativo primero se debe constituir la empresa, debemos realizar los debidos trámites para registro y permisos de funcionamiento. Después se empieza a buscar el personal adecuado para el proceso administrativo lo cual debe ser muy selectivo ya que allí encontraremos el posible gerente, contador, vendedores y compras quienes deben fortalecer la creación de la empresa por eso previamente elaboramos un perfil y una capacitación y luego comenzaremos a mezclar los dos procesos de la empresa los cuales son producción y administración.

7 ASPECTOS LEGALES

7.1 Tipo de Organización empresarial

Una empresa S.A.S se puede crear mediante documento privado, lo cual le ahorra a la empresa tiempo y dinero. La responsabilidad de sus socios se limita a sus aportes. Sin tener que tener la pesada estructura de una sociedad anónima.

Las acciones pueden ser de distintas clases y series. Pueden ser acciones ordinarias, acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, acciones con voto múltiple, acciones privilegiadas, acciones con dividendo fijo o acciones de pago.

Por qué el pago de capital puede diferirse hasta por dos años. Esto da a los socios recursos para obtener el capital necesario para el pago de las acciones. La sociedad puede establecer libremente las condiciones en que se realice el pago.

En S.A.S El trámite de liquidación es más ágil. No se requiere adelantar el trámite de aprobación de inventario ante la Superintendencia de Sociedades

7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

Tramite	Precio
Consulta nombre de sociedad (en página de la cámara de comercio)	\$0.00
Inscripción del RUT/NIT(en la página de la DIAN /cámara de comercio)	\$0.00
Documento de constitución (escritura pública)	\$100000
Formulario único empresarial	\$3600
Impuesto de renta	
Libros contables	\$43500

Certificado de existencia y representación legal	
Registro mercantil	\$67000
Registro de la marca	\$639000
TOTAL	\$1000200

8 ASPECTOS FINANCIEROS

8.1 Estructura Financiera del proyecto

8.1.1 Recursos Propios

NOMBRE DE LA SOCIA: Lina Marcela Vera Passos

Para este proyecto se necesita una inversión de \$46.118.193, de los cuales la socia van aportar \$31.676.735

8.1.2 Créditos y Préstamos Bancarios

La inversión necesaria restante es de \$14.441.458 la cual se va a financiar a través de un préstamo bancario.

En el banco interactuar, en un plazo de 36 meses con interés del 3%.

Tabla de Amortización Préstamo (Mensual)

Periodo	Cuota Préstamo	Intereses	Capital	Saldo
0				\$ 14.441.458
1	\$ 661.474	\$ 433.244	\$ 228.230	\$ 14.213.228
2	\$ 661.474	\$ 426.397	\$ 235.077	\$ 13.978.151
3	\$ 661.474	\$ 419.345	\$ 242.129	\$ 13.736.022
4	\$ 661.474	\$ 412.081	\$ 249.393	\$ 13.486.630
5	\$ 661.474	\$ 404.599	\$ 256.875	\$ 13.229.755
6	\$ 661.474	\$ 396.893	\$ 264.581	\$ 12.965.174
7	\$ 661.474	\$ 388.955	\$ 272.518	\$ 12.692.656
8	\$ 661.474	\$ 380.780	\$ 280.694	\$ 12.411.962
9	\$ 661.474	\$ 372.359	\$ 289.115	\$ 12.122.847
10	\$ 661.474	\$ 363.685	\$ 297.788	\$ 11.825.059
11	\$ 661.474	\$ 354.752	\$ 306.722	\$ 11.518.337
12	\$ 661.474	\$ 345.550	\$ 315.923	\$ 11.202.414
13	\$ 661.474	\$ 336.072	\$ 325.401	\$ 10.877.012
14	\$ 661.474	\$ 326.310	\$ 335.163	\$ 10.541.849
15	\$ 661.474	\$ 316.255	\$ 345.218	\$ 10.196.631
16	\$ 661.474	\$ 305.899	\$ 355.575	\$ 9.841.056

17	\$ 661.474	\$ 295.232	\$ 366.242	\$ 9.474.815
18	\$ 661.474	\$ 284.244	\$ 377.229	\$ 9.097.585
19	\$ 661.474	\$ 272.928	\$ 388.546	\$ 8.709.039
20	\$ 661.474	\$ 261.271	\$ 400.202	\$ 8.308.837
21	\$ 661.474	\$ 249.265	\$ 412.208	\$ 7.896.629
22	\$ 661.474	\$ 236.899	\$ 424.575	\$ 7.472.054
23	\$ 661.474	\$ 224.162	\$ 437.312	\$ 7.034.742
24	\$ 661.474	\$ 211.042	\$ 450.431	\$ 6.584.311
25	\$ 661.474	\$ 197.529	\$ 463.944	\$ 6.120.366
26	\$ 661.474	\$ 183.611	\$ 477.863	\$ 5.642.504
27	\$ 661.474	\$ 169.275	\$ 492.198	\$ 5.150.305
28	\$ 661.474	\$ 154.509	\$ 506.964	\$ 4.643.341
29	\$ 661.474	\$ 139.300	\$ 522.173	\$ 4.121.168
30	\$ 661.474	\$ 123.635	\$ 537.839	\$ 3.583.329
31	\$ 661.474	\$ 107.500	\$ 553.974	\$ 3.029.355
32	\$ 661.474	\$ 90.881	\$ 570.593	\$ 2.458.762
33	\$ 661.474	\$ 73.763	\$ 587.711	\$ 1.871.052
34	\$ 661.474	\$ 56.132	\$ 605.342	\$ 1.265.710
35	\$ 661.474	\$ 37.971	\$ 623.502	\$ 642.207
36	\$ 661.474	\$ 19.266	\$ 642.207	\$ 0

8.2 Ingresos y Egresos

8.2.1 Ingresos

8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.

VENTAS TOTALES POR PRODUCTO		
Ventas		Participación del total Ventas
Sombrero en guadua	\$ 9.000.000,1	32,47%

Pulseras	\$ 1.800.000,0	6,49%
Collares	\$ 2.700.000,0	9,74%
Bolsos	\$ 10.800.000,0	38,96%
Aretes	\$ 2.160.000,0	7,79%
Anillos en semilla	\$ 1.260.000,0	4,55%
VENTAS TOTALES (VT)	\$ 27.720.000,1	100,00%

8.2.2 Egresos

8.2.1.1 Inversiones

INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS:

Activos Fijos Exigibles (Vida Útil)	Valor	Depreciación Mensual
Equipos de Informática y Comunicaciones (3 años)	\$ 10.000.000,0	\$ 277.777,8
Muebles y Enseres (10 años)	\$ 7.000.000,0	\$ 58.333,3
Total Activos Fijos Exigibles	\$ 17.000.000,0	

INVERSION EN GASTOS PREOPERATIVOS:

Gastos Preoperativos Exigibles	Valor	Amortización
Constitución y registro	\$ 1.000.200,0	\$ 16.670,0
Presentación y Promoción	\$ 300.000,0	\$ 5.000,0
Salarios	\$ 2.871.200,0	\$ 47.853,3
Publicidad y Promoción	\$ 950.000,0	\$ 15.833,3
Total Gasto Preoperativos Exigibles	\$ 5.121.400,0	

INVERSION CAPITAL DE TRABAJO:

CUENTA	DIAS DE COBERTURA	VALOR
Costos Variables	30	\$ 15.480.000

Costos Fijos de Producción	30	\$ 1.284.371
Costos Fijos de Administración	30	\$ 6.915.755
Costos Fijos de Comercialización y Ventas	30	\$ 316.667

8.2.1.2 Costos

Costos variables: Cada uno de los Productos

SOMBRERO AGUADEÑO:

Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Sombrero en guadua	\$ 24.000,00	1,00	unidad	\$ 24.000,00
Papel kraft	\$ 1.000,00	1,00	unidad	\$ 1.000,00
Cajas de carton	\$ 1.000,00	1,00	unidad	\$ 1.000,00
Etiqueta	\$ 1.000,00	1,00	unidad	\$ 1.000,00
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 27.000,00

PULSERAS:

Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Pulseras	\$ 2.500,00	1,00	Unidad	\$ 2.500,00
Bolsa plastica	\$ 1.000,00	1,00	unidad	\$ 1.000,00
Caja de carton	\$ 1.000,00	1,00	unidad	\$ 1.000,00
Etiqueta	\$ 1.000,00	1,00	unidad	\$ 1.000,00
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 5.500,00

COLLARES:

Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Collares	\$ 4.000,00	1,00	Unidad	\$ 4.000,00
Bolsa plastica	\$ 1.000,00	1,00	unidad	\$ 1.000,00
Caja de carton	\$ 1.000,00	1,00	unidad	\$ 1.000,00
Etiqueta	\$ 1.000,00	1,00	unidad	\$ 1.000,00
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 7.000,00

BOLSOS:

Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Bolsos	\$ 34.000,00	1,00	unidad	\$ 34.000,00
Bolsa Plastica	\$ 1.000,00	1,00	unidad	\$ 1.000,00
Caja de carton	\$ 1.000,00	1,00	unidad	\$ 1.000,00
Etiqueta	\$ 1.000,00	1,00	unidad	\$ 1.000,00
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 37.000,00

ARETES:

Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Aretes	\$ 2.500,00	1,00	unidad	\$ 2.500,00
Bolsa plastica	\$ 1.000,00	1,00	unidad	\$ 1.000,00
Caja de carton	\$ 1.000,00	1,00	unidad	\$ 1.000,00
Etiqueta	\$ 1.000,00	1,00	unidad	\$ 1.000,00
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 5.500,00

ANILLOS EN SEMILLA:

Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Anillos en semilla	\$ 1.000,00	1	unidad	\$ 1.000,00
Bolsa plastica	\$ 1.000,00	1	unidad	\$ 1.000,00
Caja de carton	\$ 1.000,00	1	unidad	\$ 1.000,00
Etiqueta	\$ 1.000,00	1	unidad	\$ 1.000,00
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 4.000,00

8.2.1.2 Gastos

GASTOS ADMINISTRATIVOS Y LEGALES

COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN MENSUALES

Salarios	\$ 2.071.200
Prestaciones Sociales	\$ 1.135.913

Contador Público (cuando se necesite)	\$ 250.000
Papelería	\$ 320.000
Seguros	\$ 500.000
Servicios	\$ 1.573.042
Varios (Vigilancia, aseo, etc.)	\$ 1.065.600
TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 6.915.755

GASTO DISTRIBUCION Y VENTAS:

COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS

Publicidad y Mercadeo	\$ 316.667
TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	\$ 316.667

GASTOS AMORTIZACION DIFERIDOS:

Total Amortización Mensual	\$ 85.356,7
-----------------------------------	--------------------

8.2.1.3 Gastos Financieros

Año	Intereses	Abono a capital
1	\$ 4.698.638	\$ 3.239.044

2	\$ 3.319.580	\$ 4.618.103
3	\$ 1.353.372	\$ 6.584.311

8.3 Estados Financieros Proyectados

8.3.1 Flujo de Caja

Flujo de caja del proyecto

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 332.640.001	\$ 359.750.161	\$ 389.069.799	\$ 420.778.988	\$ 455.072.475
- Costos variables		\$ 185.760.000	\$ 195.048.000	\$ 204.800.400	\$ 215.040.420	\$ 225.792.441
- Costos fijos		\$ 102.201.512	\$ 107.311.588	\$ 112.677.167	\$ 118.311.025	\$ 124.226.577
Costos fijos de Producción		\$ 15.412.452	\$ 16.183.075	\$ 16.992.228	\$ 17.841.840	\$ 18.733.932
Costos fijos de Administración		\$ 82.989.060	\$ 87.138.513	\$ 91.495.439	\$ 96.070.211	\$ 100.873.721
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 3.800.000	\$ 3.990.000	\$ 4.189.500	\$ 4.398.975	\$ 4.618.924
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 5.057.613	\$ 5.057.613	\$ 5.057.613	\$ 5.057.613	\$ 5.057.613
- Intereses Credito		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 39.620.875	\$ 52.332.959	\$ 66.534.618	\$ 82.369.928	\$ 99.995.844
- Impuestos	\$ 0	\$ 13.074.889	\$ 17.269.877	\$ 21.956.424	\$ 27.182.076	\$ 32.998.628
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 26.545.986	\$ 35.063.083	\$ 44.578.194	\$ 55.187.852	\$ 66.997.215
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 5.057.613	\$ 5.057.613	\$ 5.057.613	\$ 5.057.613	\$ 5.057.613
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 26.001.585
Préstamos	\$ 0					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 29.168.252
Valor de Salvamento						-\$ 3.166.667
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 46.118.193	\$ 1.199.840	\$ 1.259.832	\$ 1.322.823	\$ 1.388.964	\$ 0
Activos Fijos	\$ 17.000.000					
Pago Credito (Capital)		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 5.121.400					
Capital de Trabajo	\$ 23.996.793	\$ 1.199.840	\$ 1.259.832	\$ 1.322.823	\$ 1.388.964	
FLUJO DE CAJA	-\$ 46.118.193	\$ 30.403.760	\$ 38.860.865	\$ 48.312.984	\$ 58.856.501	\$ 98.056.413

Flujo de caja del inversionista

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 332.640.001	\$ 359.750.161	\$ 389.069.799	\$ 420.778.988	\$ 455.072.475
- Costos variables		\$ 185.760.000	\$ 195.048.000	\$ 204.800.400	\$ 215.040.420	\$ 225.792.441
- Costos fijos		\$ 102.201.512	\$ 107.311.588	\$ 112.677.167	\$ 118.311.025	\$ 124.226.577
Costos fijos de Producción		\$ 15.412.452	\$ 16.183.075	\$ 16.992.228	\$ 17.841.840	\$ 18.733.932
Costos fijos de Administración		\$ 82.989.060	\$ 87.138.513	\$ 91.495.439	\$ 96.070.211	\$ 100.873.721
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 3.800.000	\$ 3.990.000	\$ 4.189.500	\$ 4.398.975	\$ 4.618.924
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 5.057.613	\$ 5.057.613	\$ 5.057.613	\$ 5.057.613	\$ 5.057.613
- Intereses Credito		\$ 4.698.638	\$ 3.319.580	\$ 1.353.372	\$ 0	\$ 0
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 34.922.237	\$ 49.013.380	\$ 65.181.246	\$ 82.369.928	\$ 99.995.844
- Impuestos	\$ 0	\$ 11.524.338	\$ 16.174.415	\$ 21.509.811	\$ 27.182.076	\$ 32.998.628
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 23.397.899	\$ 32.838.964	\$ 43.671.435	\$ 55.187.852	\$ 66.997.215
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 5.057.613	\$ 5.057.613	\$ 5.057.613	\$ 5.057.613	\$ 5.057.613
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 14.441.458	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 26.001.585
Préstamos	\$ 14.441.458					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 29.168.252
Valor de Salvamento						-\$ 3.166.667
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 46.118.193	\$ 4.438.884	\$ 5.877.935	\$ 7.907.134	\$ 1.388.964	\$ 0
Activos Fijos	\$ 17.000.000					
Pago Credito (Capital)		\$ 3.239.044	\$ 4.618.103	\$ 6.584.311	\$ 0	\$ 0
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 5.121.400					
Capital de Trabajo	\$ 23.996.793	\$ 1.199.840	\$ 1.259.832	\$ 1.322.823	\$ 1.388.964	
FLUJO DE CAJA	-\$ 31.676.735	\$ 24.016.628	\$ 32.018.643	\$ 40.821.914	\$ 58.856.501	\$ 98.056.413

8.3.2 Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

ESTADO DE RESULTADOS -CIFRAS MENSUALES

CUENTAS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ingresos por concepto de Ventas	27.720.000	27.720.000	27.720.000	27.720.000	27.720.000	27.720.000	27.720.000	27.720.000	27.720.000	27.720.000	27.720.000	27.720.000
Costo Variables	15.480.000	15.480.000	15.480.000	15.480.000	15.480.000	15.480.000	15.480.000	15.480.000	15.480.000	15.480.000	15.480.000	15.480.000
Costos Fijos Producción	1.284.371	1.284.371	1.284.371	1.284.371	1.284.371	1.284.371	1.284.371	1.284.371	1.284.371	1.284.371	1.284.371	1.284.371
Gastos Depreciación	336.111	336.111	336.111	336.111	336.111	336.111	336.111	336.111	336.111	336.111	336.111	336.111
Utilidad Bruta en Ventas	10.619.518	10.619.518	10.619.518	10.619.518	10.619.518	10.619.518	10.619.518	10.619.518	10.619.518	10.619.518	10.619.518	10.619.518
Costos fijos de Administración	6.915.755	6.915.755	6.915.755	6.915.755	6.915.755	6.915.755	6.915.755	6.915.755	6.915.755	6.915.755	6.915.755	6.915.755
Costos Fijos de Ventas y Distribución	316.667	316.667	316.667	316.667	316.667	316.667	316.667	316.667	316.667	316.667	316.667	316.667
Amortización de diferidos	85.357	85.357	85.357	85.357	85.357	85.357	85.357	85.357	85.357	85.357	85.357	85.357
Utilidad Operativa	3.301.740	3.301.740	3.301.740	3.301.740	3.301.740	3.301.740	3.301.740	3.301.740	3.301.740	3.301.740	3.301.740	3.301.740
Otros Ingresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros egresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Costos de Financiación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Utilidad Antes de Impuestos	3.301.740	3.301.740	3.301.740	3.301.740	3.301.740	3.301.740	3.301.740	3.301.740	3.301.740	3.301.740	3.301.740	3.301.740
Impuestos	1.089.574	1.089.574	1.089.574	1.089.574	1.089.574	1.089.574	1.089.574	1.089.574	1.089.574	1.089.574	1.089.574	1.089.574
UTILIDAD NETA	2.212.166	2.212.166	2.212.166	2.212.166	2.212.166	2.212.166	2.212.166	2.212.166	2.212.166	2.212.166	2.212.166	2.212.166
Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Utilidades no Repartidas	2.212.166	2.212.166	2.212.166	2.212.166	2.212.166	2.212.166	2.212.166	2.212.166	2.212.166	2.212.166	2.212.166	2.212.166
Utilidades no Repartidas Acumuladas	2.212.166	4.424.331	6.636.497	8.848.662	11.060.828	13.272.993	15.485.159	17.697.324	19.909.490	22.121.655	24.333.821	26.545.986

8.4 Evaluación financiera del proyecto

8.4.1 Valor Presente Neto

VPN del Proyecto

Valor Presente Neto	69.701.077
---------------------	------------

VPN inversionista

Valor Presente Neto	71.742.484
---------------------	------------

8.4.2 Tasa Interna de Retorno

TIR Proyecto

Tasa de Rentabilidad Esperada	29,84%
Tasa Interna de Retorno	83,02%

TIR Inversionista

Tasa de Rentabilidad Esperada	29,84%
Tasa Interna de Retorno	100,50%

8.4.3 Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

Cambio Porcentual en las Ventas	-10,00%
Tasa de Retorno	2,20%
Valor Presente Neto	13.695.107
Tasa Interna de Retorno	6,09%

8.4.4 Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

Cambio Porcentual en el Precio	-15,00%
Tasa de Retorno	2,20%
Valor Presente Neto	- 11.505.175
Tasa Interna de Retorno	-0,87%

9 CONSIDERACIONES FINALES

Como conclusión final puedo decir que los accesorios artesanales elaborados a mano son una tendencia global a la cual Colombia no escapa. Por lo tanto se puede notar que el proyecto puede llegar a ser visto de una manera exitosa lo cual.

Además el sector artesanal se encuentra en el marco de la economía globalizada y enfrenta la necesidad de lograr un posicionamiento en los nuevos mercados, en especial el de Estados Unidos que se caracteriza por su alto grado de exigencia.

La actividad artesanal contiene un alto grado de valor agregado, es generador de empleo, y que en su reflejo genera la interioridad del artesano a su ascendencia cultural permitiéndoles su desarrollo social y económico en convivencia con su entorno.

Por lo visto en el proyecto el objetivo se logró el estudio que se realizó se encontró que los accesorios artesanales tiene un alto valor de compra en Estados Unidos, se generan ciertos costos que son relevante para el proyecto, el proyecto es viable desde que se las ventas bajen pero ya viéndolo desde el punto de vista que los precios bajen el proyecto no es viable.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

INCLUYA LA BIBLIOGRAFIA UTILIZADA PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS.

La bibliografía utilizada para la elaboración de la plantilla fue la siguiente:

Acaaldía de Medellín. Cuarto Concurso Capital Semilla. Guía para la presentación del proyecto de Plan de Negocios. Medellín: 2007

ALCARAZ Rafael. El Emprendedor de éxito. México: Editorial McGraw-Hill Interamericana, 3ª. Edición, 2006. ISBN 970-10-5914-X

ARBOLEDA VELEZ, Germán. Proyectos –Formulación, evaluación y control. Cali: Editorial AC Editores, 4ª Edición., 2001. ISBN 958-96485-0-9

FLOREZ URIBE, Juan Antonio. Proyecto de Inversión para PYME – Creación de Empresas. Bogotá: ECOE Ediciones, 2006. ISBN 978-958-648-469-5

GARCIA, Oscar León. Administración financiera. Fundamentos y aplicaciones, Editorial Prensa Moderna Impresores, Tercera Edición.

MORALES C, Carlos Mario. Notas de Clase. Medellín: 2007

SAPAG CHAIN, Nassir y otro. Preparación y Evaluación de Proyectos. Bogota: Editorial McGraw Hill, 3ª. Edición, 1996. ISBN 958-600-338-8

SAPAG CHAIN, Nassir. Criterios de Evaluación de Proyectos. Madrid: Editorial McGraw Hill, 1996. ISBN 84-481-0067-0

SAPAG PUELMA, José Manuel. Evaluación de proyectos – Guía de ejercicios. Santiago de Chile: Editorial McGraw Hill, 2ª. Edición, 2000. ISBN 956-278-116-X

GALINDO RUIZ, Carlos Julio. Manual para la creación de empresas –Guía de planes de negocios. Bogotá: ECOE Ediciones, 2006. ISBN 958-648-430-0