

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL MONTAJE Y PUESTA EN
MARCHA DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PROMOCION Y
COMERCIALIZACION DE ARTESANIAS REGIONALES EN EL MUNICIPIO
DE SINCELEJO**

**ANA CONSUELO CARO TORRES
RAFAEL ARMANDO PAYARES MIRANDA**

**UNIVERSIDAD DE SUCRE
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SINCELEJO
2004**



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL MONTAJE Y PUESTA EN
MARCHA DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PROMOCION Y
COMERCIALIZACION DE ARTESANIAS REGIONALES EN EL MUNICIPIO
DE SINCELEJO**

**ANA CONSUELO CARO TORRES
RAFAEL ARMANDO PAYARES MIRANDA**

*Trabajo realizado con el animo de obtener el Titulo de Director y
Administrador de Empresas con énfasis en Marketing*

**Asesor
SANTIAGO VERGARA**

**UNIVERSIDAD DE SUCRE
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



NOTA DE ACEPTACION

FIRMA DEL JURADO

FIRMA DEL JURADO

FIRMA DEL JURADO

SINCELEJO, 28 DE JUNIO DE 2004.

Dedicatoria

A mi Dios por haberme dado la
oportunidad
de nos ser un miembro mas de la
sociedad, sino un
ejemplo vivo de mis sueños y metas.
A mi padres Rafael y María al igual
que mi s
hermanos por su confianza y apoyo
para el alcance
de este propósito.
A mis Amigos por su tolerancia y
comprensión,
por alegrarme la vida en los
momentos mas oportunos.
Y a todas las personas que no están
conmigo, que desde
la distancia las llevo en mi corazón

Agradecimientos

A la Universidad de Sucre por
aportar a mi
proceso de Formación Profesional.
A mis maestros por su orientación a
mi fortalecimiento
intelectual y personal.

A mis asesores por su significativo
apoyo y a aquellas personas
que de una u otra manera
intervinieron en la
realización de este propósito

Rafael Payares Miranda

Dedicatoria

Al culminar una etapa mas de
formación en mi vida
me siento realmente feliz y
realizada, hoy puedo decir
con orgullo "Soy Administradora de
Empresas".

Por eso y muchas cosas mas quiero
agradecer a mi Dios
ante todas las cosas.

A mis padres Pedro y Alida que con
esfuerzo y
dedicación me han guiado por el
sendero de la vida.

A Mis Hermanos Martín Jair, Pedro
Miguel

y Carlos Andrés por se la fuerza que
me impulsa hacia

La superación y su ejemplo digno de
imitar.

A una persona que significa mucho en mi vida, Filadelfo Fuente por su apoyo incondicional y acompañamiento en las buenas y las malas tendiéndome la mano cuando la he necesitado.

Y todas aquellas personas a quienes mi triunfo es también el suyo.

Gracias, Mil Gracias.

Agradecimientos

A la Universidad de Sucre por haberme dado la oportunidad de profesionalizarme.

A mis profesores por los conocimientos impartidos y a todas aquellas personas que desde cualquier forma Contribuyeron para el logro de mis metas.

Ana Caro Torres

**UNICAMENTE LOS AUTORES SON
RESPONSABLES DE LAS IDEAS
EXPUESTAS EN EL PRESENTE
TRABAJO**

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN
1. ANALISIS DEL ENTORNO
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA
3. OBJETIVO
3.1. Objetivos Generales
3.2. Objetivos Específicos

- 4. JUSTIFICACION
- 5. DELIMITACION
 - 5.1. Delimitación Espacial
 - 5.2. Delimitación Temporal
- 6. MARCO REFERENCIAL
 - 6.1. Marco Teórico
 - 6.2. Marco Conceptual
 - 6.3. Marco Legal
- 7. DEFINICION DE VARIABLES
 - 7.1. Variables Dependientes
 - 7.2. Variables Independientes
- 8. FUENTES DE INFORMACIÓN
 - 8.1. Fuentes Primarias
 - 8.2. Fuentes Secundarias
- 9. PROCEDIMIENTO METODOLOGICO
 - 9.1. Objetivo General
 - 9.2. Objetivos Específicos
 - 9.3. Determinación de la Muestra
 - 9.4 Recopilación de Datos
 - 9.5. Instrumentos para Recolectar Información
 - 9.6. Tabulación de las Encuestas
 - 9.7. Análisis e Interpretación de Datos
 - 9.8. Oferta Histórica
 - 9.9. Proyección de la Oferta
 - 9.10. Análisis de la Oferta
 - 9.11. Proyección de la Demanda
 - 9.12. Análisis de la Demanda
- 10. PRODUCTO
 - 10.1. Definición del Producto y el Servicio
 - 10.2. Características de algunos Productos
 - 10.3. Sustitutos
 - 10.4. Uso de los Productos
 - 10.5. Desarrollo de Futuros productos
 - 10.6. Empaques
 - 10.7. Marca de etiqueta y sello de Identidad.
 - 10.8. Logotipo
 - 10.9. Políticas de Precio
 - 10.10. Políticas de Distribución
 - 10.11. Políticas de Comunicación
 - 10.12. Metas de nuestro sistema Mercadotécnico
- 11. DIMENSION DEL PLAN DE EMPRESA
 - 11.1. Capacidad Instalada
 - 11.2. Localización del Plan de Empresa
 - 11.2.1. Macrolocalización
 - 11.2.2. Microlocalización

- 11.2.3. Diseño de la Ubicación del Plan de Empresa SucreArtes
- 11.2.4. Diseño de la Distribución de la Planta Física
- 12. RECURSOS FISICOS: MAQUINARIAS, EQUIPOS Y MUEBLES
- 13. RECURSOS HUMANOS
- 13.1 Servicios Exteriores
- 14. NATURALEZA LEGAL Y RAZON SOCIAL DEL PLAN DE EMPRESA
- 14.1. Razón Social
- 14.2. Objeto Social
- 14.2.1. Políticas Internas del Negocio
- 15. DESCRIPCION DEL FLUJO DE OPERACIONES
- 15.1. Estrategia de Operación
- 16. ESTUDIO FINANCIERO
- 16.1. Objetivo General
- 16.2. Objetivos Específicos
- 16.3 Conclusiones del Estudio Financiero
- 17. Análisis Social
- BIBLIOGRAFIA
- ANEXOS

0. INTRODUCCION

El Departamento de Sucre cuenta con un potencial artesanal muy considerable, donde el oficio textil no solo es una labor que desarrollan

paralelamente a otras actividades de su cotidianidad, sino que es el soporte económico de muchos hogares principalmente de aquellos donde la cabeza de la familia son las mujeres.

Teniendo en cuenta que la Artesanía es el resultante de una necesidad económica, que se convierte en la creación de una realidad social y en la oportunidad de desarrollar una opción de crecimiento comercial para un gran número de personas, se realizara este estudio buscando determinar la viabilidad de un proyecto integral para el montaje de una empresa que promocióne y comercialice productos regionales en la ciudad de Sincelejo.

El objetivo principal de esta oportunidad de negocio es contribuir al desarrollo humano sostenible, fortaleciendo y cualificando la producción, para que el sector participe de una manera creciente dentro de la economía nacional y que se traduzca en un mejor nivel de vida y bienestar para las personas que integran el sector Artesanal.

1. ANALISIS DE ENTORNO

Sincelejo, capital del Departamento de Sucre, ubicado al noreste del país a 9°18' de latitud norte, 75°23' de latitud oeste del Meridiano de Greenwich,

tiene una extensión de 28.134 hectáreas y su altura sobre el nivel del mar es de 213 m. limita al sur con el Municipio de Sampués y el departamento de Córdoba, al oeste con el Municipio de los Palmitos, al norte con el Municipio de Tolú y Toluviejo y al este con el Municipio de Corozal y Morroa.¹

Cuenta con una población aproximada de 266.000 habitantes de los cuales 47,6% pertenecen al género masculino y el 52,4% pertenecen al género femenino.²

Prácticamente la base de la economía es la ganadería la región es considerada como el centro más importante de criadero de ganado Cebú.

La actividad de mayor ocupación de mano de obra en su orden es: la actividad informal entendida sin oficio específico con 14,25% comercio, con el 72.61% la industria manufacturera, con 4,30% sector agrícola y el ganadero con 3,24% generando en conjunto el 94,4% de los empleos de 2002.

En el periodo de 1993-2002 se puede observar que el sector comercio es el que más ha crecido, pero este crecimiento corresponde al comercio informal que ha aumentado de manera más que proporcional al comercio formal, debido a la poca generación de empleos de los sectores formales.

¹ Plan de Desarrollo Municipal. Secretaría de Planeación Municipal.

² Plan de Desarrollo Municipal. Secretaría de Planeación Municipal.

La población económicamente activa se dedica a actividades de subsistencia como servicios domésticos, tiendas, quioscos, colmenas, vendedores de chances, verduras y frutas, choferes de busetas y sus respectivos cobradores y los mototaxistas, lo que quiere decir que la mayoría de la población vive de actividades independientes.

La creación de empresas en el Municipio es de carácter familiar, por lo tanto la mayoría de los negocios se ponen en funcionamiento sin haber un estudio previo de factibilidad, condicionándolas al fracaso en corto tiempo. El Municipio de Sincelejo presenta una infraestructura de los servicios públicos distribuidos de la siguiente forma:

- Λ Servicio de energía eléctrica está a cargo de Electrocosta.
- Λ Servicio de Acueducto y alcantarillado, esta a cargo de Aguas de la Sabana.
- Λ Servicio de Teléfono, esta a cargo de Colombia Telecomunicaciones.
- Λ Servicio de Gas Natural, esta a cargo del Surtigas.

En materia de Artesanías, el Departamento cuenta con un organismo llamado ARTESANIAS DE COLOMBIA, que es el responsable de trazar políticas de desarrollo, trabaja en convenio con el Fondo Mixto De Promoción De Las Artes y La Cultura de sucre, en busca de que la labor artesanal sea

parte de un sistema de vida económicamente rentable, e lugares donde las oportunidades laborales y económicas son prácticamente nulas, pues el Departamento posee una escasa actividad agroindustrial.

En Sincelejo se encuentran instalados 30 artesanos distribuidos en los siguientes oficios: Tallado en manera, trabajo en fique, tejeduría en iraca, tejeduría en caña de flecha, entre otras.³

2. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

Los Municipios del Departamento de Sucre identificados como núcleos artesanales son:⁴

³ Fuente de información: Plan de Desarrollo Municipal de Sincelejo. Secretaría de Planeación Municipal

Λ MORROA: Donde se trabaja la Tejeduría en Hilo de algodón.

Λ SAMPUES: Tejeduría en Caña de Flecha.

Λ SINCELEJO: Tejeduría en Iraca y Fique.

Λ COROZAL: Trabajos en madera y Algodón.

Λ OVEJAS: Instrumentos Folclóricos.

Λ GALERAS: Esteras, Escobas y Tallado en Totumo.

Λ BETULIA: Alfarería y Arcilla.

Λ COLOSO: Tejeduría en Iraca.

En Sincelejo no existe un sistema dinámico de Comercialización y Promoción de productos artesanales, estos son fabricados y vendidos en poblaciones aledañas y se exponen en eventos feriales que se realizan en ciudades como Bogotá, Barranquilla, Caucasia, Montería y Valledupar, donde las ventas son totales.

La población Sincelejana y los turistas que nos visitan deben dirigirse a los Municipios de Sampués, Morroa, Chinu, entre otras para adquirir los productos artesanales regionales.

Una de las principales causas por las que el Municipio de Sincelejo, no cuenta con este tipo de negocios es por la poca visión de los empresarios

⁴ Fondo Mixto de las Artes y la Cultura. Documento.

que no han tenido la capacidad de percibir las numerosas oportunidades que nos ofrece el medio de montar un establecimiento que cumpla con los requerimientos que se adecuen a las verdaderas necesidades de los consumidores.

Esta problemática crea de inmediato la necesidad de que exista un establecimiento que venda y promocióne artesanías de amplia variedad, calidad y precios cómodos que satisfagan los gustos y preferencias del cliente.

Por lo anterior hemos decidido ofrecerle a Sincelejo una propuesta novedosa que logre llenar todas las expectativas posibles.

3. OBJETIVOS

3.1. OBJETIVO GENERAL

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de un Empresa que promocióne y comercialice productos artesanales en la ciudad de Sincelejo, generando nuevas fuentes de empleos productivos.

3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Λ Recopilar información general que nos ubique en el entorno en el que nos vamos a desarrollar
- Λ Realizar un estudio de mercado para detectar la necesidad que en materia de artesanías experimenta Sincelejo.
- Λ Incursionar en el mercado competitivo de las artesanías a nivel local.
- Λ Satisfacer los gustos y preferencias manifestado por los efectos de la demanda de las artesanías.
- Λ Realizar un estudio técnico y financiero que nos permite evaluar la viabilidad y factibilidad económica del negocio.

4. RAZONES QUE JUSTIFICAN LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO

Nuestro plan de empresas es atractivo por diferentes razones entre las cuales tenemos:

- Λ La falta en Sincelejo de un establecimiento que comercialice y a la vez promocióne artesanías de calidad, amplia variedad y precios cómodos que satisfagan los gustos y preferencias del cliente, ofreciendo de ésta manera un servicio integral.
- Λ Otra justificación fundamental es evitar que los Sincelejanos y turistas que nos visitan tengan que viajar Sampués, Morroa, Tuchín, Colosó, Corozal. Entre otros; para obtener buenos productos ya que la tienda artesanal les dotará en su propia casa de lo que ellos deseen.
- Λ El negocio, busca dejar las bases para crear espacios de participación económica del sector artesanal en el ámbito internacional.

5. DELIMITACION

5.1 DELIMITACION ESPACIAL.

Nuestro Plan de Empresas se llevará a cabo en el Municipio de Sincelejo, capital del Departamento de Sucre.

El establecimiento comercial estará ubicado en la zona céntrica de la ciudad, debido a la gran demanda de personas y flujo peatonal como turistas, artistas y otros que estarían dispuestos a adquirir nuestros productos.

5.2 DELIMITACION TEMPORAL

El plan de empresas tendrá una vida útil de cinco (5) años, a partir de la fecha de apertura del negocio.

6. MARCO DE REFERENCIA

6.1 MARCO TEORICO

ARTESANIA

Actividad que se realiza a través de la estructura funcional de los oficios y sus líneas de producción, se lleva a cabo en pequeños talleres con baja división social del trabajo y aplicación de la energía humana, es complementada con herramientas y maquinarias simples.

Esta actividad está condicionada por el medio geográfico que constituye la principal fuente de materia prima.

Años atrás se consideraba este arte como un legado cultural del cual solo participaban las comunidades indígenas del país.

Tiempo después por la funcionalidad de éstos productos, el punto de vista acerca de las artesanías cobra importancia a través de la implementación de nuevas tecnologías, sin perder la esencia de los productos elaborados a mano.

Actualmente con la apertura de nuevos mercados se ha visto un potencial importante en la elaboración y comercialización de artesanías que anteriormente solo se tomaban como simples adornos que adquirirían los viajeros y turistas al momento de visitar lugares exóticos y de importancia cultural.

Colombia cuenta con una gran riqueza de artesanías en todas las regiones, sin embargo se encuentra una mayor población artesanal en departamentos como Nariño, Córdoba, Boyacá, Cesar, Atlántico, Tolima y Sucre.

En las zonas indígenas la producción artesanal es una actividad muy importante y quizás la única a través de la cual se genera valor con destino al intercambio.

Las condiciones de marginalidad económica del sector artesanal se reflejan en los bajos niveles de escolaridad. Un 12% de la población es analfabeta, un 2,6 ha tomado cursos universitarios y el 17% ha asistido a cursos de formación técnica, y quienes han asistido a la escuela el 34,20% no completo la primaria y el 9.65 hizo estudios secundarios.⁵

Las artesanías tradicionalmente se transmiten de generación en generación y solo una minoría recibe formación académica, el 48.47% aprenden en el hogar, el 15.29% en talleres particulares como aprendiz y por el sistema de cursos de capacitación.

⁵ Documento de Artesanos e Independientes de Sampués. Fondo Mixto de la Cultura y las Artes

Las artesanías incluyen una amplia gama de productos, que nos permiten distinguir varios oficios, entre ellos los más representativos son. Alfarería, cerámica, porcelana. Orfebrería, aplicaciones en tela, totumería, hilandería, tejidos de estilo y bordados, artesanías de consumo y uso elaborados con fibras vegetales de iraca, caña flecha, cepa de plátano, concha de maíz, hilos de algodón, entre otros.

La **caña flecha** se trabaja en el Municipio de Sampués, anteriormente contaban con cultivos silvestres de caña flecha y adquirir la materia prima de calidad era fácil, pero con el paso del tiempo el fenómeno de la tenencia de la tierra cobro fuerza y acceder a los cultivos se hizo cada vez más difícil, luego los ganaderos en busca de los pastos los extinguieron casi por completo. Esta situación hizo que el artesano se viera obligado a adquirir la materia prima proveniente de otros lugares.

En Sampués la mayoría de las artesanas se dedican a la tejeduría de la trenzas, teniendo en cuenta que es un oficio que lo practican mujeres de la tercera edad y edad adulta. La gente joven no practica el oficio lo que hará que la labor con el tiempo se vaya perdiendo.

El **hilo de algodón** se trabaja en el Municipio de Morroa empleando el oficio de tejeduría en telar vertical elaborando hamacas las cuales se distinguen por su colorido distribuidas en franjas de alto contraste. Para esta labor

artesanal no se requieren talleres estrictamente contruidos razón por la cual la mayoría de las artesanas instalan sus talleres en el zaguán interior de la casa al lado de la cocina, los telares son contruidos rústicamente y ellas los adoptan según sus necesidades o las telas que estén elaborando, deben estar protegidos del agua, de la luz del sol, tener buen espacio que les permita tejer fácilmente. Éstos dos materiales anteriormente mencionados constituyen la esencia de los sombreros vueltiaos, los bolsos artesanales y las hamacas que han adquirido gran importancia en las exportaciones o diversos países en Desarrollo.⁶

6.2 MARCO CONCEPTUAL

⁶ Fuente: Documento de Artesanos Agremiados e independientes de Sampués. Fondo Mixto de las Artes y la Cultura.

Λ **Artesanía indígena:** Es la producción de bienes útiles, condicionada directamente por el medio ambiente físico y social, que constituyen material de la cultura y es transmitido directamente a través de las generaciones.

Λ **Artesano:** persona que ejerce una actividad profesional creativa en torno a un oficio concreto, conforme a sus conocimientos y habilidades técnicas y artísticas.

Λ **Taller Artesanal:** espacio físico y operativo que puede ser parte de la vivienda delimitada para la ejecución de actividades de un oficio o rama especializada.

Λ **Cepa:** es la parte del tronco de la mata de plátano que está dentro de la tierra y unido a las raíces.

Λ **Iraca:** es una planta de la palmácea, crece en regiones tropicales y proporciona material para la elaboración de productos artesanales como sombreros y bolsos.

Λ **Fique:** son plantas de hojas largas y carnosas de las que se extraen fibras textiles.

Λ **Matices:** cada una de las graduaciones que puede alcanzar un color.

Λ **Caña flecha:** es un cultivo silvestre de donde se extrae la fibra que se utiliza para hacer sombreros vueltiaos.

Λ **Gama:** es una variedad de productos.

Λ **Telar Vertical:** es una herramienta que se usa para tejer hilos de algodón para elaborar bolsos y hamacas.

Λ **Mipymes:** micro, pequeña y mediana empresa.

Λ **Pymes:** pequeña y mediana empresa.

Λ **Acopi:** Asociación Colombiana de Pequeñas y Medianas Empresas.

6.3 MARCO LEGAL

La ley 590 de julio de 2000 estableció una política para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa nacional, uno de los primeros decretos tiene que ver con los mecanismos de acceso y manual de operaciones del fondo de modernización y desarrollo tecnológico llamado Fomipymes.

El Fomypime está hecho para financiar proyectos que apoyan la creación de empresas, la promoción del espíritu empresarial y el desarrollo tecnológico en el sector. No solo las micros, pequeñas y medianas empresas tienen acceso, también lo pueden hacer las organizaciones de artesanos, las comunidades rurales, las cooperativas, los organismos sin ánimo de lucro, los colegios, las universidades y los centros de capacitación y desarrollo tecnológico.⁷

7. DEFINICIÓN DE VARIABLES

7.1 VARIABLES DEPENDIENTES

Λ Falta de visión empresarial de los artesanos sucreños para la comercialización de sus productos a nivel local.

Λ Bajos conocimientos y promoción de las artesanías en la ciudad de Sincelejo.

7.2 VARIABLES INDEPENDIENTES

Λ El desaprovechamiento del potencial artesanal del Departamento, las precarias condiciones de los arrendamientos y talleres para la fabricación de artesanías que inciden en la calidad de los productos.

Λ Poca existencia de empresas organizadas dedicadas a la comercialización y a la promoción de artesanías de Sincelejo.

8. FUENTES DE INFORMACIÓN

⁷ Fuente de Información: Revistas Pensamiento y Gestión. www.colombia.com

8.1 FUENTES PRIMARIAS

Se utilizaron instrumentos de recolección de información como encuestas, entrevistas, diálogos con artesanos de la región, visitas a establecimientos comerciales de artesanías, esto nos permitió conocer los datos esenciales acerca del mercado meta.

8.2 FUENTES SECUNDARIAS

Contamos con la colaboración de instituciones como la Cámara de Comercio de Sincelejo, El fondo Mixto de la Cultura, Oficina Municipal de Planeación, Información de Internet, la Constitución de Colombia, el Código de Comercio, Diccionario Enciclopédico ilustrado, revistas y trabajos realizados con anterioridad que nos servirán como guía para el buen desarrollo de nuestro plan de empresas.

9. PROCEDIMIENTOS METODOLOGICOS

De acuerdo a las características de nuestro proyecto, consideramos que el tipo de estudio a realizar es de descriptivo, analítico y cuantitativo ya que se describirá la situación actual del mercado en materia de artesanías; se analizarán las oportunidades y fortalezas así como las amenazas y debilidades para tratar de incursionar en el mercado objetivo, planteando soluciones alcanzables y que se traduzcan en rentabilidad y utilidades.

9.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio profundo de mercado para detectar la demanda de artesanías que experimenta la ciudad de Sincelejo.

9.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Λ Recolectar información sobre la demanda y oferta de artesanías en la ciudad de Sincelejo.

- Λ Identificar los gustos, preferencias y características que los consumidores tienen en cuenta al momento de adquirir artesanías.

- Λ Determinar el grado de satisfacción de los clientes por el servicio que ofrece la competencia en la ciudad de Sincelejo.

9.3 DETERMINACION DE LA MUESTRA

Para llevar a cabo el siguiente estudio de mercado, se determino una muestra de 100 personas del total de la población objeto del proyecto, a través del siguiente procedimiento estadístico.

$$n = \frac{4 (p) (q) N}{(N - 1) (e)^2 + 4 p.q}$$

Donde:

p= (0.50) Probabilidad de éxito

q= (0.50) Probabilidad de fracaso

e= 10% Error estándar

1-e= 90% Nivel de Confiabilidad

n= 119.700 Población

$$n = \frac{4 (0.5) (0.5) (119700)}{(119700 - 1) (0.1)^2 + 4 (0.5) (0.5)}$$

$$n = \frac{1 (119700)}{(119700) (0.01) + 1} = 99.91 \text{ Aprox } 100$$

Las personas que serán encuestadas para realizar el estudio de mercado de nuestro proyecto serán 100, producto del calculo estadístico anterior.

9.4 RECOPIACION DE DATOS

Λ **MARCO MUESTRAL:** Se escogerán 100 personas del Municipio de Sincelejo.

Λ **UNIDAD DE OBSERVACIÓN:** Familias de los estratos 2, 3 y 4.

Λ **UNIDAD DE ANALISIS:** Personas que compran artesanías en la ciudad de Sincelejo, específicamente las que pagan por comprar el producto, ya sea el jefe familiar o cualquier otra persona interesada.

9.5 INSTRUMENTO PARA RECOLECTAR INFORMACIÓN

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL ESTABLECIMIENTO DE UNA TIENDA DE ARTESANÍAS EN LA CIUDAD DE SINCELEJO.

Encuesta dirigida a establecer las necesidades que tiene Sincelejo de contar con una tienda artesanal.

Instrucciones: Favor leer bien las preguntas y contestarlas objetivamente para que los resultados de la misma sean exitosos.

1. ¿ Ha comprado algún tipo de artesanías? SI _____ NO _____

2. ¿ En cual de estos lugares acostumbra a comprar:

Morroa _____ Sampués _____ Sincelejo _____

Otros _____

3. ¿ Se siente satisfecho cuando compra su artesanía en ese lugar?

SÍ _____ NO _____

¿Por qué? _____

4. De las siguientes características ¿Cuál tiene en cuenta al momento de comprar artesanías?

Calidad _____ precios _____ gustos y preferencias _____

otros _____

5. ¿Conoces los artesanos elaborados en caña flecha e hilo de algodón?

SÍ _____ NO _____

6. ¿De los siguientes elementos cual o cuales desearías adquirir?

Sombreros _____

Hamacas _____

Bolsos _____

Otros _____

Cual _____

7. Si este producto se encuentra disponible a un precio apropiado, ¿Usted lo compraría?

SÍ _____ NO _____

8. ¿Estaría usted dispuesto a comprar este producto en una tienda artesanal en Sincelejo?

SÍ _____ NO _____

9. ¿Si se montará una tienda artesanal en la ciudad de Sincelejo, donde recomendaría su ubicación?

Centro _____ Mercado _____ Otro _____

Cual _____

10. ¿Trabaja usted actualmente?

SÍ _____ NO _____

11. ¿Cuáles son sus ingresos mensuales?

- ❖ Un salario mínimo _____
- ❖ Menos de dos salarios mínimos _____
- ❖ Dos salarios mínimos _____
- ❖ Mas de dos salarios mínimos _____

NOMBRES:

APELLIDOS:

DIRECCIÓN:

EDAD:

OCUPACIÓN:

TELEFONO:

SEXO:

FECHA:

9.6 TABULACION DE LAS ENCUESTAS

1. ¿Ha comprado algún tipo de artesanías?

SÍ= 45%

NO= 55%

2. ¿En cuál de estos lugares acostumbra a comprar?

Sampués = 15%

Morroa = 17%

Sincelejo = 10%

Otros = 3%

3. ¿Se siente satisfecho cuando compra sus artesanías en ese lugar?

SÍ = 26% Por que la calidad y precios que ofrecen en Morroa y Sampués es bueno.

NO = 19% Por que en Sincelejo el servicio al cliente y la adecuación física de los locales es regular, no hay muchos negocios de artesanías donde uno pueda escoger, no hay variedad de productos, en todos los locales, venden lo mismo (sombreros, libros, hamacas, cestería, talabartería)

4. De las siguientes características ¿Cuál tiene en cuenta al momento de comprar artesanías?

Calidad 25%

Precios 12%

Gustos y preferencias 6%

Otro cual? = 2% acabado y estilo.

5. ¿Conoces las artesanías elaboradas en caña flecha e hilo de algodón?

SÍ = 55%

NO = 45%

6. ¿De los siguientes elementos cual o cuales desearías adquirir?

Sombreros = 40%

Bolsos = 33%

Hamacas = 19%

Accesorios = 6%

Tapetes y Sobretapetes = 2%

7. Si este producto se encuentra disponible a un precio apropiado, ¿Usted lo compraría?

SÍ = 100%

NO = 0%

8. ¿Estaría usted dispuesto a comprar este producto en una tienda artesanal en Sincelejo?

SÍ = 95%

NO = 5%

9. Si se montará una tienda artesanal en la ciudad de Sincelejo, ¿Dónde recomendaría su ubicación?

Centro = 98%

Mercado = 2%

Otro, cual? = 0%

10. ¿Trabaja usted actualmente?

SÍ = 72%

NO = 28%

11. ¿Cuál son sus ingresos mensuales?

Un salario mínimo = 22%

Menos de dos salarios mínimos = 72%

Dos salario mínimos = 5%

Mas de dos salarios mínimos = 1%

9.7 INTERPRETACION Y ANALISIS DE RESULTADO

De las encuestas desarrolladas podemos sacar las siguientes conclusiones.

- Λ El 45% de las personas encuestadas han comprado artesanías una vez, de este 45%, el 15% lo hace en Sampués, el 17% lo hace en Morroa el 10% lo hace en Sincelejo y la minoría que representa un 3% lo hace en otros lugares, demostrando que Sincelejo no se considera un Municipio artesanal.
- Λ De este grupo de posibles clientes el 26% se siente satisfecho cuando compra artesanías en Morroa y en Sampués por que la calidad y precios que ofrece son buenos, el 19% restante se siente inconforme cuando compra artesanías en Sincelejo ya que la adecuación física y el servicio al cliente son regular, además manifiestan que no hay muchos negocios donde escogen, y los que hay venden los mismos productos como son hamacas, sombreros, bolsos, cesterías y talabarterías.
- Λ Las características más importante al momento de comprar es la calidad 42% y siguen en su orden en el precio de 35% los gustos y preferencias 21% y un porcentaje menos del 2%, tienen en cuenta los acabados y los estilos.

Λ De la totalidad de personas encuestados el 40% desearía adquirir sombreros y sombreretas., el 33% Bolsos, el 19% hamacas, el 6% accesorios y el 2% tapetes.

Λ El 95% estaría dispuesto a comprar este producto en una nueva tienda artesanal en Sincelejo si se encuentra disponible a un precio accesible.

Λ Sobre el montaje de una tienda artesanal en la ciudad de Sincelejo, el 98% recomendó su ubicación en la zona céntrica y el 2% en el mercado. No hubo recomendación en cuanto a otros lugares.

Λ Las personas encuestadas mostraron un interés positivo ante el establecimiento de una tienda artesanal en Sincelejo, esto nos mantiene firmes en nuestra idea de negocio.

El análisis de estas encuestas nos facilitará la toma de decisiones y estrategias para los objetivos de nuestro proyecto teniendo en cuenta las opiniones de las personas en cuanto sus gustos, preferencia y expectativas.

9. 8 OFERTA HISTORICA AÑOS 2000 - 2003

Para hallar estos datos se encuestaron cinco establecimientos obteniendo únicamente datos del año 2003 ya que no se encuentran registrados en la cámara de comercio.⁸

VENTA DE ARTESANIAS EN UNIDADES AÑO 2003

<i>ALMACEN⁹</i>	<i>VENTAS EN UNIDADES</i>
Almacén 1	4400
Almacén 2	4200
Almacén 3	4100
Sombreros y Artesanías El Paisa	3000
Don Liba	1500

PRECIOS HISTORICOS DE LOS PRODUCTOS AÑO 2003¹⁰

<i>PRODUCTOS</i>	<i>PRECIOS</i>
Sombreros	\$26.183
Bolsos	\$22.068
Hamacas	\$60.781
Accesorios	\$1.083
Tapetes y Sobretapetes	\$54.236

*Inflación año
2003
6.49 %*

⁸ Información Suministrada por los Administradores de los Diferentes locales del Municipio de Sincelejo, a través de sus récords de venta.

⁹ Estos almacenes pertenecen al Conjunto Agremiado de artesanos situados en la parte trasera del Teatro Municipal. Algunos no tienen nombres definido, por eso se enumeran.

9.9 PROYECCION DE LA OFERTA

Para este análisis es necesario conocer las ventas de artesanías del año 2003 y el precio de ese mismo año. A estos valores se le incrementará el crecimiento poblacional y el nivel inflacionario para cada año respectivamente.

OFERTA DE VENTAS ARTESANIAS AÑO 2003

ALMACEN	Venta x Crecimiento Poblacional		2004	2005	2006	2007	2008	2009
1	4400	x2,8%	4.523	4.650	4.780	4.914	5.051	5.193
2	4200	x2,8%	4.318	4.438	4.563	4.691	4.822	4.957
3	4100	x2,8%	4.215	4.333	4.454	4.579	4.707	4.839
4	3000	x2,8%	3.084	3.170	3.259	3.350	3.444	3.541
5	1500	x2,8%	1.542	1.585	1.630	1.675	1.722	1.770

PROYECCION DE LOS PRECIOS DE LA OFERTA ¹¹

Precio Histórico x Inflación

Productos	2005	2006	2007	2008	2009
<i>Sombreros</i>	26.183	28.016	29.977	32.075	34.321
<i>Bolsos</i>	22.068	23.613	25.266	27.034	28.927
<i>Hamacas</i>	60.781	65.036	69.588	74.459	79.671
<i>Accesorios</i>	1.083	1.159	1.240	1.327	1.420
<i>Tapetes</i>	54.236	58.033	62.095	66.441	71.092

¹⁰ Estos equivalen a los precios mas accesibles de cada producto.

9.10 ANALISIS DE LA OFERTA

Actualmente el Municipio de Sincelejo cuenta con cinco establecimientos que venden artesanías a saber:

- Λ Tres locales ubicados en la parte trasera de Teatro Municipal los cuales no tienen un nombre que los identifique.
- Λ Un local llamado Sombreros y Artesanías el Paisa ubicado en la zona céntrica.
- Λ Un local llamado Don Liba ubicado en la Avenida Ocala.

Estos no aparecen registrados en la Cámara de Comercio, los productos que venden son traídos de Sampués, Morroa, Colosó, Sahagún, Guajira, Nariño, entre otros. Dichos productos poseen los rasgos de una elaboración tecnificada pero con problemas en sus acabados, lo que no les permite posicionarse en la mente del consumidor como artesanías de calidad.

La variedad de artículos es limitada lo cual no brinda mayor alternativa para el cliente al momento de comprar. Entre los productos que se ofrecen están los sombreros, hamacas, bolsos, abarcas, cesterías y talabartería.

¹¹ Para estas proyecciones se tomaron los precios mas accesibles de la oferta histórica mas el porcentaje de la inflación

Respecto a los precios que manejan estos establecimientos comerciales, están determinados por los precios de compra a proveedores mas un porcentaje de utilidad que los propietarios del almacén crean convenientes.

En materia de promociones y publicidad no manejan estrategia alguna, con esto nos podemos dar cuenta de la poca comunicación que ejercen con su mercado objetivo lo que conlleva a la no-persuasión e incentivación de sus demandantes.

Nuestros competidores tienen una desventaja muy notable como es la mala distribución, adecuación de la planta física y organización de los productos en el local. Además los propietarios tienen poco nivel de educación lo que no les permite brindar un buen servicio.

SucreArtes Tienda es una propuesta realmente interesante y novedosa que influirá notablemente en el desarrollo de la región. Esto le dará reconocimiento y prestigio ante la población sincelejana.

PROYECCIONES DE LA DEMANDA 2005 - 2009

En Sincelejo actualmente hay 266.000 habitantes de los cuales un 55% no compran artesanías y el 45% ha comprado artesanías con frecuencia en Morroa, Sampués, Sincelejo y otros lugares¹²

Nuestro propósito es acaparar la demanda insatisfecha que se desplaza a otros Municipios de Sincelejo, a comprar los productos artesanales, lo cual corresponde al 35% del total de personas que compran, es decir del (45%).

La participación para el año 2004 será de un 8%, para esto se tendrá en cuenta que nuestros competidores cuentan con una participación entre 9% y 11% de mercado.¹³

(D.P) *Demanda Potencial* = 119.700 (45%).

(D.I) *Demanda Insatisfecha* = 35%

(D.O) *Demanda Objetiva* = 119.700 x 35% = 41.895

Λ Participación para el año 2004

(D.R)= *(Demanda real)*

(D.R)= *D.O x Participación*

(D.R) = 41.895 X 8% = 3.351

(D.R) = 3.351 demandantes en el año 2004.

¹² Fuente Encuesta

¹³ Departamento Nacional de Planeación.

PROYECCION DEMANDA (2005 - 2009)

Estimamos que para el primer año (2005) tendremos una participación del 8%, para el año 2006, del 9% del mercado objetivo, para el año 2007 será del 10%, para el año 2008 del 11% y para el año 2009 del 12%.

Para este calculo tendremos en cuenta:

C. pob. = Crecimiento poblacional (2.8 anual).

C. per. = Consumo percápita (2 productos).

AÑO	D.O		C. POB.	SUBTOTAL		PARTICIPACIÓN	DEMANDA REAL PERSONAS
2005	41.895	x	2.8%	43.068	x	8%	3.445
2006	43.068	x	2.8%	44.273	x	9%	3.984
2007	44.273	x	2.8%	45.512	x	10%	4.551
2008	45.512	x	2.8%	46.876	x	11%	5.146
2009	46.876	x	2.8%	48.096	x	12%	5.771

DEMANDA PROYECTADA DE ACUERDO AL CONSUMO PERCÁPITA 2005 - 2009

Una persona en el Municipio de Sincelejo actualmente compra en promedio dos artesanías al año.

C. per. = 2 Productos

Año 2004 3.351 x 2 = 6.702 Artesanías Anuales

AÑOS	D.R x Per		<i>Demanda Anual de Artesanías</i>
2005	3.445 x 2	=	6.890
2006	3.982 x 2	=	7.964
2007	4.551 x 2	=	9.102
2008	5.146 x 2	=	10.292
2009	5.771 x 2	=	11.542

NOTA: A la demanda anual del 2005 (6.890) se le restará un estimativo del 9% que representa la probabilidad de que 620 personas no adquieran nuestros productos, es decir, que trabajaremos con una demanda de 6270.

A la cantidad de productos demandados en el 2005, se les saco los porcentajes de cada producto de acuerdo a las encuestas realizadas así:

<i>Sombreros</i>	40%	2508 Unidades
<i>Bolsos</i>	33%	2069 Unidades
<i>Hamacas</i>	19%	1191 Unidades
<i>Accesorios</i>	6%	376 Unidades
<i>Tapetes</i>	2%	126 Unidades

PROYECCION DE PRECIOS DE LA DEMANDA¹⁴

Productos	2005	2006	2007	2008	2009
<i>Sombreros</i>	27.500	29.425	31.485	33.689	36.047
<i>Bolsos</i>	22.300	23.861	25.531	27.318	29.231
<i>Hamacas</i>	65.100	69.657	74.533	79.750	85.333
<i>Accesorios</i>	1.700	1.819	1.946	2.083	2.228
<i>Tapetes</i>	56.000	59.920	64.114	68.602	73.405

9.12 ANALISIS DE LA DEMANDA

La demanda esta determinada por la comercialización de productos regionales como sombreros, bolsos, hamacas, alfombras, cojines, adornos, cerámicas, cesterías, instrumentos musicales folclóricos, telas para camas y accesorios que serán adquiridos en volúmenes limitados según las ventas

mensuales que se hagan para no incurrir en inventarios ociosos y minimizar costos y gastos.

Los compradores de artesanías se pueden segmentar fácilmente teniendo en cuenta sus características principales. Generalmente son personas adultas interesadas en el arte, tienen un grado de educación. De tal forma que están en capacidad de apreciar el diseño, la calidad y los acabados, cuentan con un buen nivel de ingresos que les permite adquirirlos. Además podemos destacar que actualmente los jóvenes se interesan por los accesorios que se ofrecen en gran variedad y en diferentes materiales. Los turistas que nos visitan y que seguramente estarán dispuestos a comprar las artesanías.

Como es un establecimiento comercial, la distribución se hará directamente al cliente en la medida en que ellos visiten y compren nuestros productos. Para impulsarlos se ofrecerán precios cómodos, calidad, descuentos, promociones y publicidad.

Los productos tendrán una garantía de un mes con el objeto de que las personas que lo compren identifiquen la calidad y lo ubiquen dentro del mercado.

¹⁴ Para estas proyecciones se tomaron los precios más accesibles de cada producto y a estos se le sumo el 7% de la inflación

Los objetos de caña flecha e hilo de algodón y coral tienen calidad, por lo tanto se expondrán en importantes eventos feriales donde se sabe que las ventas son totales y todas las artesanías que se exponen se venden.

10. PRODUCTOS

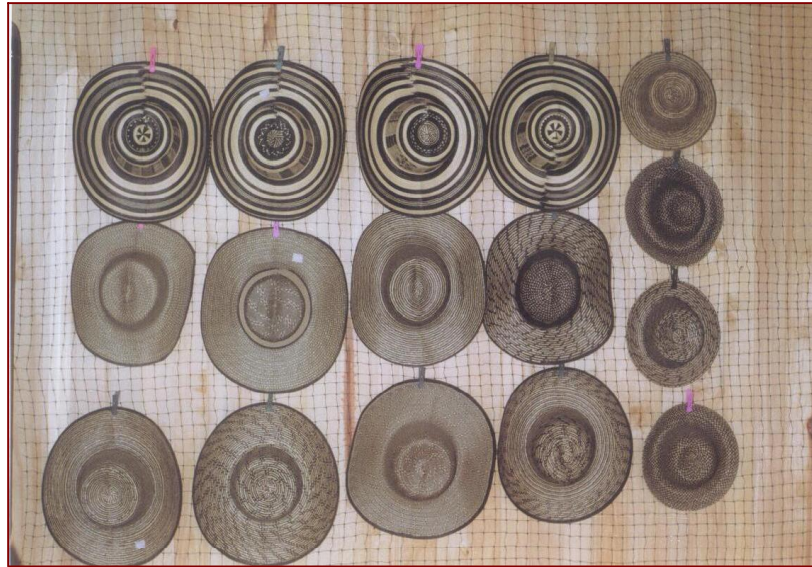
10.1 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO Y EL SERVICIO

Los productos artesanales de acuerdo a su durabilidad se clasifican dentro de los bienes no perecederos y según los hábitos de compra de los consumidores en bienes de consumo por comparación; ya que los consumidores elaboran un plan de selección y compra donde la conveniencia, el precio, la calidad y el diseño determinan la compra, igualmente lo podemos clasificar como un bien suntuario por ser de uso decorativo.

10.2 CARACTERISTICAS DE ALGUNOS PRODUCTOS

SOMBREROS VUELTIAOS: el oficio del sombrero en caña flecha y su actual connotación cultural, son el resultado de un arduo trabajo de creatividad, desarrollada a través de los años.

Entre el trabajo artesanal de sombreros tenemos diferentes estilos como lo son: las sombreretas. Pavas, bisceras, gorras y el sombrero vueltiao caracterizado por el numero total de vueltas que tengan, que varían en 15, 19 y 21 vueltas. Igualmente, estos dependerán de lo que el consumidor necesite y de lo que el artesano este dispuesto a hacer.



Sombreros elaborados en Caña Fiecha



Sus esulos son aiversos

BOLSOS ARTESANALES: Son el resultado de la combinación de materiales industriales y de la habilidad del artesano. Estos varían en su forma (cuadrados, rectangulares, ovalados, entre otros.), según su estilo (maletas, maletines, bolsos escolares, morrales, carteras, entre otros) y según su tamaño y color, que dependerán de las del consumidor o de labor del artesano.



Bolsos en diversos diseños y colores



También los elaboran en otros materiales

HAMACAS: las hamacas son productos elaborados con mucha posición y resistencia, que se distinguen por su colorido de alto contraste, son elaborados en material de hilo, algodón, y sus dimensiones están basadas en los estándares internacionales.

La superficie de la tela es regular, sin bastos e hilos sueltos de urdimbre o trama, los bordes son rectos y el ancho es igual en los dos extremos. El color es firme y uniforme, la distribución de éste generalmente es simétrica y en espejo, es decir, el color que hay en un extremo lo hay también en el otro manteniendo las mismas proporciones.



Las hamacas por su diversidad de colores y diseños son llamativas al mercado

Las hay de diferentes estilos y tamaños



ACCESORIOS: el oficio del artesano sucreño hoy día es reconocida a nivel nacional y esto se debe as la fuerte diversidad de productos que puede llegar a hacer, éste es el caso de los accesorios en caña de flecha, donde encontramos: Pulseras, brasaletes, espirales, anillos, candongas, aretes, diademas, gargantillas, cadenas y demás, que varían en forma, estilo y color.



TAPETES, SOBRETAPETES, INDIVIDUALES Y PORTAVASOS: Son elaborados a base de Caña de Flecha e hilo de algodón, en diferentes formas como cuadradas, circulares, rectangulares y ovaladas. Se ofrecerá en todos los tamaños y estilos con finos acabados, calidad, resistencia y durabilidad.

El manejo de color se hará con base a la carta de colores de las últimas tendencias.



Tapetes y Sobretapetes en excelentes acabados y diseños.

10.3 SUSTITUTOS

En el Departamento de Sucre se elabora una gran variedad de productos artesanales, tales son los casos de los Municipios de Morroa, Sampués, Colosó y demás, donde sus productos están hechos a base de la Caña de Flecha, Cepa de Plátano, Concha de Maíz e hilo de Coral y Algodón, fabricados y diseñados con diferentes técnicas y tejidos.

Entre los productos sustitutos tenemos:

- Λ Cojines en diferentes colores
- Λ Sobretapetes en diferentes formas y tamaños
- Λ Alfombras
- Λ Sombreros
- Λ Hamacas
- Λ Bolsos
- Λ Sandalias
- Λ Abarcas
- Λ Telas para sofá
- Λ Individuales
- Λ Cerámicas
- Λ Canastos

- Λ Adornos
- Λ Esteras
- Λ Artesanías en piedra y madera
- Λ Mochilas
- Λ Mantas
- Λ Chinchorros
- Λ Instrumentos Folclóricos
- Λ Trabajos en frutas secas
- Λ Escobas en palma de vino
- Λ Alfarería
- Λ Orfebrería
- Λ Bisuterías

Todos estos productos representativos de Colombia y el Departamento de Sucre.

Lo anterior no se constituye como una amenaza significativa, ya que el Municipio de Sincelejo, cuenta con pocos establecimientos dedicados al comercio de esta clase de productos y carecen de un sistema que los promocióne e impulse constantemente en el mercado local con alternativas al nacional e internacional.

10.4 USOS DE LOS PRODUCTOS

Las artesanías son utilizadas por hombres y mujeres de diferentes edades y estado civil.

En la ciudad de Sincelejo se les puede dar diferentes usos a estos productos, tales como: accesorios personales, domésticos y decorativos; que debido a su liviandad, flexibilidad y sencillez, dan un toque de elegancia y distinción, que se amolda a los gustos y preferencias de los consumidores.

10.5 DESARROLLO DE FUTUROS PRODUCTOS

El plan de empresas tiene visionado agregar muestras artesanales de otros Departamentos como Guajira y Magdalena, con el propósito de dar a conocer el potencial artesanal que tenemos en la Región Caribe, y que la Tienda SucreArtes sea al centro donde se recopile toda esta inmensa gama de productos.

10.6 EL EMPAQUE

Los textiles en hilo de algodón o en materias primas naturales (hamacas, bolsos...), se deterioran por la acción de la humedad y hongo, por esta razón es importante que las mismas cuenten con un primer empaque de protección en polipropileno transparente, similar a una bolsa plástica, que permite ver el colorido, el estilo y a su vez lo protege de cualquier agente externo. Como empaque de venta directa se plantea la elaboración de los empaques de telas, hechas con la misma técnica del producto manteniendo el manejo multicolor pero con ciertas especificaciones técnicas; estas telas se pueden armar con restos de materiales que han sobrado dándole un adecuado manejo de color.

Hay que tener en cuenta que este tipo de empaque tiene un valor mayor al de un empaque que se encuentra en el mercado, por esta razón se debe hacer un mínimo de costos que inevitablemente se debe incluir en el costo fijo.

Para los sobre tapetes y alfombras en caña flecha, el sistema de empaque que no deteriore su forma ni su estructura, es enrollandolo en un cilindro de cartón craft, los cuales protegen el tapete de la humedad leve y se puede agrupar fácilmente, sin correr riesgo de que se formen quiebre sobre la superficie del material; otra opción es enrollarlas con un amarre en el centro, con una trenza de caña de flecha.

Para los cojines se elaboraran bolsas de cartón corrugado o papel craft.

Para los accesorios se diseñaran cofres y pequeñas cajas en cartón o papel craft.

Los sombreros se presentaran libremente en el establecimiento. Al momento de la venta se empacaran en bolsas plásticas.

Los empaques llevaran el logotipo, la marca y la etiqueta para que los clientes enmarquen en la mente productos ofrecidos.

10.7 MARCA, ETIQUETA Y SELLO DE IDENTIDAD

La marca del producto es SUCREARTES, que es el nombre de nuestra empresa, la cual identificaran los productos que promocionaremos y comercializaremos en el ámbito local. Como sigla tenemos:



La etiqueta de los artículos contiene el nombre de la empresa, el lugar donde se distribuye, el oficio y la labor, además se especifica la materia prima y los cuidados que se deben tener para asegurar su duración.

SUCRE ARTES SINCELEJO-SUCRE TEJEDURIA EN HILO DE ALGODÓN Y EN CAÑA FLECHA HECHA A MANO	Λ <i>Materia prima 100% natural</i> Λ <i>Lavado en seco</i> Λ <i>No exponerse directamente al sol.</i> Λ <i>Evite el uso de detergentes</i> Λ <i>Evite el contacto de la humedad</i>
PARTE ANTERIOR DE LA ETIQUETA	PARTE POSTERIOR DE LA ETIQUETA

10. 8 LOGOTIPO

Este logotipo esta inspirado en los elementos auctoconos y artesanales de nuestra región sucreña.



10.9 POLITICAS DE PRECIO

El precio se fijará teniendo en cuenta los gastos administrativos y costos de producción mas un 50% de utilidades. También se realizó un análisis detallado de los precios que maneja la competencia.

Estos son los precios de algunos de nuestros productos.

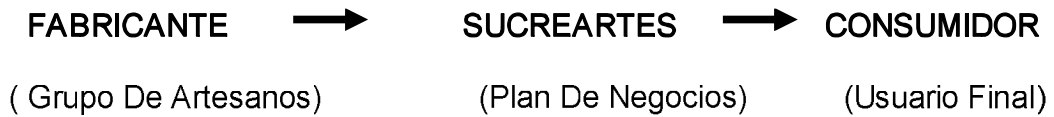
PRODUCTO	PRECIO
SOMBREROS	\$27.500 a \$120.000
BOLSOS	\$22.300 a \$ 35.000
HAMACAS	\$ 65.100 a \$ 140.000
ACCESORIOS	\$1.700 A \$ 10.000
TAPETES	\$56.000 A \$195.000

Los precios anteriores son promedios, ya que estos varían dependiendo del tamaño, el estilo, el acabado, y la presentación del producto.

10.10 POLITICAS DE DISTRIBUCION

SUCREARTES tienda estará ubicado en el Municipio de Sincelejo, como es un establecimiento comercial la distribución se hará por un canal corto, sin necesidad de utilizar muchos intermediarios, evitando que el producto sufra

alteraciones, daños u otros factores que influirán en la presentación del producto.



10.11 POLITICAS DE COMUNICACIÓN

PROMOCION

Las estrategias que utilizaremos serán las siguientes:

- Λ Poner precios a unos cuantos productos que serán líderes de perdidas para atraer a los clientes a la tienda artesanal con la esperanza de que estos compren otros artículos con precios normales (temporada).
- Λ Aplicar precios para eventos especiales como las festividades del 20 de enero, las Corralejas en Sincé y Sampues, entre otras, para que los compradores vuelvan a comprar en otras ocasiones.
- Λ Se ofrecerán descuentos por volúmenes de compras.
- Λ Se fijarán precios especiales para paquetes de productos, es decir, combinar varios artículos y ofrecer un paquete a un precio cómodo.

Λ Ofrecer descuentos al comprar decenas de cualquier producto.

Λ Otras estrategias serán: precio tachado o sea antes \$ 5.000 a hora \$ 4.000.

Λ Se incluirán un producto principal con un detalle (accesorios).

PUBLICIDAD

Las estrategias publicitarias serán: A través de los medios de comunicación como son radios de prensa y televisión local.

Λ En su etapa de introducción y en épocas especiales se usará la técnica de perifoneo por los barrios de la ciudad.

Λ Vallas publicitarias.

Λ Folletos.

Λ Información en el punto de ventas.

Λ Jingle musical que se pasará por las emisoras mas escuchadas de la ciudad.

10.12 METAS DE NUESTRO SISTEMA DE MERCADOTECNICO

- Λ **Maximizar el consumo:** con el establecimiento de nuestra tienda artesanal intentaremos incentivar la intención de compra de la población en materia de artesanías que aunque sabemos que esta intención no es dependiente podemos manipular mediante técnicas de impresión que logren incentivar la demanda.

- Λ **Maximizar la satisfacción de los clientes:** Esta meta la lograremos siendo capaces de ofrecer productos que llenen las expectativas y referencia de los habitantes de Sincelejo, es por eso que daremos significativa importancia al análisis de mercado, de manera que contemos con productos que requieran los demandantes a un precio que ellos puedan pagar.

- Λ **Maximizar opciones de compra:** esta meta girará en torno a la variedad de productos que ofreceremos.

11. DIMENSION DEL PLAN DE EMPRESA

El Municipio de Sincelejo cuenta con 266.000 habitantes distribuidos en el casco urbano 257.113 y en el sector rural 8.087, de ésta población SucreArtes Tienda contará con una demanda potencial de 119.700 habitantes, la cual esta conformada por las personas que compran artesanías; de este valor nuestra demanda objetiva que es \$ 41.895 equivale al 35% del total de la demanda, es decir la demanda insatisfecha que viaja a Morroa, Sampués y otros Municipios comprar sus productos.

Estimamos que para el primer año de funcionamiento, tendemos una participación del 8% sobre la demanda insatisfecha. Con los productos ofrecidos en Sincelejo, este porcentaje lo estipulamos teniendo en cuenta la participación de nuestros competidores en el Sector, ya que sabemos que ellos tienen tiempo en el mercado y nuestra tienda es Nueva. Igualmente entraremos a competir y no es aconsejable exceder el 10% de participación para así no despertar falsas expectativas.

11.1 CAPACIDAD INSTALADA

La capacidad del proyecto buscara satisfacer de la mejor manera posible las necesidades del mercado; para conocer la capacidad instalada de la planta se debe tener en cuenta lo siguiente:

Λ Se trabajaran 6 días a la semana.

Λ En 8 horas diarias.

Λ Se darán 15 días de vacaciones semestrales.

Λ Trabajarán dos asesores de ventas, un auxiliar de caja y un artesano.

Λ Para contingencia, capacitaciones, daños y otros imprevistos se prevé un promedio de 360 horas / años.

Capacidad Instalada = 300 días al año x 8 horas diarias = 2.400 horas.

Días Festivos y Dominicales: 70

11.2 LOCALIZACIÓN DEL PLAN DE EMPRESA

11.2.1 MACROLOCALIZACION

Nuestra idea de negocios estará ubicado en el Municipio de Sincelejo, capital del departamento de Sucre, esta situado en las ultima y bajas estribaciones de la serranía de san Jerónimo, prolongaciones de la sabana de Corozal.

Su posición geográfica en el país es de 9° 18' latitud norte y 75° 23' longitud al oeste de Greenwich, con altitud de 212m sobre el nivel del mar, temperatura media, 27°C y precipitación anual de 1050 mm.

El área municipal es de 261km² y limita con al norte con Toluviéjo, Sampués y el departamento de Córdoba y por el occidente con Palmito.

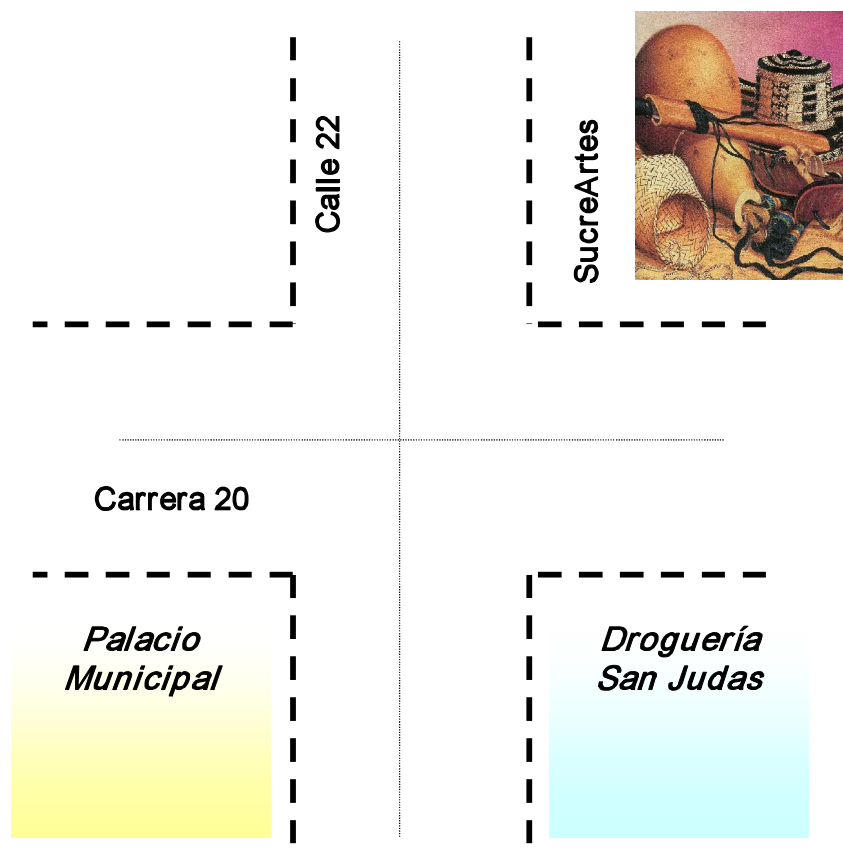
11.2.1 MICROLOCALIZACION

Para establecer la microlocalización de nuestro plan de empresa se utilizó el análisis de cuantificación por puntos, así:

FACTORES LUGARES	GOOD WILL	PROXIMIDAD AL MERCADO	VÍAS DE ACCESO	COSTO DEL ARRIENDO	FLUJO PEATONAL	SEGURIDAD	TOTAL
Antiguo Banco Ganadero (Edificio Madrid) Cra20 C-22	20	40	45	35	45	40	255
Gran Centro el Parque (Local 17 Nivel A 1 piso)	30	25	35	40	30	40	205
Antiguos Novedades Willian (Cra 20)	40	40	45	50	40	40	245
Gran Centro el Parque (Local 19 nivel E 2 piso)	25	25	35	45	25	40	200

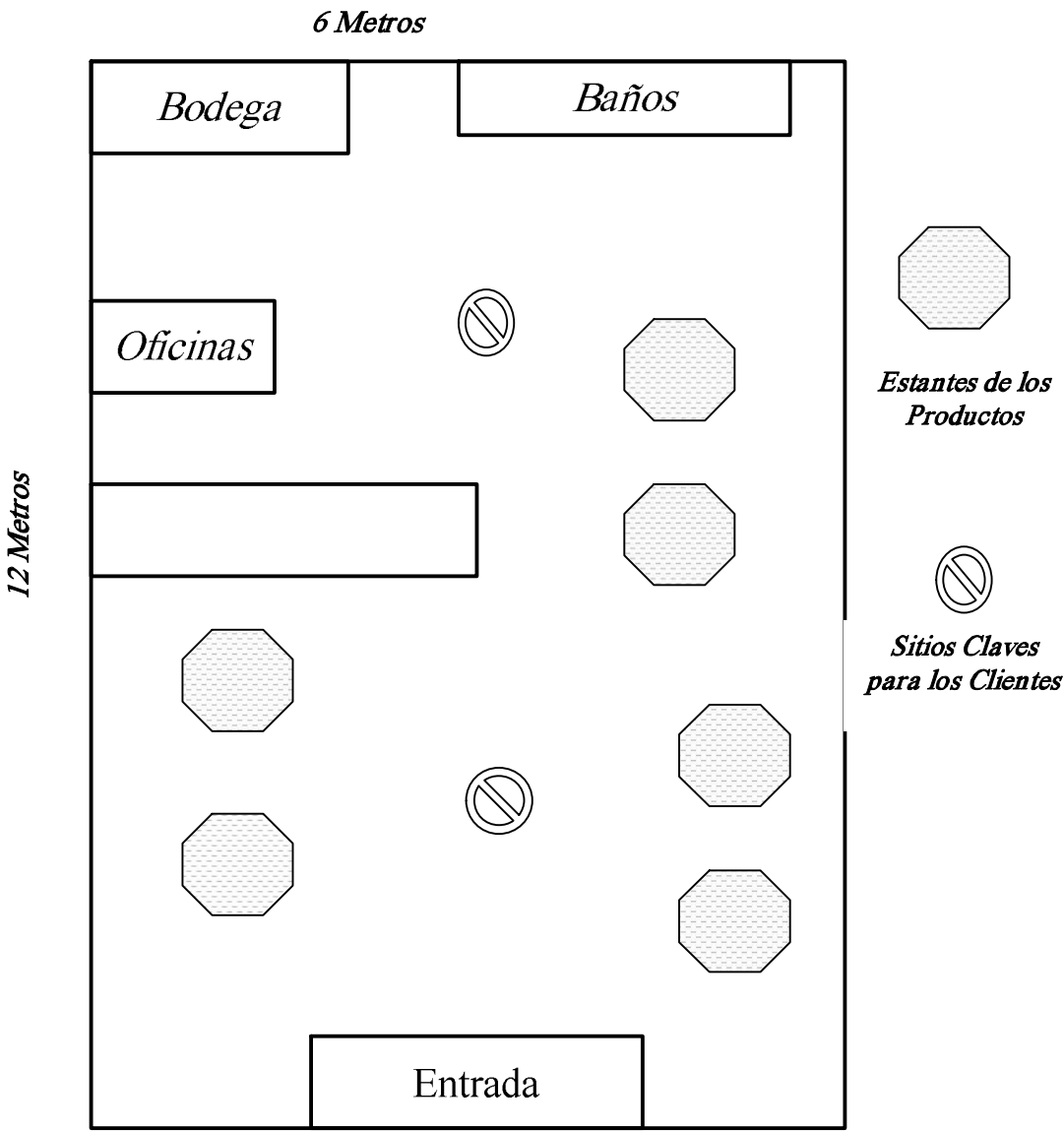
Teniendo en cuenta los resultados que arrojó el anterior análisis, optamos por ubicar el establecimiento comercial en la zona céntrica de la Ciudad, en la Cra 20 calle 22, en el antiguo Banco Ganadero, ya que esta posee características favorables como lo es el buen nombre, vías de acceso, flujo peatonal, proximidad al mercado, seguridad y el precio del arriendo es razonable.

11.2.3 DISEÑO DE LA UBICACIÓN DEL PLAN DE EMPRESA SUCREARTES



11.2.4 DISEÑO DE LA DISTRIBUCION DE LA PLANTA FISICA

Se arrendará un local de 12m de largo y 6m de ancho, con subdivisiones, baño interno y bodega, así mismo contaremos con capacidad eléctrica y servicio disponible de luz, agua y teléfono.



12. RECURSOS FISICOS: MAQUINARIAS-EQUIPOS Y MUEBLES

CANTIDAD	PRODUCTO	DESCRIPCION
1	Aire acondicionado	Aire acondicionado L.G, de 15.000 BTU
1	Caja registradora	Caja registradora Royal, referencia 9170, 40 departamentos 1600 PLU
1	Computadora	Computadora AMO ATHLON 2000, mas procesador 1667 MHZ- Disco duro de 406 B maxtor, memoria DDR 256 MB Monitor AOC 15" , Unidad de CD Room 52X, Mouse PS2, Teclado PS2 Multimedia, Parlante Multimedia Zoow – Impresora Lexmark Z 60s VSB
1	Kit	Pad Mouse, Forros color Gris, Filtro
1	Regulador de Voltaje	1000 Micro
1	Mesa de Computador	De madera en tintilla
1	Escritorio	Escritorio Mecnógrafo Sinca 2000 Color tintilla
1	Silla Giratoria	Silla Giratoria Secretaria Mecánica
2	Sillas de Madera	Sillas de Madera tapizada en color tintilla
1	Teléfono	Teléfono Caller Phone EV-T31 241 D Color Plateado
1	Vitrina	Vitrina Mostrador – Burbuja 100 x 115 con Rueda
1	Exhibidor de Sombreros	Exhibidor de sombrero, hecho en madera, color tintilla
6	Estantes	Estantes con 6 divisiones 200 x 90 x 30 Color Gris

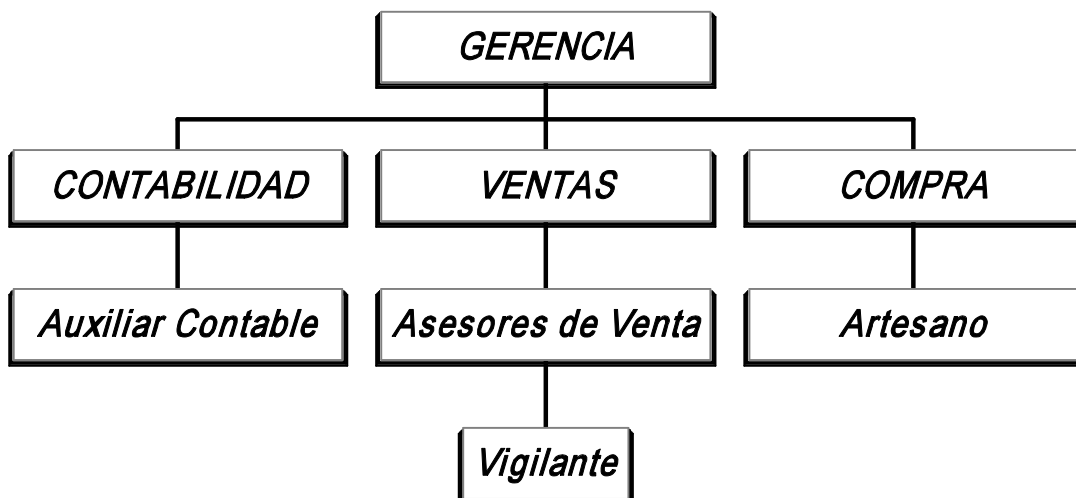
13. RECURSOS HUMANOS

Nuestro plan de negocios es una Microempresa que contará con el siguiente personal de trabajo:

- 1 Gerente (Socios).
- 1 Auxiliar de Caja
- 1 Artesano
- 2 Asesores de Venta.
- Servicios Generales

Este personal firmará contrato a termino indefinido, para el calculo salarial se toma como base el análisis y descripción de cargos.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



CARGO: Gerente

FUNCIONES:

- Λ Velar por el cumplimiento de los objetivos, metas, políticas y estrategias de negocios.
- Λ Planear, organizar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades del negocio.
- Λ Asignar los precios de los diferentes productos que comercializaremos.
- Λ Autorizar los pedidos y pagos a los proveedores.
- Λ Diligenciar y evaluar los estados financieros del negocio, atendiendo los requerimientos de la empresa.
- Λ Tomar decisiones pertinentes en el ámbito empresarial y delegar funciones cuando estén sean necesarias.
- Λ Formar y motivar al personal.
- Λ Evaluar el desempeño de cada uno de los colaboradores.

PERFIL

- Λ Deberá contar con estudios universitarios preferiblemente en el área de Administración de Empresas, con conocimientos de mercadeo. Debe tener iniciativa propia con visión estratégica con adaptabilidad a los cambios del entorno y astucia para manejar el recurso humano.

En nuestro plan de empresas los gerentes seremos los socios quienes no tendremos sueldo definido ya que éste dependerá de las utilidades totales que se repartirán de acuerdo al aporte de cada socio.

CARGO: Auxiliar de Caja

FUNCIONES

- Λ Recopilar y archivar la información de Proveedores y Clientes.
- Λ Estará encargado de la Caja Registradora.
- Λ Elaborar los respectivos informes cuando se lo requieran.
- Λ Atenderá llamadas y contactará proveedores cuando sea necesario.

PERFIL

- Λ Mujer de 23 a 30 años de edad, que posea estudios técnicos en Secretariado y Conocimientos contables y sistemas informáticos, con una experiencia mínima de un año, una buena presentación personal y actitud del Servicio al Cliente.

CARGO: Artesano

FUNCIONES

- Λ Etiquetar y empacar los productos.
- Λ Inspeccionar los productos reportando los defectuosos.
- Λ Llevar informes de inventario existente en Bodega especificando entrada y salida de productos.
- Λ Verificar que los conceptos que aparecen en las facturas coincidan con la
- Λ Cantidad física que llega a la Bodega del Almacén.

PERFIL:

- Λ Hombre entre 22 y 30 años con amplios conocimientos de producción y comercialización de artesanías, eficaz y con vocación al servicio integral.

CARGO: Asesores de Ventas**FUNCIONES:**

- Λ Atender a las personas que visitan nuestro establecimiento de Comercio.
- Λ Informar al cliente las diferentes bondades y características del producto.
- Λ Llevar a cabo el proceso de venta.
- Λ Velar por el buen estado de la mercancía en el almacén.

PERFIL

- Λ Hombre o mujer de 22 a 28 años, con estudios secundarios y experiencia en ventas, buena presentación personal, activa, creativa, entusiasta, responsable y con ganas de trabajar.

CARGO: Servicios Generales

FUNCIONES:

- Λ Mantener la higiene y buena presentación del local.
- Λ Prestar servicio de atención a los miembros de la empresa.
- Λ Servir en las actividades de mensajería en el momento en que sea necesaria.

PERFIL

- Λ Mujer entre 25 y 30 años con experiencia en labores domesticas y buena recomendación.

Cabe resaltar que los servicios contratados para este cargo serán de medio tiempo

13.1 SERVICIOS EXTERNOS

La empresa contratará los servicios de un Contador que tendrá las siguientes funciones:

1. Verificar y controlar las operaciones contables del negocio.
2. Atender los requerimientos de la DIAN.
3. Elaborar la declaración de renta de la empresa y firmarla.
4. Hacer una revisión minuciosa de los libros de contabilidad.
5. Elaborar los estados financieros del negocio y realizar un informe.
6. Imprimir los libros de contabilidad.
7. Actualizar las políticas tributarias y fiscales.

De igual forma se contará con los servicios de un Abogado que asesoré en los aspectos jurídicos y legales que la empresa requiera.

14. NATURALEZA LEGAL Y RAZON SOCIAL DEL PLAN DE EMPRESAS

14.1 RAZON SOCIAL: SucreArtes Ltda.

Se utilizó la denominación de Sociedad Limitada, por la facilidad que presenta para su constitución, de ésta forma se desarrollará la actividad de promoción y comercialización del marco legal.

Se deberán presentar los siguientes documentos:

1. Elaborar un acta firmada por los socios donde se especifique la responsabilidad, el aporte y el objeto social de la empresa.
2. Elevarse a escritura pública.
3. Registrar la escritura pública en la Cámara de Comercio, obteniendo el NIT o numero de la empresa.
4. Se tramita en la Cámara de Comercio la autorización para expedir facturas.
5. Una vez se constituye la empresa y se pone en marcha, se deben registrar los libros de contabilidad en la cámara de comercio.
6. Presentar declaración del I.V.A Semestralmente

7. Efectuar la retención de la Fuente en los pagos.
8. Presentar Declaración de Ventas trimestral.
9. Retención de la fuente mensual y declaración de renta anual.

La empresa estará conformada por dos socios que aportaran un capital de \$12.900.000, distribuidos en arriendo. maquinaria, enseres, publicidad y los dos primeros meses de la nomina del personal y la primera compra de mercancía distribuidos así:

<i>ANA CARO TORRES</i>	<i>\$ 6'4500.00.00</i>
<i>RAFAEL PAYARES MIRANDA</i>	<i>\$ 6'4500.00.00</i>

14.2 OBJETO SOCIAL

El objeto social del plan de empresas es la promoción y comercialización de artesanías.

Para poner en marcha el proyecto se contará con una inversión inicial que será asumida como recursos propios.

La empresa celebrará contratos con proveedores para la adquisición de productos que estarán condicionados por las políticas internas del negocio.

14.2.1 POLITICAS INTERNAS DEL NEGOCIO

ASPECTOS:

Λ Políticas de Compra (Garantías, Devoluciones).

Λ Políticas de Venta (Descuentos, Precios)

Λ Políticas de Inventario.

Políticas de Compra:

Λ Las compras serán efectuadas en forma directa a los distintos proveedores y no se utilizarán intermediarios.

Λ Se podrá acreditar el 50% del valor total de los pedidos.

Λ El pago a proveedores se hará de acuerdo a las políticas de recaudo que ellos manejen, se escogerá la que más le convenga a nuestra empresa. Estos pagos se harán en efectivo.

Λ La mercancía que salga defectuosa deberá ser cambiada por el proveedor.

Λ El proveedor deberá garantizar la calidad de la mercancía.

Políticas de Venta

Λ El pago de la venta será en efectivo o en cheque si el pedido lo amerita.

Λ Por ventas mayores a \$ 100.000 se harán descuentos del 10%.

Λ Para cada venta debe emitirse un soporte contable.

Λ Cuando la rotación de un producto es baja, se disminuirá el precio inicial y se someterá a promociones.

Políticas de Inventario

Λ Al interior de la empresa se estarán haciendo controles sobre la existencia de los productos. Para iniciar sus actividades SucreArtes contará con un inventario inicial de 523 productos distribuidos en Hamacas, Sombreros, Bolsos, Accesorios, Tapetes, Sobretapetes,

Adornos, Instrumentos Musicales Folclóricos, Cojines, Canastos y demás productos regionales.

Λ Los productos artesanales estarán ubicados de acuerdo a las características comunes (secciones).

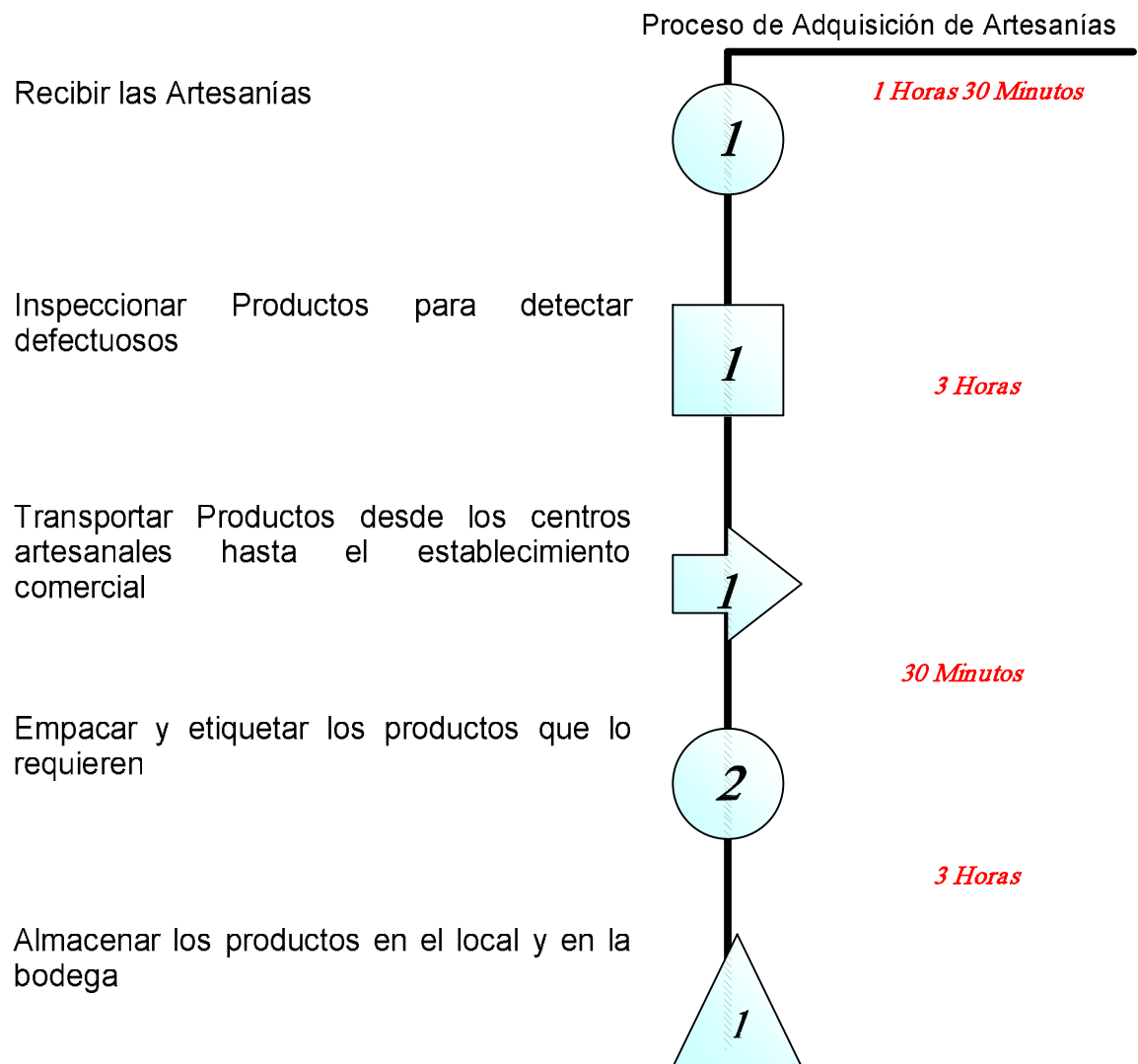
Λ El inventario será reabastecido de acuerdo a la rotación de productos.

NOTA: Se evaluara y se hará seguimiento al cumplimiento de éstas políticas. De igual forma se evaluará a cada proveedor para ser las respectivas negociaciones.

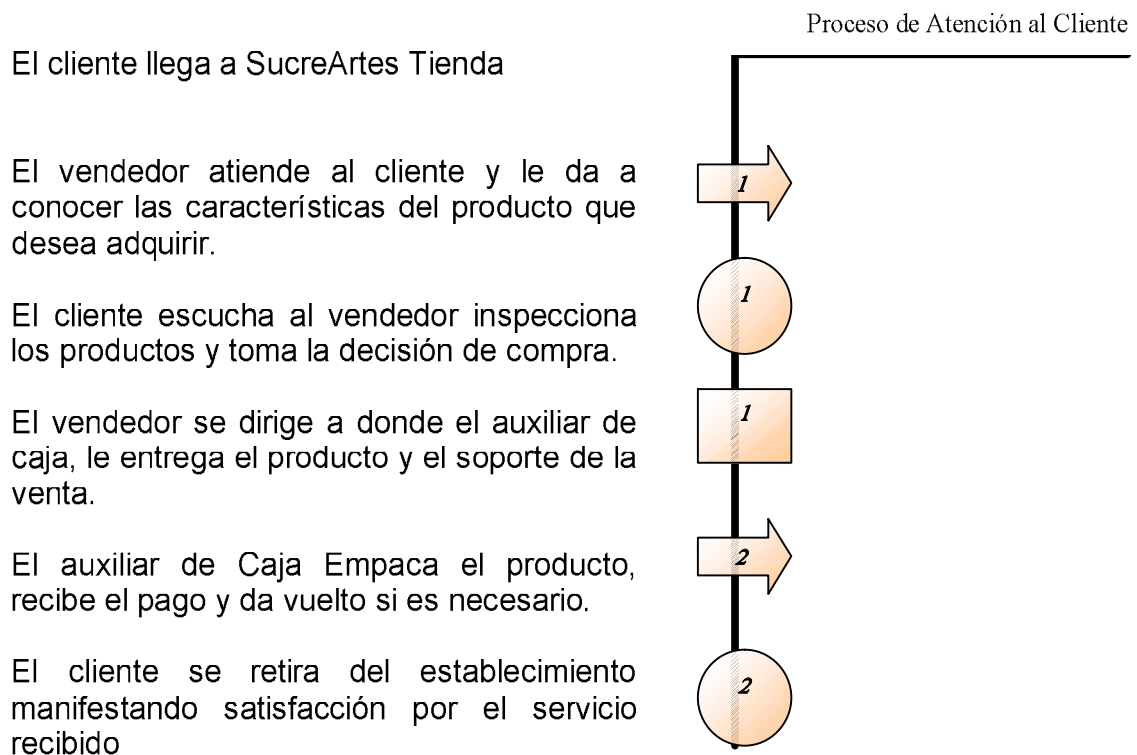
15. DESCRIPCION DEL FLUJO DE OPERACIÓN

1. Adquirir los Productos en algunos centros artesanales del Departamento de Sucre (Sampués, Corozal, Morroa y Colosó) para lo cual se negociará con proveedores que tengan alta capacidad de producción, calidad y precios cómodos.
2. Inspeccionar cuidadosamente los productos artesanales para detectar unidades defectuosas, ésta función la desempeñara nuestro artesano especializado.
3. Transportar los productos artesanales desde Morroa, Sampués, Colosó y Corozal hasta el establecimiento Comercial
4. Se empacarán y etiquetarán los productos.
5. Se ubicaran las artesanías en el local, allí permanecerán hasta el momento de la venta, el resto de inventario se almacenará en la bodega.

DIAGRAMA DE PROCESO DE FLUJO



FLUJOGRAMA DE OPERACIONES



15.1 ESTRATEGIAS DE OPERACIÓN

1. Adecuación del establecimiento para poder brindar un buen servicio.
2. Selección y información de la fuerza de venta para el desempeño eficaz de sus labores .
3. Implementación de una campaña publicitaria que promociones las artesanías y al departamento de Sucre como potencial artesanal de la

Región Caribe. Esta publicidad será intensiva, persuasiva y con fundamentos de Mercadeo.

4. Control y evaluación de las actividades de venta.

16. ESTUDIO FINANCIERO

16.1 OBJETIVO GENERAL

A través del estudio financiero se pretende establecer el monto de los recursos económicos necesarios los gastos preoperativos y marcha del plan de negocios. Además, determinará cual será el costo de operación, gastos de administración y así como otros indicadores que servirán de base para evaluar el plan desde el punto de vista financiero.

Este estudio se proyectará a cinco años, teniendo en cuenta el incremento del índice de la inflación y del sector económico donde se desenvolverá el plan de negocio.

16.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ❖ Determinar la inversión fija, la inversión diferida y el capital de trabajo
- ❖ Establecer e indicar los costos totales de producción.

- ❖ Determinar si es factible poner en marcha el plan de negocio desde el punto de vista financiero.

16.3 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO FINANCIERO

El plan de negocio de la creación de una tienda artesanal en el Municipio de Sincelejo es financieramente factible, ya que al hacer todos los cálculos pertinentes para hallar la TIR (tasa interna de retorno) y el VPN (valor presente neto), esta nos arroja 54.86% y 15.448.651 respectivamente.

Infiriendo entonces que la TIR es mayor que el costo de oportunidad (30%) y el VPN mayor que cero, lo que indica la factibilidad financiera del plan de negocio.

17. ANALISIS SOCIAL

el aspecto social es de gran importancia en la elaboración de un plan de empresas ya que influye considerablemente en la parte ambiental y de recurso humano.

Uno de los objetivos de SucreArtes está relacionado con el aumento de la participación del sector artesanal del departamento de Sucre, dentro de la participación de la economía nacional, generando mas fuentes de empleo que conlleven al mejoramiento de la calidad de vida de las personas que viven del oficio artesanal y de todos los que de cualquier forma estén vinculados al desarrollo de nuestra empresa.

Nuestra plan de empresas tiene un alto contenido social porque está orientado a satisfacer los gustos, preferencias y expectativas de los clientes, ya que de ellos depende el éxito empresarial, así mismo, quienes hacen parte de ella, a través del esfuerzo físico y mental, se convierten en unos pilares de desarrollo de la región sabanera .

Dentro de cinco años, la empresa tiene visionado ofrecer cursos de capacitación sin costo alguno para las personas que estén interesadas en el arte de fabricar artesanías, ofreciéndoles los materiales y elementos

necesarios, pero a la vez tomar esos productos para comercializarlos en la Tienda Artesanal.

Por otro lado, es fundamental resaltar que el impacto ambiental es mínimo por ser una empresa dedicada exclusivamente a la promoción y comercialización, no genera ningún tipo de contaminación.

BIBLIOGRAFIA

VACA, Urbina Gabriel. Evaluación de Proyectos. 4ta Edición. Editorial Mc Graw Hill.

SAPAG, Chain Nassir, SAPAG Reinaldo. Preparación y Evaluación de Proyectos. 3ra Edición. Mc Graw Hill. Santafe de Bogotá. 1998.

HERNANDEZ, Sampiere Roberto, FERNANDEZ Collado Carlos. BOPTISTA Lucio Pilar. Metodología de la Investigación. 2da Edición. Mc Graw Hill . Mexico. 1999.

OLLE MONSERRAT, Sepulveda Pedro. El Plan de Empresas. Como planificar la creación de una empresa. Bloxarev. Editores Alfa Omega. Barcelona, España 1997.

Investigación de Mercado Kinnear/Taylor. Quinta Edición. Editorial Mc Graw Hill.

Código del Comercio. República de Colombia.

Normas Icontec. 5ta Actualización

Paginas Web:

- <http://www.artesantiasdecolombia.com>
- <http://www.proexpat.gov.co>
- <http://www.mincomex.gov.co>
- <http://www.asoarteco.com>