PLAN DE NEGOCIO

NOMBRE DEL EMPRENDEDOR(A)	JOSE JIMMY BALLESTEROS MORENO
NOMBRE DEL PROYECTO	MARRACHINES TOLIMA
SECTOR ECONÓMICO	Sección C Industrias manufactureras
ACTIVIDAD ECONÓMICA	ARTESANIAS

1- ¿QUIEN ES EL EMPRENDEDOR?

e platano, las piedras y materiales de reciclaje ayudando el medio ambiente mediante la economia circular. De acuerdo a la epoca del año fabrica piezas alusvas a la epoca. Los MARF

2- ¿CUÁL ES EL PROBLEMA O NECESIDAD?

PROBLEMA: Existe un gran reto de no dejar que la moderidad aleje la cultura ancestral de la comunidad. Lacreatividad y lainnovacion con aspectos innovadores son un puente interes

3- ¿QUIEN ES EL PROTAGONISTA?

Segmentos de Mercado: 1. Ferias artesanales en las diferentes epocas del año, para vender al consumidor final. 2. Punto de venta en zona turistica que oferte los productos alterna

Perfil Sociodemográfico: Para personas, localizados en la ciudad de Ibagué, quienes gustan de productos elaborados por mano con perfil artesanal.

Perfil Psicográfico: Habitantes maduros en edad de adquisición primando los gustos por el medio ambiente y fabricacion artesanal, la estetica en el momento de combinar y decorar.

4- ¿CUAL ES LA SOLUCIÓN Y LA PROPUESTA DE VALOR?

Propuesta de valor: Producción de MARRACHINES, Alcancia Artesanal, Marrano de barro, ceramca o yeso pintado y decorado a mano con simbolos folcloricos de Tolima haciedno alu

5- COMPETENCIA

Aspectos	Plazoleta de artesanos	almacen central calle 15	Plaza de mercado
Localización (Ubicación geográfica)	IBAGUE.	IBAGUE.	IBAGUE.
Productos y servicios (Atributos)	diversidad de ceramicas al natural y decoradas	Marranos alcancia sin decorar	ceramicas varias
Precios de venta	12000	15000	20000
Logística de distribución (Medios de envío, despacho, embalaje, otros)	Casetas abierta al publico de manera permanente.	Sala de ventas	Producción por pedido y entrega a domicilio.
Ventajas y desventajas Defina al menos 3 de cada una.	mas de 10 años de experiencia. Confiablidad en el producto. Cumplimiento. Desventajas:	Respado directo del centro comercial . Calidad en diseños. Precios altos	Negocio nuevo. Empresa de la Región. Precios favorables

6- CANALES

Estrategia de promoción	**Canal a utilizar**	**Actividades a realizar**	**Costo**
Portafolios - Flayer	instagram	Promocionar la empresa	100000
0	facebook	Promocionar la empresa	100000
Estrategia de comunicación	**Canal a utilizar**	**Actividades a realizar**	**Costo**
Eventos en temas empresariales y artesanales	Comunicacion directa	Foros comerio artesanal	0
0	0	0	0
Estrategia de distribución	**Canal a utilizar**	**Actividades a realizar**	**Costo**
Participación en ferias artesanales de los pueblos	medios de	Conocer cronogama de ferias.	0
0	0	0	0

Estrategia de precio	Canal a utilizar	Actividades a realizar	Costo
costeo eficiente - analisis competitivo	Comunicación interna	Cotizaciones especiales	0
0	0	0	0

8- OPORTUNIDAD COMERCIAL

Tendencias a nivel mundial - Internacional
La tendencia de la moda sostenible, la cual inicia finalizando la decada del 80 e iniciando en la decada del 90, se ha, dado los primeros indicios de la degradacion del medioambiente

Tendencias a nivel país o Latinoamérica
Cifras a nivel país o Latinoamérica: En Colombia en el año 2012 se crea la oficina de negocios verdes y sostenibles, los cuales buscan ayudar a las personas a emprender un negocio

Tendencias a nivel local (Ciudad, Municipio, Región)
Cifras a nivel local: La moda sostenible, es la manera de pensar y hacer la moda desde la conciencia ambiental y social, en todas las etapas de la cadena valor. Se propone un camb

9- VALIDACIÓN

1. Qué herramientas empleaste para realizar la validación de tu producto o servicio? (Encuesta, Focus Group, Tarjeta Persona) Explica
La herramienta utilizda para el presente proyecto fue Lean canvas

2. Cuántas veces utilizaste la herramienta? Explica
Por ser un proyecto que inicia se aplico Una sola vez

3. Describe los resultados de validación evidenciados con las herramientas utilizadas (cualitativos y cuantitativos)
Se identificarón cuales son los actores principales en el negocio, como fuerón, Alcaldias para tener en cuenta sus ferias comerciales. Los turitas que visitan la zona del cañon del Comb

4. Menciona las oportunidades de mejora del producto o servicio evidenciadas con las herramientas de validación utilizadas.
La propuesta valor, fabricar articulos y accesorio de tipo artesanal amigable con el medio ambiente MARRACHN, alcancia de barro pintada a mano.

5. Menciona el precio de venta estimado de cada uno de tus productos o servicios
MARRACHIN GRANDE: $35.000. Mediano 25.000 pequeño, $18.000

6. Cuál es el avance técnico, comercial y legal a la fecha, de tu modelo de negocio
El emprendedor despues de varios años en el negocio se formaliza y constituye su empresa en la camara de comercio. Fortalece su componente comercial.

10- LAS CIFRAS

INVERSIONES FIJAS

Categoría (Elige de la lista desplegable)	Elemento (Especificar el elemento)	Valor unitario	Cantidad	Valor Total	Aportado por (Colocar Fondo Emprender cuando sea el caso)
Muebles y Enseres	mesas de trabajo	$ 300.000	2	$ 600.000	0
Muebles y Enseres	Estantes	$ 140.000	3	$ 420.000	0
0	0	$ 0	0	$ 0	0
0	0	$ 0	0	$ 0	0
0	0	$ 0	0	$ 0	0
0	0	$ 0	0	$ 0	0
0	0	$ 0	0	$ 0	0
0	0	$ 0	0	$ 0	0

0	0	$ 0	0	$ 0	0
				$ 1.020.000	

INVERSIONES DIFERIDAS

Categoría (Elige de la lista desplegable)	Elemento (Especificar el elemento)	Valor unitario	Cantidad	Valor Total	Aportado por (Colocar Fondo Emprender cuando sea el caso)
Matrícula Mercantil	Renovacion	$ 150.000	1	$ 150.000	0
Nómina Empleados	0	$ 0	0	$ 0	0
Publicidad y Mercadeo	Redes publicidad mano	$ 100.000	12	$ 1.200.000	0
0	0	$ 0	0	$ 0	0
0	0	$ 0	0	$ 0	0
0	0	$ 0	0	$ 0	0
0	0	$ 0	0	$ 0	0
				$ 1.350.000	

VALOR TOTAL PROYECTO	**$ 2.370.000**

TIR
26%

11- EQUIPO DE TRABAJO

Cargo 1:	Empleado 1
Cargo 2:	0
Cargo 3:	0
Cargo 4:	Empleado 4

12- NORMATIVIDAD

Norma. Permiso, Licencia o Resolución a cumplir	Descripción del trámite a realizar	Costo	Tiempo requerido
Registro camara y comercio	**Registrar la empresapara su funcionamiento y legalidad comercial.**	**$ 150.000**	1 mes
Licencia de bomberos	**Gestionar dicho permiso ante el mismo cuerpor de bombreros**	**$ -**	3 meses
0	**0**	**$ -**	0
0	**0**	**$ -**	0
0	**0**	**$ -**	0

13- PROCESO DE PRODUCCIÓN O PRESTACIÓN DEL SERVICIO

Actividad del proceso	Tiempo estimado de realización (minutos/horas)	Cargos que participan en la actividad	Número de personas a cargo	Equipos y Máquinas que se utilizan
Selección diseños a fabricar	**3 horas**	**Tecnico**	**1**	**Listado**
Selección material a utilizar	**1 hora**	**Tecnico**	**1**	**0**
Lijado y preparado	**1 dia**	**Tecnico**	**1**	**0**
Control calidad	**2 hora**	**Tecnico**	**1**	**0**
Etiquetado y empaque	**2 horas**	**tecnico**	**1**	**0**

14- CAPACIDAD INSTALADA

Producto 1	ALCANCIAS MARRACHINES 45X50	**Duración del proceso de producción y/o prestación del servicio**	6 DIAS	**Unidades producidas o servicios prestados en esa duración**	130	**Unidad de medida**	unidades

15- RIESGOS

VARIABLE	RIESGO	PLAN DE MITIGACIÓN
Técnico	CortosElectricos	Mantenimiento de redes electricas.
Comercial	Cancelacion de ferias	Diversificar mercados
Talento humano	N/A	N/A
Normativo	licencias de contrucción	No escatImar en lo referente a las normas sismoresistente.
Medio Ambiente	Mal manejo de residuos	Asesoria de menejo de resIduos para el sector

Financiero	Iliquidez para pagos	Gestionar recursos de liquidez para no desfinanciar las salidas
Otro, cual?	o	o

sante en este proposito.

tivos artesanales.

sion al Matachin, sus co

por el mal u

perso siend

io de paradi

peima.