SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
CENTRO AGROEMPRESARIAL Y ACUÍCOLA
REGIONAL GUAJIRA
PROGRAMA DE VÍCTIMAS
PLAN DE NEGOCIOS

EMPRENDIMIENTO DE UNIDADES PRODUCTIVAS:

APRENDICES: Alis Solis, Reinaldo Montero, Adita Vega Carmen Nieves, Zeira Armenta Mitchell Montero

INSTRUCTOR: FRANCISCO JAVIER NUÑEZ ARREGOCES

NOMBRE DE LA IDEA DE NEGOCIO ARTESANIAS de SHELUIMKE

RAZÓN SOCIAL: ARTESANIAS

NOMBRE COMERCIAL: ARTESANIAS de SHELUIMKE

1. PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

VISIÓN:
en el año 2024 Nos veremos en las grandes exposiciones de las artesanías colombianas

MISIÓN: en el 2025 nos proyectamos como empresa lider en la prestación de artesanias wuua en San Juan la guajira

OBJETIVO GENERAL: fortalecer mi emprendimiento artesanal para mejor la atención a los clientes brindando un servicio personalizado que responda a las necesidades de la comunidad artesanal

OBJETIVOS ESPECÍFICOS: Social genera un empleo directo y dos indirecto para atender oportunamente

BREVE DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO los servicios del cuidado artesanal se encaminan a brindar una buena atencion personalizada en tejido tintineados y hilado

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

ANÁLISIS DEL ENTORNO EMPRESARIAL, evaluar que instituciones o empresas trabajan en el mismo sector, analizar con cuales de estas instituciones se puede realizar alianzas estratégicas, convenios u otras acciones que le(s) favorezcan

en colombia la Asociacion nacional de empresarios de colombia (ANDI,) maxima agremiación de grandes empresarios en el pais

310 544 38 08 AL.2 Sol..

ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL

CONCEPTO	No.
Número de personas en la zona donde piensan vender su producto o servicio	39.000
Número de personas que compran el producto o servicio en la zona	3.700
Establecer la cantidad que compran por periodos	200
Establecer la cantidad de productos o servicios a ofrecer	300

SEGMENTO DE MERCADO: SEGMENTO DE MERCADO: Público objetivo

Geográficamente: Municipio de San Juan
Demográficamente: Damas y caballeros y niños
Personales:
Psicológicos: mejorar su apariencia.

sus motivaciones van ligada a sentirse bien presentados, mejor

VENTAJA COMPETITIVA: En Nuestro centro de Artesanía los clientes disfrutaran de los equipados y los mismo de staff de que le permita salirse la rutina y el estrés para ellos ofrecemos Nuestro producto Artesanal

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

EMPRESAS	NIVEL DE ACEPTACIÓN			TIPO DE CLIENTE QUE ATIENDE	¿Por qué RAZÓN LA ELIGEN?	¿DÓNDE COMERCIALIZAN EL PRODUCTO?	¿A QUE PRECIO LO VENDEN?
	ALTA	REGULAR	POCA				
Carmen Grueso	X			Turista	por los Acabados	En el Local	de 70000
Miluis Alvarez							
Artesanías de							

ESTRATEGIA DE MERCADO

ESTRATEGIA DE PRODUCTO O SERVICIO: Enumerar de una manera concreta, todo lo que el cliente obtendrá al comprar los productos o servicios (ventajas, beneficios, servicios post-venta, garantías, etc.). Resaltar las ventajas y beneficios diferenciales con referencia a los productos de las empresas o negocios de la competencia.

Ventajas: contribuyen con el medio Ambiente, bajo costo
beneficio: Alta resistencia,
garantía: es producto natural,

ESTRATEGIA DE PRECIO: ¿Cuál será el precio del producto?; ¿Cómo se ha determinado el precio?

Descontado 60.000 | Cuotas 1 35.000 | Cuotas 2 35.000 | Cuotas 1 30.000 | Cuotas 2 30.000 | Cuotas 3. 30.000

ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN: Enumerar de una manera concreta, los aspectos a considerar en relación a los mecanismos de venta (venta directa, con distribuidores, etc.)

A Domicilio, Contra entrega,

ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN: ¿Qué se hará para promocionar el negocio? ¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?

Publicidad Radial, calendarios, Pendones,
↓ 100.000 | ↓ 50.000 | ↓ 150.000

3. ESTUDIO TÉCNICO DE LA PRODUCCIÓN

Describa las características de la localización del negocio.

Alis solis castro sanjoan guajira.3105443802

Realizar un bosquejo de la distribución del local

Area de trabajo	Almacen	+ tejido
Punto de Ventas		

Especificaciones técnicas y el diseño del producto

colores elaborado natural de madera-
mochila se elabora con 250 gramo de fique
se decora con el mismo fique

Diseñar el diagrama de operaciones en proceso de la elaboración de su producto o servicio.

Prosesar el fique. finturar el fique con colores naturales y hilar | la base. elaborando se termina se hace la gasa-decoraciones.

SIMBOLO	REPRESENTACION
○	Operación
□	Inspección
⇨	Almacenamiento Temporal
D	Tarea Combinada (Operación e Inspección)
▽	Almacenamiento definitivo

Hacer un listado de las máquinas, equipos y herramientas que se necesitan para elaborar el producto o brindar el servicio que se ha definido.

MAQUINARIA	CANTIDAD	EQUIPOS Y HERRAMIENTAS	CANTIDAD
tabla. y macana	1	carrumba.	2
		agujas.	2

Realizar el cálculo de materiales y/o materias primas que usarán en el proceso productivo.

MATERIAS PRIMAS / INSUMOS	CANTIDAD REQUERIDA	UNIDADES A PRODUCIR	NECESIDAD DE MATERIALES
			Fique
			lana.

Hacer un listado de los posibles proveedores que proporcionaran los insumos necesarios para la elaboración del producto o servicio.

Casa. indigena.	
Juan. montero.	

4. ESTUDIO ECONÓMICO

Determinar la proyección de **ventas en unidades**

No.	PRODUCTO	PRECIO	PERIODOS				TOTAL
			1	2	3	4	
1	mochila	60000					
2	chinchorro	300.000					
3							

Elaborar el **Plan de Inversión**

RUBRO	VALOR UNIDAD	UNIDADES REQUERIDAS	INVERSIÓN TOTAL
1. ACTIVOS FIJOS			
TERRENOS Y/O LOCAL			
MAQUINARIAS Y EQUIPOS tabla y macana	300.000	2	300.000
HERRAMIENTAS carrum hay aggas	55000	3	
MUEBLES Y ENSERES mesas - victrin	3.000000	4	
escritorios sillas			
TOTAL ACTIVOS FIJOS			
2. GASTOS PRE-OPERATIVOS	3500000	1	
TOTAL GASTOS PRE-OPERATIVOS			
3. CAPITAL DE TRABAJO	3.000.000		
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			
TOTAL			7855000

Determinación de la **Estructura de costos**

RUBRO	VALOR UNIDAD	UNIDADES REQUERIDAS	COSTO TOTAL
1. COSTOS DIRECTOS			
MATERIALES	12.000	100	1200000
MANO DE OBRA	30.000		900000
GASTOS DE FABRICACIÓN	100.000		100.000
TOTAL COSTOS DIRECTOS			
2. COSTOS INDIRECTOS			2.200.000
GASTOS ADMINISTRATIVOS	30.000		400.000
SERVICIOS PÚBLICOS			200 000
ARRIENDO			200.000
GASTOS DE VENTAS			900 000
TOTAL COSTOS INDIRECTOS			1600.000
TOTAL			3,800.000

Determinar el **COSTO TOTAL UNITARIO = CFU + CVU**

$$CFU = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Numero Total de Unidades producidas durante el ciclo de vida del proyecto}}$$

Calcular el **precio de venta unitario = CTU + GANANCIA**

Contribución marginal = Precio de venta – Costos variable unitario

$$CVU = \frac{\text{Costo Variable total}}{\text{Numero de unidades producidas en un periodo de tiempo (dias, semanas, meses, etc)}}$$

Punto de equilibrio = COSTO FIJO TOTAL/ Margen de contribución = Cantidades

Alis solis
Randy montaño
Edito. Vega Montaño
Carmen d Nieves
Rosa Armenta
Miladis Montero

Carmen Guevara

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
CENTRO AGROEMPRESARIAL Y ACUÍCOLA
REGIONAL GUAJIRA
PROGRAMA DE VÍCTIMAS
PLAN DE NEGOCIOS

EMPRENDIMIENTO DE UNIDADES PRODUCTIVAS:
APRENDICES: Segunda A. Montaño - Carmen Maestre, Adalyz Mojica Rosa maria Lopereira Inés Montaño, Luz marina montaño Ana Elvia Solarmayor G
INSTRUCTOR: FRANCISCO JAVIER NUÑEZ ARREGOCES
NOMBRE DE LA IDEA DE NEGOCIO
RAZÓN SOCIAL:
NOMBRE COMERCIAL:
1. PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO
VISIÓN: En el 2025 proyectamos nuestras empresas de mochilas WUWI como lider en la presentacion de servios de mochilas personalizados de alta calidad para damas, hombres, niños, niñas de la comudad de San Juan del cesar de la Guajira
MISIÓN: fortalecer mis artesanias personalizadad de alta glamu que responda alas nesecidades de san juan del Cesar.
OBJETIVO GENERAL: fortacer mis artesanias enfique mejoras, la atencion a los quientes brindando un ecelentes servios que corespondad a las comunidad de San Juan del cesar
OBJETIVOS ESPECÍFICOS: Social: generar un empleo directo y 2 indirectos para atender oportunamente nuestras artesanas Economico: Incrementar un 10% la demanda de nuestro productos ambiental: fomentar nuestras artesanias y culturas
BREVE DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO nuestro negocio consiste en la elaboración de mochilas, bolsas. personalisados en fique, lana, lana de ovejo, nailo, hilo,
2. ANÁLISIS DEL MERCADO
ANÁLISIS DEL ENTORNO EMPRESARIAL, evaluar que instituciones o empresas trabajan en el mismo sector, analizar con cuales de estas instituciones se puede realizar alianzas estratégicas, convenios u otras acciones que le(s) favorezcan
Evaluar o investigar que ibtitucios o empresas trabajan en el mismo sector que puedan fortalecer nuestra empresa y realisar alianza estrategicas para comercali. nuestro producto

ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL

CONCEPTO	No.
Número de personas en la zona donde piensan vender su producto o servicio	37.800 habitante
Número de personas que compran el producto o servicio en la zona	2500. (10%)
Establecer la cantidad que compran por periodos	1500 unidades
Establecer la cantidad de productos o servicios a ofrecer	3.000 unides of

SEGMENTO DE MERCADO: SEGMENTO DE MERCADO: Público objetivo

Geograficamente: Municipio de San Juan del cesar Guajira
Demograficamente: hombre, mujeres, niños, niñas
Personales: con ingresos superiores 1 SMLV
Psicologicos:

VENTAJA COMPETITIVA: con nuestros artesanias los crientes disfrutan de los diseños en cada una de nuestras mochilas.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

EMPRESAS	NIVEL DE ACEPTACIÓN			TIPO DE CLIENTE QUE ATIENDE	¿Por qué RAZÓN LA ELIGEN?	¿DÓNDE COMERCIALIZAN EL PRODUCTO?	¿A QUE PRECIO LO VENDEN?
	ALTA	REGULAR	POCA				
mochilas				Estrato 1-2	comunidad	comunidad	100000
y artesanias				Estrato -3-4	calidad	municipio	80000
Niwa					diseño	departamento	60.000

ESTRATEGIA DE MERCADO

ESTRATEGIA DE PRODUCTO O SERVICIO: Enumerar de una manera concreta, todo lo que el cliente obtendrá al comprar los productos o servicios (ventajas, beneficios, servicios post-venta, garantías, etc.). Resaltar las ventajas y beneficios diferenciales con referencia a los productos de las empresas o negocios de la competencia.

En nuestras artesanias el cliente disfrutara de la calidad, variedad de nuestros productos personalizados y elaborados a mano

ESTRATEGIA DE PRECIO: ¿Cuál será el precio del producto?; ¿Cómo se ha determinado el precio?

1. determinar los costos variables del fique, lana, hilo
2. indagar los precios que tienen la competencia

ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN: Enumerar de una manera concreta, los aspectos a considerar en relación a los mecanismos de venta (venta directa, con distribuidores, etc.)

1. ofrecer nuevos diseños
2. incluir nuevos productos
3. estrategias de precios en los diseños mas solistados.

ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN: ¿Qué se hará para promocionar el negocio? ¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?

Direcion: 3 Sur 13 A 54 barrio alto la prosperidad
celular: 3023923437

3. ESTUDIO TÉCNICO DE LA PRODUCCIÓN

Describa las características de la localización del negocio. el negio esta ubicado Direción KR 3 sur #57 altos de la prosperidad Artesania de Figue donde Ana salamanca Tel 3023723437

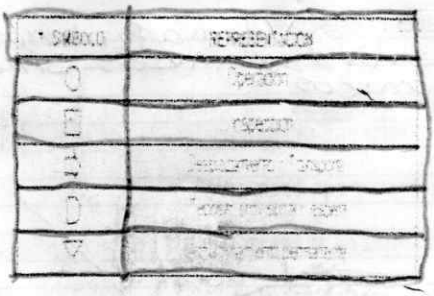
Realizar un bosquejo de la distribución del local Ideas esquema o guio al Frente del colegio Parque

Especificaciones técnicas y el diseño del producto Ideas esquemo o guia Para este negocio contamos con Variedade de Producto elaborado en Figue



Diseñar el diagrama de operaciones en proceso de la elaboración de su producto o servicio.

1 Remojamos el Figue 2 escadejar
3 Hay q elabora el quipire 5 elaborar la mosquila, decor estan Par el Precio Punto de venta



Hacer un listado de las máquinas, equipos y herramientas que se necesitan para elaborar el producto o brindar el servicio que se ha definido.

MAQUINARIA	CANTIDAD	EQUIPOS Y HERRAMIENTAS	CANTIDAD
Tabla macana	2	carranba	1
		Aguja	1

Realizar el cálculo de materiales y/o materias primas que usarán en el proceso productivo.

MATERIAS PRIMAS / INSUMOS	CANTIDAD REQUERIDA	UNIDADES A PRODUCIR	NECESIDAD DE MATERIALES
			Figue dana

Hacer un listado de los posibles proveedores que proporcionaran los insumos necesarios para la elaboración del producto o servicio.

eusebio montero casa indijena	

4. ESTUDIO ECONÓMICO

Determinar la proyección de **ventas en unidades**

No.	PRODUCTO	PRECIO	PERIODOS				TOTAL
			1	2	3	4	
1	mogulas	700 Mil	730	750	700	720	47 000 000
2	bolsas	3000 Mil	100	80	120	100	40.000.000
3	cabulla	2 Mil	750	800	700	700	6-6 000.000

Elaborar el **Plan de Inversión**

RUBRO	VALOR UNIDAD	UNIDADES REQUERIDAS	INVERSIÓN TOTAL
1. ACTIVOS FIJOS			
TERRENOS Y/O LOCAL	5 000 00	1	500000
MAQUINARIAS Y EQUIPOS macana y Tabla	100000	1	100000
cosuelas Agujas	50000	Varia	50000
HERRAMIENTAS Tijeras usas	200000	varia	200000
MUEBLES Y ENSERES Vitrina Percheros	2.000000	varia	2.000 000
esibidor Mesas Sillas			
Abanicos			
TOTAL ACTIVOS FIJOS			26.500000
2. GASTOS PRE-OPERATIVOS			
			100000
TOTAL GASTOS PRE-OPERATIVOS			100000
3. CAPITAL DE TRABAJO			
			7.000000
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			
TOTAL			27600000

Determinación de la **Estructura de costos**

RUBRO	VALOR UNIDAD	UNIDADES REQUERIDAS	COSTO TOTAL
1. COSTOS DIRECTOS			
MATERIALES Fique Lana	72000	1100	4.800000
MANO DE OBRA			900000
GASTOS DE FABRICACIÓN			200000
TOTAL COSTOS DIRECTOS			5.900000
2. COSTOS INDIRECTOS			
GASTOS ADMINISTRATIVOS			7.300000
SERVICIOS PÚBLICOS			300000
ARRIENDO			500000
GASTOS DE VENTAS			200000
TOTAL COSTOS INDIRECTOS			300 000
TOTAL			14.400.000

Determinar el **COSTO TOTAL UNITARIO = CFU + CVU**

$$CFU = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Número Total de Unidades producidas durante el ciclo de vida del proyecto}}$$

Calcular el **precio de venta unitario = CTU + GANANCIA**

$$CVU = \frac{\text{Costo Variable total}}{\text{Número de unidades producidas en un periodo de tiempo (días, semanas, meses, etc)}}$$

Contribución marginal = Precio de venta – Costos variable unitario

Punto de equilibrio = COSTO FIJO TOTAL/ Margen de contribución = Cantidades