

TESIS Y DISERTACIONES ACADÉMICASEMPRENDIMIENTO
CANELA ARTICULOSPERSONALIZADOS

CINDY MARCELA ZULUAGA BARRIOS

Proyecto de grado presentado como prerrequisito para optar al título de
TECNÓLOGO EN DISEÑO Y GESTION DE LA IMAGEN

Asesor metodológico

FRANCISCO FERNANDO GALLEGO ESCOBAR

Magister en educación

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO
TECNOLOGÍA EN DISEÑO Y GESTION DE LA IMAGEN
MEDELLÍN

2017

CONTENIDO

1. Plataforma Estratégica.....	5
1.1 MISION.....	5
1.2 VISION	5
1.3 OBJETIVOS	5
1.3.1 OBJETIVO GENERAL.....	5
1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	5
1.4 VALORES CORPORATIVOS.....	5
2 MODULO DE MERCADO	6
2.1 JUSTIFICACION O PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	6
2.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.....	6
2.3 ANALISIS DEL SECTOR.....	6
2.4 ANALISIS DEL MERCADO	7
2.5 ANALISIS DE LA COMPETENCIA.....	7
3 ESTRATEGIAS DE MERCADO.....	8
3.1 CONCEPTO DEL PRODUCTO O SERVICIO	8
3.1.1	8
3.1.2	8
3.2DISTRIBUCION.....	8
3.2.1 CANAL DE DISTRIBUCION.....	8
3.2.2 METODO DE DESPACHO Y TRANSPORTE	8
3.2.3 COSTOS DE TRASNPORTE Y SEGUROS.....	9
3.2.4 POLITICA DE INVENTARIO DE PRODUCTO TERMINADO	9
3.3 PRECIOS	9
3.3.1 PRECIOS DE COMPETENCIA	9
3.3.2 PRECIO DE LANZAMIENTO	9
3.3.3 PUNTO DE EQUILIBRIO	9
3.3.4 CONDICIONES DE PAGO.....	9
3.3.5 IMPUESTOS A LA VENTA.....	10

3.3.6 MÉTODO UTILIZADO PARA LA DEFINICIÓN DE PRECIOS	10
3.4 PROMOCION	10
3.4.1 DESCUENTO POR VOLUMEN O PRONTO PAGO	10
3.4.2 MANEJO DE CLIENTES ESPECIALES.....	10
3.4.3 COSTOS DE LA PROMOCION POR LANZAMIENTO	10
3.4.4 DESCRIPCION DE LA PROMOCION PARA MOTIVAR LA VENTA.....	11
3.5 COMUICACION Y PUBLICIDAD.....	11
3.5.1 DEFINIR LAS ESTRATEGIAS DE DIFUNSION DEL PRODUCTO O SERVICIO	11
3.5.2 MEDIOS Y TACTICAS DE COMUNICACIÓN A UTILIZAR.....	11
3.5.3 COSTOS DE LA ESTRATEGIA A UTILIZAR	11
3.6 SERVICIOS	11
3.6.1 PROCEDIMIENTO PARA OTORGAR GARANTIAS POST VENTA	11
3.6.2 MECANISMOS DE ATECION AL CLIENTE.....	12
3.7 PRESUPUESTOS DE LA MEZCLA DE MERCADO	12
3.8 ESTRATEGIA DE APROVISIONAMIENTO DE MATERIAS PRIMAS.....	13
3.8.1 FORMAS DE APROVISIONAMIENTO.....	13
3.8.2 PRECIOS DE ADQUISICION.....	13
3.8.3 POLITICAS CREDITICIAS	13
3.8.4 DESCUENTO POR PRONTO PAGO O VOLUMEN	13
3.8.5 PLAZOS PARA OTORGAR LOS PAGOS.....	13
3.9 PROYECCION DE VENTAS	13
4 .MODULO OPERATIVO	15
4.2 PLAN DE COMPRAS	15
4.3 COSTOS DE PRODUCCION	15
4.4 INFRAESTRUCTURA	16
5 MODULO ORGANIZACIONAL	17
5.1DOFA.....	17
5.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	17
5.3 ASPECTOS LEGALES.....	18

5.4 COSTOS ADMINISTRATIVOS.....	18
6. MODULO FINANCIERO	19
6.1 ingresos	19
6.2 EGRESOS.....	19
6.3 CAPITAL DE TRABAJO	19
7 PLAN OPERATIVO.....	20

1. Plataforma Estratégica

1.1 MISION

Crear productos personalizados con compromiso, dedicación, honestidad, creatividad. Destacándonos por la calidad humana y la atención al cliente.

1.2 VISION

Lograr en el 2022 consolidar la empresa en el sector de Manrique, Medellín generando 4 nuevos empleos para alcanzar hacer una marca reconocida por nuestros diseños de artículos personalizados

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

Crear una empresa que se consolide como líder en el área del diseño y estampación de productos personalizados, en el sector de Manrique en Medellín.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conquistar el mercado de artículos personalizados en el sector de Manrique, Medellín
- Alcanzar el reconocimiento de la marca en 4 años
- Generar 4 nuevos empleos en un plazo de 4 años

1.4 VALORES CORPORATIVOS

- Calidad humana
- Compromiso
- Dedicación
- Honestidad
- Creatividad

2 MODULO DE MERCADO

2.1 JUSTIFICACION O PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La necesidad que surge a través de los tiempos en innovar los regalos, ha llevado a generar la empresa CANELA ARTICULOS PERSONALIZADOS, esta consta principalmente en tener una relación cercana con el cliente, para lograr crear el artículo que satisfaga su necesidad de personalización.

La técnica por la cual nos inclinamos a la hora de generar empresa fue el proceso de la sublimación, que básicamente es pasar del estado sólido al líquido a través de maquinaria con temperaturas graduables que nos ayudan en el proceso, con presión y calor se logra que la tinta se funda en el artículo.

Los elementos para realizar esta técnica son los siguientes:

- Impresora con tintas PVC
- Papel calcio
- Cinta térmica
- Artículo con cobertura de 75% en poliéster
- Plancha transfer (plana, cónica)

2.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

Cada vez hay más personas interesadas en obtener un artículo personalizado, por este motivo se ha incorporado mayor tecnología a la hora de realizar este proceso de sublimación, hoy en día contamos con maquinaria más precisa en sus temperaturas y presión, gracias a esto tenemos una mejor calidad a la hora de entregar un artículo personalizado a nuestros clientes.

2.3 ANALISIS DEL SECTOR

Desde hace dos o tres años, en el campo de sublimación y personalización de artículos se ha venido notando unos cambios notorios tanto en la materia prima como en sus maquinarias, para realizar dichos artículos, las maquinarias de ahora cuentan con una mayor tecnología que ayuda a tener un mayor control de las temperaturas para así garantizar un artículo de mejor calidad.

2.4 ANALISIS DEL MERCADO

Al realizar el análisis de mercado, notamos que nuestros clientes tienen una visión distinta a los artículos personalizados dependiendo de sus edades, es decir, los adolescentes y adultos nos buscan por la originalidad de los artículos, ellos se encuentran en un margen de edad entre los trece y los treinta años de edad. Los empresarios que se encuentran entre los treinta y los cincuenta años, solicitan nuestros servicios para obsequiar souvenir a sus mejores clientes. Y los adultos mayores que están entre los cincuenta y ochenta años buscan artículos personalizados para regalar a sus familiares

2.5 ANALISIS DE LA COMPETENCIA

ESTAMPADOS IBIZA:

Es una empresa que presta servicios de estampación en mugs y camisetas, con la técnica de sublimación, están ubicados en el centro comercial bosque plaza local 1089 en Medellín.

Cuenta con un gran reconocimiento a nivel de marca, cuenta con punto de venta fijo, tienen un costo de venta elevado, tiene proveedor de primera, se promueven con publicidad en varios Centros Comerciales, y tienen una aceptación del público.

3 ESTRATEGIAS DE MERCADO

3.1 CONCEPTO DEL PRODUCTO O SERVICIO

3.1.1 Cada vez más gente se está dando cuenta de los regalos estandarizados y de mala calidad, por eso han optado por la personalización de sus propios obsequios, dándose cuenta que es una gran idea innovadora y gracias a la tecnología con la que hoy contamos para lograr esto, la calidad se ha vuelto un factor que hace que las personas busquen cada vez mas estos artículos.

3.1.2 -MUGS: de 11 onza, altura de 10cm, recubrimiento en poliéster, utilizado para bebidas calientes o frías, empacado en una caja de cartón craft de 90g con un troquel en forma de ventana que facilita la visibilidad del diseño en el artículo, los diseños de los mugs no solo es lo que quiera el cliente, se maneja mugs color interno, color interno y oreja, mugs mágico.

-Cojines: 60x40cm, 30x30cm, 60x30cm, 50x40cm, 40x40cm, fabricados en tela satín a un 75% de poliéster, rellenos con medio kilo de algodón siliconado, a uno de sus lados cuenta con un cierre sencillo de 30cm, empacado en una bolsa plástica transparente, su diseño varia en el tamaño y personalización que el cliente elija.

-Camisetas: tipo polo, cuello V, cuello redondo. Confeccionadas en poli licra que es una mezcla de hilos licrados e hilos poliéster, los poliéster es lo que ayuda a que la tinta PVC se funda a la perfección en las fibras de la camiseta, entregadas al cliente en una bolsa plástica de 25x30cm

3.2DISTRIBUCION

3.2.1 CANAL DE DISTRIBUCION

Actualmente nuestros canales de distribución son las redes sociales, ya que nos enfocamos en esta era digital.

3.2.2 METODO DE DESPACHO Y TRANSPORTE

Al no tener un punto de venta fijo, las entregas de los productos las hacemos con la modalidad de domicilio

3.2.3 COSTOS DE TRANSPORTE Y SEGUROS.

El servicio de domicilio cuenta con una sola petición, que la entrega se haga en alguna estación del Metro, con esto solo se gasta \$2.000 de transporte y es más seguro que otros transportes.

3.2.4 POLITICA DE INVENTARIO DE PRODUCTO TERMINADO

12 unidades de mugs blancos

12 unidades de mugs color interno

12 unidades de mugs mágico

10 metros de tela satín

10 kilos de algodón siliconado

3.3 PRECIOS

3.3.1 PRECIOS DE COMPETENCIA

PRECIOS	IBIZA	CANELA
MUGS	\$17.000	\$13.000
COJINES 60X40cm	\$60.000	\$45.000
CAMISSETAS	\$30.000	\$25.000

3.3.2 PRECIO DE LANZAMIENTO

En lanzamiento de productos hacen un descuento del 30% para captar más atención del público.

3.3.3 PUNTO DE EQUILIBRIO

COSTOS VARIABLES

Mantenimiento de maquinaria

Compra de materia prima

3.3.4 CONDICIONES DE PAGO

Principalmente se llega a un acuerdo con el cliente de un pago del 50% del valor total para iniciar el artículo personalizado

3.3.5 IMPUESTOS A LA VENTA

CANELA actualmente es una empresa de régimen simplificado

3.3.6 MÉTODO UTILIZADO PARA LA DEFINICIÓN DE PRECIOS

El método utilizado por Canela actualmente es el de ganancia del 50%

Ejemplo:

Materia prima: 3.000\$

Impresión: 500\$

Caja: 400\$

Domicilio: 2.000\$

Costo total: 5.900\$

Valor del artículo: 13.000\$

3.4 PROMOCION

3.4.1 DESCUENTO POR VOLUMEN O PRONTO PAGO

Mugs blanco unidad: \$13.000

De 13 a 24 unidades: \$12.000

De 25 a 48 unidades: \$11.000

De 49 a 60 unidades: \$10.000

De 61 a 73 unidades: \$9.000

De 74 a 87 unidades: \$8.000

De 88 a 100 unidades \$7.000

3.4.2 MANEJO DE CLIENTES ESPECIALES

Canela cuenta con una base de datos de cada uno de sus clientes, y para aquellos que son especiales estamos en constante contacto, enviándoles recordatorios a sus correos con respecto a la empresa y sus precios.

3.4.3 COSTOS DE LA PROMOCION POR LANZAMIENTO

El costo de descuento que CANELA tiene a la hora de un lanzamiento es muy bajo, ya que cuenta con una margen de ganancia que no afecta sus finanzas

3.4.4 DESCRIPCION DE LA PROMOCION PARA MOTIVAR LA VENTA

En cuestión de lanzar un nuevo producto se realiza 2x1

Ya que el costo de producción de un mugs es de \$4.000 y su venta es de \$13.000 al vender dos por el precio de uno igual se obtendría una ganancia de \$5.000

3.5 COMUNICACION Y PUBLICIDAD

3.5.1 DEFINIR LAS ESTRATEGIAS DE DIFUSION DEL PRODUCTO O SERVICIO

La estrategia que maneja CANELA es acercarnos al cliente mediante las redes sociales

3.5.2 MEDIOS Y TACTICAS DE COMUNICACIÓN A UTILIZAR

-Subir fotos a las redes sociales mostrando los productos

-Poster

-Volantes

-Pendones

3.5.3 COSTOS DE LA ESTRATEGIA A UTILIZAR

Banner: no tienen ningún costo ya que soy la diseñadora gráfica de la empresa

Volantes: por 1.000, \$50.000

Pendón 1mx70cm: \$25.000

Poster tabloide: \$2.500

3.6 SERVICIOS

3.6.1 PROCEDIMIENTO PARA OTORGAR GARANTIAS POST VENTA

Al culminar la venta el cliente tiene un plazo de 2 meses para realizar algún reclamo

La garantía solo es válida:

Que la tinta de los mugs se borre

Costuras de los cojines

Costuras de las camisetas

Que los apliques de las camisetas se despeguen.

Si ocurre, solo se le hará entrega de un nuevo artículo.

3.6.2 MECANISMOS DE ATENCION AL CLIENTE

Por lo que no cuento con un punto fijo de venta mi mecanismo para interactuar con los clientes es vía redes sociales, ya sea Facebook, whatsapp, o correo electrónico.

3.7 PRESUPUESTOS DE LA MEZCLA DE MERCADO

Producto:

-Mugs blanco en cerámica \$3.000 precio de adquisición.

-camiseta \$6.000 precio de adquisición

-cojin \$4.000 precio de adquisicion

Plaza: la plaza que CANELA utiliza es el canal de redes sociales, ya que por la era digital es más fácil hacer una conexión directa con los clientes, esto lo hago para todos los artículos con los que CANELA cuenta.

Precio:

-El precio en venta del mugs es de \$13.000

-Precio de venta de las camisetas \$25.000

-Precio de venta de los cojines

60x40cm \$45.000

30x30cm \$28.000

60x30cm \$40.000

50x40cm \$38.000

40x40cm \$30.000

Estos precios se elevan ya que su valor no solo es monetario, hay que tener en cuenta el tiempo que se gasta adquiriendo el artículo, el transporte y la entrega.

Promoción: el método para promocionar es el medio digital, como ya se explico por ser yo diseñadora grafica me es más rentable realizar las piezas para dichas redes.

3.8 ESTRATEGIA DE APROVISIONAMIENTO DE MATERIAS PRIMAS

3.8.1 FORMAS DE APROVISIONAMIENTO

Compra directa con proveedores de primera mano

3.8.2 PRECIOS DE ADQUISICION

Mugs: 3.000

Tela satín: 1m \$4.000

Camiseta: \$6.000

3.8.3 POLITICAS CREDITICIAS

En este momento de crecimiento de la empresa no es buena idea tener un crédito, por ese motivo todo se paga de contado.

3.8.4 DESCUENTO POR PRONTO PAGO O VOLUMEN

Los descuentos que CANELA adquiere de sus proveedores es por volumen estimado de porciento de ganancia

3.8.5 PLAZOS PARA OTORGAR LOS PAGOS

Los proveedores de canela no otorgan plazos, cuando se cancela el total de la factura ellos hacen efectiva la entrega de la mercancía

3.9 PROYECCION DE VENTAS

Plan de ventas:

Un mugs tiene un valor de \$13.000

Una venta diaria de mugs seria \$403.000,

Para lograr mantener un local funcional, incluidos servicios, arriendo, el pago de un empleado y materia prima suficiente para entregas oportunas, nuestro plan seria:

Un mugs diario por un mes \$403.000

Un cojín 40x40cm diario por un mes \$930.000

Una camiseta diaria por un mes \$775.000

Al mes tendríamos un ingreso de 2.108.000

4 .MODULO OPERATIVO

MUGS: cerámica, cobertura en poliéster, altura 10cm, capacidad de 11onzas

COJIN: tela satín con 80% de poliéster, relleno de algodón licrado, tamaños diversos, hilos de costura básica, sierra silicona unido.

CAMISSETAS: licra poliéster de 75%, todas las tallas, todos los colores, cuello V, cuello redondo, tipo polo, camibusos.

VALOR AGREGADO

El valor agregado que CANELA entrega a sus clientes es la entrega de los artículos por medio del domicilio.

La atención personalizada que se les brinda a los clientes

ESTADO DE DESARROLLO

La empresa se encuentra en la etapa de crecimiento es el momento de captar clientes, mejorar características del producto, para lograr estola empresa ya cuenta con las maquinarias industriales para alcanzar metas

-computador

-3 impresoras

-2 maquinas para sublimar

-Materia prima

PLAN DE PRODUCCION

Nuestro plan de producción es de pedido directo, se realizan los artículos a medida que los clientes los van pidiendo.

4.2 PLAN DE COMPRAS

El plan que CANELA maneja es de comprar dependiendo de las temporadas, cuando más se compra son en fechas especiales, amor y amistad, día de la madre y del padre, navidad

4.3 COSTOS DE PRODUCCION

Mugs \$3.000

Camiseta \$6.000

Tela satín por 1 metro \$4.000

Cinta térmica \$4.100

Papel calcio \$22.000

Tintas c/u \$30.000

Caja mugs \$400

4.4 INFRAESTRUCTURA

Impresora \$3.100.000

Maquina mugs \$300.000

Maquina plana \$1.350.000

Rollo de papel calcio \$60.000

Computador \$1.000.000

Escritorio \$190.000

Vitrinas por3 \$600.000

PARAMETROS TECNOCOS BASICOS

Wifi: \$40.000

Servicios públicos: \$120.000

Local: \$400.000

5 MODULO ORGANIZACIONAL

5.1 DOFA

Debilidades:

1. No cuento con un espacio digno
2. Soy la encargada de todo

Oportunidades

1. Al contar con una infraestructura puedo lograr que la empresa crezca
2. Cuento con una creatividad más fresca
3. Yo misma puedo hacer la publicidad de la empresa

Fortaleza

1. Al ser joven tengo más ambición y me desenvuelvo mejor con la tecnología
2. Cuento con la maquinaria necesaria
3. Cuento con domicilio
4. Cuento con apoyo económico justo
5. Cuento con proveedor de primera mano

Amenazas

1. Tengo una competencia con marca reconocida
2. Muchas personas se están involucrando en este tema

ORGANISMOS DE APOYO

En el futuro mi apoyo será entregado a hogares de paso para niños sin padres u hogares que ayuden a madres solteras.

5.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

- 1) GERENCIA
 - a) CONTADURIA
 - b) EJECUTIVO DE CUENTAS
 - i) VENTAS
 - ii) ATENCION AL CLIENTE
 - c) DIRECTIVOS
 - i) DISEÑADOR
 - ii) IMPRESIÓN
 - iii) ESTAMPACION

- iv) DOMICILIO
- v) SERVICIOS GENERALES

5.3 ASPECTOS LEGALES

-Cámara de comercio

-DIAN

-NIT

-RUT

5.4 COSTOS ADMINISTRATIVOS

Pago empleado \$737.717

Arriendo \$400.000

Servicios \$100.000

GASTOS DE PUESTA EN MARCHA

Volantes: por 1.000, \$50.000

Pendón 1mx70cm: \$25.000

Poster tabloide: \$2.500

GASTOS ANUALES DE ADMINISTRACION

Al mes la empresa en total está gastando

Servicios: \$100.000

Mantenimiento: \$90.000

Publicidad: \$85.000

Total al mes: \$275.000

Total al año: \$3.300.000

6. MODULO FINANCIERO

6.1 ingresos

En este momento canela cuenta con \$3.400.000 en maquinaria

\$500.000 en materia prima

El resto de dinero que hace falta para consolidar la empresa como tal, saldrá de alguna cooperativa que me sirva para lograr mis metas.

6.2 EGRESOS

Los egresos al mes de la empresa serán de 1.237.717, para un total anual de \$14.852.604

6.3 CAPITAL DE TRABAJO

La empresa compra a medida que se va agotando la materia prima, es decir, a medida que los clientes piden se compra.

7 PLAN OPERATIVO

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Un mugs diario por un mes \$403.000

Un cojín 40x40cm diario por un mes \$930.000

Una camiseta diaria por un mes \$775.000

Al mes tendríamos un ingreso de 2.108.000

Al finalizar nuestro primer año tendremos un ingreso de \$25.296.000, con esto lograremos nuestra primera meta del primer empleado.

METAS SOCIALES

-Generar 4 nuevos empleos

-empresa creativa

-empleo directo, indirecto

IMPACTO ECONOMICO, REGIONAL, SOCIAL Y ECONOMICO

El primer impacto que quiero generar es darme personalmente una estabilidad económica, segundo quiero lograr que las personas se animen a dar regalos originales, porque muchas personas creen que a la hora de personalizar algún artículo se elevara al máximo su costo.

