



Diseñar un plan de negocio para el montaje de una empresa marroquinera en la ciudad de Bucaramanga con productos elaborados en cuero vegano a base de fibras vegetales como lo es la hoja piña

Modalidad emprendimiento

Yecenia Lucia González Hernández
1095827164
Eduar Fabian Noriega Rincón
1005564992

UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
Facultad de ingenierías
Producción industrial
Bucaramanga 30 de mayo 2022



Diseñar un plan de negocio para el montaje de una empresa marroquinera en la ciudad de Bucaramanga con productos elaborados en cuero vegano a base de fibras vegetales como lo es la hoja piña

Modalidad emprendimiento

Yecenia Lucia González Hernández
1095827164

Eduar Fabian Noriega Rincón
1005564992

Trabajo de Grado para optar al título de
Tecnología en producción industrial

DIRECTOR

Erika Tatiana Delgado Gómez

UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
Facultad de ingenierías
Producción industrial
Bucaramanga 30 de mayo 2022

Nota de Aceptación

APROBADO



Firma del Evaluador



Firma del director

AGRADECIMIENTOS

TABLA DE CONTENIDO

| | |
|---|-----------|
| RESUMEN EJECUTIVO..... | 13 |
| INTRODUCCIÓN..... | 14 |
| 1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN | 15 |
| 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 15 |
| 1.2. JUSTIFICACIÓN..... | 16 |
| 1.3. OBJETIVOS | 17 |
| 1.3.1. OBJETIVO GENERAL | 17 |
| 1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS..... | 18 |
| 2. MARCO REFERENCIAL | 19 |
| 2.1. MARCO TEÓRICO | 19 |
| 2.1.1. ANÁLISIS TÉCNICO..... | 19 |
| 2.1.2. ANÁLISIS DE MERCADO..... | 19 |
| 2.1.3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA:..... | 20 |
| 2.1.4. ANÁLISIS DE LA OFERTA..... | 20 |
| 2.1.5. ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN..... | 20 |
| 2.1.6. ANÁLISIS DEL PRECIO:..... | 21 |
| 2.1.7. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO..... | 21 |
| 2.1.8. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO:..... | 21 |
| 2.2 MARCO LEGAL..... | 22 |
| 2.2.1. ANÁLISIS LEGAL..... | 22 |
| 3. DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO | 26 |
| 3.1 ESTUDIO DE MERCADO | 26 |
| 3.1.1. CONCEPTO DEL NEGOCIO O NATURALEZA DEL PROYECTO | 26 |
| 3.1.2. CÓMO ESTÁ LA INDUSTRIA DEL CUERO VEGANO | 26 |
| 3.1.3. INDICADORES DE EVOLUCIÓN | 27 |
| 3.1.4. ANÁLISIS DEL MERCADO..... | 27 |
| 3.1.5. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO DEL SECTOR INDUSTRIAL | 27 |
| 3.1.6. TAMAÑO DEL MERCADO..... | 28 |
| 3.1.7. PRODUCTOS FABRICADOS..... | 28 |
| 3.1.8. ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR / CLIENTE..... | 28 |
| 3.1.9. INVESTIGACION DEL CONSUMIDOR:..... | 29 |
| 3.1.10 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA:..... | 29 |

| | | |
|-------------|--|-----------|
| 3.1.11 | ESTRATEGIA DE MERCADEO | 32 |
| 3.2. | ANÁLISIS TÉCNICO – OPERATIVO | 34 |
| 3.2.1. | TAMAÑO DEL PROYECTO | 34 |
| 3.2.2. | DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO | 35 |
| 3.2.3. | REQUERIMIENTOS DE DISEÑO DE COLECCIÓN..... | 35 |
| 3.2.4. | DESCRIPCIÓN DEL PROCESO..... | 36 |
| 3.2.5. | NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS..... | 37 |
| 3.2.5.1 | MATERIAS PRIMAS E INSUMOS..... | 37 |
| 3.2.6. | SELECCIÓN DE PROVEEDORES | 39 |
| 3.3. | ESTUDIO ADMINISTRATIVO O ESTUDIO ORGANIZACIONAL..... | 39 |
| 3.3.1. | CONCEPTO DEL NEGOCIO | 39 |
| 3.3.2. | PLANEACIÓN ESTRATEGICA..... | 40 |
| 3.3.3. | ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL..... | 42 |
| 3.3.4. | MANO DE OBRA | 42 |
| 3.4. | ESTUDIO FINANCIERO | 42 |
| 3.4.1. | INVERSIÓN INICIAL..... | 42 |
| 3.4.2. | INDUMENTARIA Y HERRAMIENTAS | 43 |
| 3.4.3. | ANÁLISIS DE COSTOS DE PRODUCCIÓN | 43 |
| 3.4.4. | NOMINA..... | 44 |
| 3.4.5. | PRECIO DEL PRODUCTO | 44 |
| 3.4.6. | PROGRAMA DE VENTAS | 44 |
| 3.4.7. | ESTADO DE RESULTADOS | 45 |
| 4. | RESULTADOS | 46 |
| 4.1. | ESTUDIO DE MERCADO | 46 |
| 4.1.1. | INVESTIGACIÓN DEL CONSUMIDOR:..... | 46 |
| 4.1.2. | CONCEPTO DEL PRODUCTO O SERVICIO | 51 |
| 4.1.3. | DESCRIPCIÓN DE PRODUCTO | 52 |
| 4.1.4. | DESARROLLO DE COLECCIÓN..... | 52 |
| 4.1.5. | ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN | 54 |
| 4.1.6. | ESTRATEGIA DE PRODUCTO: | 55 |
| 4.1.7. | ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN: | 56 |
| 4.1.8. | PROYECCION DE LA DEMANDA | 57 |
| 4.1.9. | DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS BUCUEROS (CUERO VEGANO) | 57 |
| 4.2. | ESTUDIO OPERATIVO | 60 |
| 4.2.1. | TAMAÑO DEL PROYECTO | 60 |
| 4.2.2. | DESCRIPCION DEL PROCESO..... | 61 |
| 4.2.3. | LOCALIZACIÓN | 63 |
| 4.2.4. | DISTRIBUCIÓN DE PLANTA..... | 63 |
| 4.2.5. | SELECCIÓN DE PROVEEDORES | 64 |
| 4.3. | ESTUDIO ADMINISTRATIVO | 64 |
| 4.3.1. | PLANEACION ESTRATEGICA..... | 64 |
| 4.3.2 | ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO DE LA ORGANIZACIÓN (PEST – PORTER – DOFA) | 65 |
| 4.3.3 | ANALISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER | 66 |

| | | |
|-------------|--|-----------|
| 4.3.4 | ANÁLISIS DOFA DE LA EMPRESA..... | 67 |
| 4.3.2. | ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL..... | 68 |
| 4.3.3. | MANO DE OBRA | 68 |
| 4.3.4. | CONSTITUCIÓN FORMAL DE LA EMPRESA Y ASPECTOS LEGALES | 69 |
| 4.4. | ESTUDIO FINANCIERO | 70 |
| 4.4.1. | INVERSIÓN INICIAL..... | 70 |
| 4.4.2. | INDUMENTARIA Y HERRAMIENTAS | 71 |
| 4.4.3. | ANÁLISIS DE COSTOS DE PRODUCCIÓN. | 72 |
| 4.4.4. | INSUMOS..... | 74 |
| 4.4.5. | NOMINA..... | 75 |
| 4.4.6. | GASTOS EN SERVICIOS Y ARRIENDO MENSUAL | 76 |
| 4.4.7. | GASTOS PREOPERACIONALES | 76 |
| 4.4.8. | ESTADO DE RESULTADOS: | 77 |
| 4.4.9. | BALANCE GENERAL: | 77 |
| 4 | CONCLUSIONES | 81 |
| 5 | RECOMENDACIONES | 83 |
| 6 | REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 84 |
| 7 | APENDICES | 87 |
| 8 | ANEXOS..... | 89 |

LISTA DE FIGURAS

| | | |
|-------------------|---|-----------|
| FIGURA 1. | FIBRAS DE HOJA DE PIÑA DESPUÉS DE LOS PROCESOS DE DESFIBRADO, LAVADO Y SUAVIZADO, CARDADO..... | 37 |
| FIGURA 2. | PREGUNTA N° 1..... | 46 |
| FIGURA 3. | PREGUNTA N° 2..... | 47 |
| FIGURA 4. | PREGUNTA N° 3..... | 47 |
| FIGURA 5. | PREGUNTA N° 4..... | 48 |
| FIGURA 6. | PREGUNTA N° 5..... | 48 |
| FIGURA 7. | PREGUNTA N° 6..... | 49 |
| FIGURA 8. | PREGUNTA N° 7..... | 49 |
| FIGURA 9. | PREGUNTA N ° 8..... | 50 |
| FIGURA 10. | PREGUNTA N°9..... | 50 |
| FIGURA 11. | LOGO DE BUCUEROS..... | 51 |
| FIGURA 12. | PRIMERA COLECCIÓN..... | 52 |
| FIGURA 13. | MOODBOARD..... | 53 |
| FIGURA 14. | PALETA DE COLORES NEUTROS..... | 53 |
| FIGURA 15. | TEXTURAS: MUY SIMILAR A LA DE LA PIEL ANIMAL..... | 54 |
| FIGURA 16. | CANVAS..... | 60 |
| FIGURA 17. | LOCALIZACIÓN..... | 63 |

F-DC-125

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO
DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA,
EMPREDIMIENTO Y SEMINARIO

VERSIÓN: 1.0

| | | |
|-------------------|--------------------------------|-----------|
| FIGURA 18. | DISTRIBUCIÓN DE PLANTA..... | 63 |
| FIGURA 19. | FUERZAS DE PORTER..... | 66 |
| FIGURA 20. | ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL..... | 68 |
| FIGURA 21. | PUNTO DE EQUILIBRIO | 80 |

ANEXOS

| | | |
|-----------------|--|-----------|
| ANEXO 1. | <i>FICHAS TÉCNICAS DE LOS BOLSOS</i> | 89 |
| ANEXO 2. | <i>TABLA DETALLADA DE INSUMOS</i> | 95 |

APENDICES

| | | |
|--------------------|----------------------------------|-----------|
| APENDICE 1. | <i>PUNTO DE EQUILIBRIO</i> | 87 |
|--------------------|----------------------------------|-----------|

LISTA DE TABLAS

| | |
|---|-----------|
| TABLA 1. CUADRO COMPARATIVO DE LA COMPETENCIA | 31 |
| TABLA 2. TOMA DE DECISIONES DE LA PRODUCCIÓN | 35 |
| TABLA 3. REQUERIMIENTOS DE COLECCIÓN | 35 |
| TABLA 4. PRECIOS DE VENTA AL PÚBLICO SEGÚN DISEÑO | 55 |
| TABLA 5. FICHAS TÉCNICAS DE LOS BOLSOS | 56 |
| TABLA 6. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA | 57 |
| TABLA 7. FLUJOGRAMA DE PROCESOS..... | 61 |
| TABLA 8. SELECCIÓN DE PROVEEDORES..... | 64 |
| TABLA 9. ANÁLISIS PEST Y PORTER..... | 65 |
| TABLA 10. ANÁLISIS DOFA | 67 |
| TABLA 11. MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA Y SUS FUNCIONES. | 68 |
| TABLA 12. GASTOS DE CONSTITUCIÓN | 70 |
| TABLA 13. INVERSIÓN INICIAL | 70 |
| TABLA 14. INDUMENTARIA Y HERRAMIENTAS | 71 |
| TABLA 15. COSTOS PARA FABRICAR METRO CUADRADO DE PIÑATEX..... | 72 |
| TABLA 16. COSTOS DIRECTOS DE FABRICACIÓN PARA CUERO VEGANO | 72 |
| TABLA 17. COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN DE PIÑATEX | 73 |

| | |
|---|-----------|
| TABLA 18. MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA EN LA FABRICACIÓN DEL PIÑATEX | 73 |
| TABLA 19. COSTOS PARA FABRICAR BOLSOS | 74 |
| TABLA 20. INSUMOS | 74 |
| TABLA 21. COSTOS DE NOMINA | 75 |
| TABLA 22. PROYECCIÓN DE NOMINA..... | 76 |
| TABLA 23. GASTOS EN SERVICIOS Y ARRIENDO MENSUAL | 76 |
| TABLA 24. GASTOS EN SERVICIOS Y ARRIENDO MENSUAL | 76 |
| TABLA 25. ESTADO DE RESULTADOS..... | 77 |
| TABLA 26. BALANCE GENERAL | 77 |
| TABLA 27 EVALUACIÓN FINANCIERA | 79 |

F-DC-125

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO
DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA,
EMPRESARIADO Y SEMINARIO

VERSIÓN: 1.0

RESUMEN EJECUTIVO

El siguiente plan de negocios expone los aspectos importantes para determinar la viabilidad de BUCUEROS. Esta empresa perteneciente al sector de la marroquinería que ofrece una propuesta innovadora, ecológica y sostenible en la ciudad de Bucaramanga, fabricando y comercializando bolsos, elaborados cuero vegano a base de las fibras de piña, que pretende responder a la necesidad de los clientes en adquirir un producto ecológico libre de crueldad animal.

El estudio organizacional que se realiza en la empresa para sus diferentes áreas y su capacidad operativa, determinando la gestión administrativa para la evaluación de sus fortalezas y debilidades, al definir la estructura de la organización para el manejo de etapas en las cuales realiza una inversión, un mantenimiento y una operación, para cada proyecto se debe definir una estructura para la ejecución de cada detalle funcional de la empresa y observar el comportamiento de esta para llevar a cabo proyecciones futuras y mantener las inversiones del flujo de caja al ritmo que la empresa tiene pronosticado y hasta cuando esta podrá mantenerse en pie para la realización de futuras proyección en las operaciones en las que se pretende re invertir, por ello se dan una serie de parámetros a cumplir y realizar su evaluación de viabilidad de la empresa como la determinación final de este.

PALABRAS CLAVE. Análisis de datos, sostenibilidad, viabilidad, plan de negocios, cuero vegano.

INTRODUCCIÓN

El siguiente proyecto consiste en la elaboración de un plan de negocios para la creación una empresa marroquinera dedicada a la fabricación de bolsos con cuero vegano, que tendrá como nombre Bucueros y se encontrará ubicada en la ciudad de Bucaramanga. Esta idea de negocio surgió debido a que en Colombia los sectores de la marroquinería y calzado se han destacado en los últimos años por su desempeño en el mercado, especialmente en la parte internacional.

Actualmente el sector avanza en un proceso de reactivación económica reportando crecimiento en producción y ventas, lo cual contribuye de manera significativa en el desarrollo del país. por otra parte, las tendencias veganas han ido tomando bastante popularidad debido a que cada día las personas sienten preocupación por el medio ambiente y están en contra de la explotación animal, por eso optan adquirir accesorios ecológicos, aquí es donde Bucueros responde a la necesidad de aquellos consumidores, por ello se hace mucho énfasis en la materia prima principal de los bolsos, la cual es un material sintético elaborado con hojas de piña que imita la calidad y apariencia del cuero, siendo algo innovador en la ciudad, con lo que se pretende promover otra alternativa en el mercado que ayude a mitigar los daños causados por la industria marroquinera.

En este documento se desarrolla el plan de negocios para la conformación de la empresa Bucueros, identificando todos aspectos importantes que determinan su viabilidad y éxito, demostrados a través de varios estudios.

Se comienza con un estudio de mercado en el que se incluyen varios análisis que ayudaran a conocer el comportamiento del sector, identificando el segmento, la competencia y las estrategias que se llevaran a cabo; Seguido a esto, se realiza un estudio operativo en el cual se muestra los requerimientos para la fabricación

los bolsos, luego se identifican las necesidades administrativas y para finalizar esta el estudio financiero donde se evalúan los costos pertinentes al funcionamiento de la empresa, con este se pretende demostrar la viabilidad económica del proyecto.

1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN.

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

La fabricación de artículos marroquineros depende en gran medida de materia prima obtenida de pieles animales (bovinos, caprinos, reptiles, porcinos, equinos, etc.) estas para ser transformadas en cuero necesitan de un proceso (curtido) que ha sido asociado con prácticas perjudiciales para el medio ambiente. Adicional a esto, la piel bovina o vacuna ha sido la más común, usada en el sector del cuero y proviene de actividades ganaderas, mismas que han tenido un impacto ambiental negativo como “Pérdida de hábitats naturales, fragmentación de ecosistemas y disminución en la productividad de los suelos, se cuentan dentro de las consecuencias del modelo ganadero que actualmente prospera en el país”. (Rico, 2017)

“Actualmente en Colombia el sector de los cueros es uno de los más fuertes económicamente, donde el 50% del cuero fabricado en el país es exportado a diferentes partes del mundo, pues este negocio, le genera al país divisas y más de un millón de empleos en mano de obra” (Sicex, 2021). Pero cabe mencionar que la industria del cuero ha tenido muchas dificultades y limitaciones, esto hace que sus productos marroquineros sean muy costosos y prácticamente exclusivos.

Por otra parte, “el veganismo y el vegetarianismo se han ido tomando con fuerza uno a uno los diferentes sectores económicos. Ahora, este estilo de vida se

convierte en la tendencia más buscada y seguida de las redes sociales” (País, 2019)

Esta tendencia se ha popularizado bastante en los últimos años, ya que los consumidores sienten preocupación por el medio ambiente, pues han optado por comprar productos ecológicos, libres de crueldad y explotación animal con el fin de poder contribuir en parte a la preservación de los recursos naturales; gracias a esto nace una oportunidad que apunta a un solo segmento que puede ser bastante significativo en la ciudad de Bucaramanga ya que no existen curtimbres de cuero vegetal hecho a base de fibras de hojas de piña y fique. Ahora bien ¿Es viable crear una alternativa de cuero vegano para reemplazar las pieles animales en esta industria?

1.2. JUSTIFICACIÓN.

Actualmente cuando se menciona la industria marroquinera se tienen varias definiciones al respecto como los productos producidos en el mercado los cuales se clasifican por su calidad, colores, texturas y diseños que se han logrado comercializar con el paso de los años también desarrollando nuevas tecnologías y/o alternativas para la implementación de nuevos materiales como lo es el cuero vegano que busca lograr un impacto tanto ambiental como de innovación en la industria de la marroquinería disminuyendo el alto costo en materias primas usadas para la elaboración de productos que se comercializan en el mercado actual buscando también el desarrollo socioeconómico para la ciudad.

Se ha determinado que la industria del cuero es la tercera con mayor contaminación en el mundo, esto realmente es preocupante ya que tiende a amenazar el medio ambiente y al planeta (Business of Fashion, 2015). por eso el plan de negocio que se pretende llevar a cabo para la elaboración de productos a base de fibras vegetales tal como la hoja de piña y el fique como materiales alternativos que se podrán implementar en cada sector de la industria

marroquinera. Como se menciona en la reconocida empresa muy conocida por ejecutar esta nueva tendencia en la industria como lo es PIÑATEX es uno de esos raros productos del pensamiento de diseño que golpea todos los botones de la sustentabilidad a la vez: es un material que es completamente de la cuna a la cuna, sustituye al cuero que tiene un impacto ambiental y de bienestar muy fuerte, y genera nuevos ingresos. arroyos a los agricultores de subsistencia, permitiéndoles utilizar plenamente sus cultivos. La implementación de PIÑATEX tendrá beneficios sociales y ambientales de gran alcance (Piñatex, 2015).

Se argumenta que estas nuevas tecnologías podemos generar grandes impactos ambientales como lo es el cambio climático en nuestra región o mismo país, el desarrollo, investigaciones de estas nuevas patentes y reconociendo las afectaciones al medio ambiente como ha sucedido en los últimos años, Con tecnología verde de vanguardia, seguimos los principios del modelo de economía circular y planeamos secuestrar más de 11,000 toneladas de CO₂ del medio ambiente para 2025. Eso significa desperdicio mínimo y reciclaje máximo en todo nuestro proceso para brindarle alta calidad. textiles para ayudar a su empresa a hacer lo que le corresponde en la lucha contra el cambio climático (Fiquetex ,2020).

1.3. OBJETIVOS.

1.3.1. OBJETIVO GENERAL.

Crear un plan de negocio para el montaje de una empresa marroquinera con productos elaborados con cuero vegano a base de fibras naturales tales como el fique y las hojas de piña.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- ❖ Realizar un estudio de mercado que permita determinar la demanda y aceptación de estos productos.
- ❖ Realizar un análisis administrativo para determinar la estructura organizativa de la empresa.
- ❖ Realizar un análisis técnico que permita establecer los procesos necesarios para materializar los productos.
- ❖ Realizar un análisis financiero para determinar la viabilidad económica del plan de negocio.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. MARCO TEÓRICO.

La elaboración del cuero vegano, con fibras vegetales un material alternativo para la industria marroquinera y el desarrollo del plan de negocio implica determinar las herramientas en la creación, producción e innovación en los productos con fibras vegetales(Cuero Vegano), de esta manera analizar la viabilidad económica, productiva y legal que conlleva este proceso comercial, el documento que se realiza en una guía del plan de negocio en el cual se analiza el mercado, la descripción del negocio, estrategias que se implementaran y las acciones que se tomaran en un futuro, esto requiere de un análisis técnico, un análisis de mercado, un análisis financiero y un análisis administrativo.

2.1.1. ANÁLISIS TÉCNICO.

El análisis técnico operativo tiene como objetivos los siguientes puntos:

- ✓ Analizar y definir la localización, tamaño, equipos, área y el servicio.
- ✓ Analizar y definir qué tan optimo es el proyecto.
- ✓ Análisis de la cantidad o disponibilidad de insumos y materia prima.
- ✓ Descripción del proceso e identificación de este.
- ✓ Organización jurídica legal humana de la correcta ejecución del proyecto y su operación.

2.1.2. ANÁLISIS DE MERCADO.

Este análisis determina el segmento de población su demanda, precio y viabilidad, sus medios de distribución, la tendencia que se obtiene a partir de los consumidores, se tiene como punto de referencia el análisis de mercado ya que de

ahí inicia el negocio, esto requiere que atienda las necesidades de los consumidores y las dudas que surjan por tanto se compone el análisis de mercado.

2.1.2.1 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO.

Descripción verídica de sus características, material y la variedad de diferentes calidades del producto, su segmentación con clasificación de mayor consumo, costos de las diferentes referencias, precios, uso y variedad de diseños.

2.1.2.2 INVESTIGACIÓN DE MERCADO.

Proporciona datos de las diferentes fuentes de información que son realmente necesarios para la toma de estas decisiones y así mismo determinar su viabilidad.

2.1.3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

Determina el segmento y la cantidad de población que se encuentra solicitando estos productos o servicios, referente a su tendencia y moda en el mercado.

2.1.4. ANÁLISIS DE LA OFERTA.

Detectar en que sector se puede ofertar determinado producto o servicio, así mismo fijando un precio y las condiciones económicas destinadas a adquirirlo.

2.1.5. ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN.

Se define de qué manera se hará entrega del producto al cliente, en el cual se analizan los canales de distribución, el tiempo y lugar estimado de entrega.

2.1.6. ANÁLISIS DEL PRECIO.

Se analizan los precios por los cuales compran habitualmente los posibles clientes a la competencia, determinando esto se evalúan los precios y se define un valor fijo manteniendo la viabilidad.

2.1.7. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO.

2.1.7.1 ANÁLISIS ECONÓMICO.

Se realiza el debido estudio financiero y las tablas en los balances para evaluar cada una de las etapas revisando la información obtenida con el fin de determinar valores y viabilidad económica para el negocio, teniendo en cuenta las inversiones iniciales realizadas la recuperación de este capital y como se tendrá el proceso para lograr este sin perdida alguna, contando con una amortización y una base a partir de estudios técnicos, así mismo determinar la demanda o el punto en el cual se mantendrá una estabilidad como lo es el punto de equilibrio.

2.1.7.2 EVALUACIÓN ECONÓMICA.

Con la metodología por medio de un estado de resultados, proyección de ventas se realiza una evaluación de periodos en los cuales la empresa puede tener su punto bajo, medio y de equilibrio teniendo presente el valor monetario con el tiempo, el valor presente neto y el rendimiento de la tasa interna del negocio, se evalúan cada una de ellas anualmente revisando la viabilidad y punto de equilibrio para la recuperación del capital invertido y del desarrollo del proyecto frente su estudio financiero.

2.1.8. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO.

Son las características requeridas para modelos de dirección, mecanismos de

control, necesarias para el diferente personal que se tiene en el negocio, organigramas y políticas de parte de la administración hacia el personal de cada una de las diferentes áreas.

2.2 MARCO LEGAL.

2.2.1. ANÁLISIS LEGAL.

2.2.1.1. ARTICULO 1 LEY 11 DEL 1979.

EMPRENDIMIENTO: Esa manera de pensar y actuar organizando las ideas, razonando continuamente cada proceso que se lleva a cabo con una visión global del entorno en el que se encuentra equilibrado y se obtiene una gestión en el riesgo ya calculado, para la creación y evaluación de la empresa beneficiando a esta, la economía y a la sociedad en general.

PLANES DE NEGOCIO: Este escrito u documento contiene claramente cada uno de los objetivos definidos y cada proceso que se lleva a cabo para un plan de negocios para alcanzar las metas y los objetivos ya propuestos.

2.2.1.2. ARTICULO 2 LEY POR OBJETO

Promover y llevar a cabo cada idea de las personas dispuestas a tomar la iniciativa de emprender o que trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que se encuentran establecidos bajo normal y la constitución.

Disposición de principios normativos que toman bases de la política del estado y toda el área jurídica y constitucional para la promoción y desarrollo del emprendimiento, planes de negocio y la creación de empresas.

Creación de un marco de leyes que fomenten el desarrollo de la cultura y del emprendimiento en todo el territorio para la sana convivencia.

Mejoras en el entorno institucional para la creación de nuevas empresas e inducir estas para un mejor desarrollo en cada una de sus condiciones.

2.2.1.3. ARTICULO 3 PRINCIPIOS GENERALES.

Formación de cada aspecto y valor que genere o desarrolle el ser humano u su comunidad, tal como la autoestima, autonomía y el sentido de pertenencia en cada uno de ellos dentro de la comunidad, el manejo de los recursos en sociedad y la estimulación de cada proceso que se realiza permanentemente.

Fortalecimiento en cada proceso asociativo y en equipo entorno a los trabajos que se realizan con la comunidad y los proyectos productivos con responsabilidad y dedicación en estos procesos de formación cultural enfocado en el emprendimiento

Apoyo en los procesos que se viene desarrollando en cada uno de los proyectos sociales, culturales a nivel regional o departamental en su caso.

2.2.1.3. ARTICULO 4 OBLIGACIONES DEL ESTADO.

La promoción y desarrollo en cada entidad educativa para formarles y no, en el sistema vinculado educativamente para la estimulación de la eficiencia y calidad en cada servicio productivo de capacitación otorgado por el ente encargado.

Buscar periódicamente recursos destinados para el apoyo de emprendimientos registrados en el ministerio de comercio, con dineros públicos que ofrezcan

nuevas formas de proyectar la calidad de vida y la formación de la comunidad registrados así mismo en la industria comercio para su legalidad y cumplimiento.

Las inversiones para generar condiciones óptimas en las diferentes regiones para el fortalecimiento y nuevos fondos que apoyen nuevas empresas, fondos económicos de capital semilla para estas inversiones y su sostenimiento en el proceso.

2.2.1.4. ARTICULO 5 MARCO CONSTITUCIONAL.

La Red Nacional para el Emprendimiento compuesta por comercio, industria y turismo quienes están integradas por delegaciones instituciones o entidades encargadas como lo son: ministerio de comercio, industria y turismo, ministerio de educación nacional, protección social, departamento nacional de planeación, la dirección general del servicio nacional de aprendizaje (SENA) son los entes que componen y confirman esta red nacional para el emprendimiento.

Para el desarrollo de todos los planes de negocio y emprendimientos se confirman por las diferentes directrices como lo son representantes legales que continúan desarrollando modos alternos de apoyos socioeconómicos para la población más vulnerable y la enseñanza por parte del estado continuamente de la educación superior como uno de los fortalecimiento que brindan para el desarrollo empresarial e innovador en el cual participan delegados de las diferentes asociaciones y el cumplimiento de las leyes como la ley 115 armonizar proyectos educativos institucionales pertinentes a lo ya acordado bajo la ley.

Promover los diferentes escenarios para el continuo desarrollo de los planes de negocio u emprendimientos en ferias empresariales, charlas educativas o foros comunitarios donde participen y se sumen inversionistas a estos proyectos,

actividades orientadas a la formación, concursos y apoyo de asociaciones vinculadas a los diferentes programas de formación que se brindan a la medida del proceso.

2.2.1.5. REGISTRO LEGAL Y CONFIRMACIÓN DE LA EMPRESA

Registro en la cámara de comercio: es un proceso jurídico que se debe realizar para que la empresa pueda funcionar de manera formal en el país, es necesario acreditar los nuevos negocios para obtener beneficios en temas de capacitación, normativas y captación nuevos clientes gracias al registro mercantil. Se debe realizar la formalización de la empresa siguiendo los lineamientos legales correctamente para evitar inconsistencias fiscales, es muy importante hacer los trámites relacionados con los registros en las instituciones recaudadoras de impuestos como la DIAN y la alcaldía local, también cumplir los requisitos legales exigidos con respecto a la contratación de personal con las prestaciones sociales correspondientes según el código sustantivo de trabajo.

3. DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO

3.1 ESTUDIO DE MERCADO.

Este estudio tiene como finalidad obtener datos cuantitativos y cualitativos que permitan conocer la oferta y demanda. Dentro de los componentes de este estudio se identifica el comportamiento de la industria del cuero vegano y el cómo va evolucionado, seguido a esto se analiza el mercado y su segmentación para poder determinar su tamaño; se realizó una investigación descriptiva con el fin establecer las características de los clientes potenciales, teniendo muy presente los competidores del sector a nivel local y nacional, finalmente se muestran las estrategias de mercadeo.

3.1.1. CONCEPTO DEL NEGOCIO O NATURALEZA DEL PROYECTO.

BUCUEROS, es una marca innovadora que usa fibras vegetales (Cuero Vegano) en un mercado tradicional en la ciudad de Bucaramanga con una nueva alternativa sustentable en el sector marroquinero, elaborando productos eco- amigables con el medio ambiente.

Análisis del sector (cómo está la industria- Indicadores de evolución – Indicadores de estructura)

3.1.2. CÓMO ESTÁ LA INDUSTRIA DEL CUERO VEGANO

Un colombiano patentó un cuero vegano a base de fique y ahora está instalando una planta en Itagüí con capacidad de producir tres millones de metros al año, el 80 % de los cuales será exportado a países como Australia, Canadá, Reino Unido, Alemania y Holanda.

Alejandro Moreno es un inventor colombiano con más de 30 años de experiencia trabajando en Inglaterra en la investigación y el desarrollo en industrias como recubrimientos electrostáticos, serigrafía, textiles no tejidos y caucho. Además, es miembro de la Real Academia de Ingeniería de Inglaterra.

Y en su regreso a Colombia fundó Fiquetex, una empresa que busca dar alternativas sostenibles para el sector textil. (Camilo Vega Barbosa, 2020)

3.1.3. INDICADORES DE EVOLUCIÓN.

Cada vez son más los consumidores en todo el mundo que invierten y priorizan moda sostenible y respetuosa con el medioambiente. Este cambio de tendencias ha supuesto un 'tirón' en la industria productora del llamado cuero vegano, una industria que se calcula valdrá cerca de 90.000 millones de dólares en 2025.

Según el último estudio de Infinium Global Research, la industria del cuero lleva creciendo al 49,9 por ciento anual desde 2019. Los autores de este informe prevén que continúe haciéndolo a un ritmo similar hasta finales de 2025, cuando alcanzara un valor de casi 90.000 millones de dólares. (Rodríguez, 2021)

3.1.4. ANÁLISIS DEL MERCADO.

Datos generales: Industria manufacturera en Santander aumentó producción en 8,0% en julio, según el Dane, La producción real de la industria manufacturera en el país logró durante julio presentó una variación de 3,5%, frente al mismo mes de 2018, según la Encuesta Mensual Manufacturera del Dane.

Por ciudades, Bucaramanga con 14% en producción anual fue la segunda en contribución a la industria del país, artículos de viaje y bolsos de mano en cuero (14,3 %). (Vanguardia.com, 2019)

3.1.5. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO DEL SECTOR INDUSTRIAL.

BUCUEROS: Un plan de negocio que innovara la industria marroquinera y nueva alternativa sustentable para un público que desea conservar el medio ambiente de una manera responsable, dirigido a personas entre los 18 a 60

años de cualquier género, que se encuentren ubicadas en el área metropolitana principalmente la ciudad de Bucaramanga, sean empleadas o independientes, dispuestas a pagar entre \$200.000 y \$300.000 por un producto que cumpla con un buen precio, calidad y diseño.

Se establece este segmento de posibles clientes potenciales mediante una encuesta online en la que participaron 253 personas donde el 94.1% de ellas estarían dispuestas a comprar un bolso elaborado con cuero vegano.

3.1.6. TAMAÑO DEL MERCADO.

Para efectos de poder cuantificar el mercado se ha tomado como referencia el promedio de clientes potenciales entre los 18 a 60 años de edad, en la ciudad de Bucaramanga que estarían dispuestos a pagar entre 200 mil y 300 mil pesos por un bolso de cuero vegano. Según datos del Censo Nacional de Población y Vivienda 2018 del Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas, Dane, en el país hay 41 millones 468 mil 384 personas. De ellas, 2 millones 8 mil están ubicadas en Santander, de acuerdo con la población censada. En Bucaramanga y su área metropolitana se ubica el 55,3% de la población (Un millón 111 mil 999 habitantes). Y la capital santandereana sigue siendo el municipio con el mayor número de habitantes, con 528 mil 855. (Vanguardia, 2019)

3.1.7. PRODUCTOS FABRICADOS.

Se van a fabricar 7 diseños de bolsos para dama y caballero, elaborados con fibras vegetales de la hoja de piña que después de varios procesos imita la apariencia del cuero vegano, en el mercado se conoce como Piñatex.

3.1.8. ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR / CLIENTE.

3.1.8.1 PERFIL DEL CONSUMIDOR:

El consumidor de BUCUEROS, son personas responsables con el medio ambiente al obtener un producto alternativo sostenible, abiertos a ideas innovadoras, mezclando lo clásico con lo moderno para tener este producto con un diferencial al del mercado tradicional, busca un precio asequible que se ajuste a su salario y a su presupuesto, diseño y colores a su gusto, no hay limitación todo va entorno a la calidad del producto, obteniendo un accesorio ajustado a su presupuesto a su gusto y completamente identificado con su elección al realizar la compra en BUCUEROS una alternativa sostenible y amable con el medio ambiente para el desarrollo e innovación en la industria.

3.1.9. INVESTIGACION DEL CONSUMIDOR.

Para conocer la opinión de los consumidores con respecto al producto se realiza una recolección de información relevante por medio de una encuesta formulando preguntas que recogen datos sociales, psicológicos, demográficos y económicos, a varias personas del entorno de los entrevistadores, conociendo su opinión acerca del producto.

A partir de las respuestas los consumidores se puede predecir su comportamiento y predisposición con el producto.

3.1.10 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.

Se identificaron tres tipos de competidores, directos, complementarios y suplementarios, especializados en el sector de la marroquinería, fabricantes de accesorios como bolsos, que se encuentran ubicados a nivel local, nacional e internacional, reconocidos por su trayectoria en el mercado, innovación, calidad y precios.

3.1.10.1 COMPETENCIA POR SIMILITUD DE CONCEPTO DE NEGOCIO- LOCAL

En la ciudad de Bucaramanga existe una oferta de dos grandes almacenes, los cuales son los sitios de preferencia del consumidor potencial de BUCUEROS: VINTRO Y RIVANO.

ANÁLISIS DE RIVANO (RIVANO/2015)

RIVANO, Cueros al vegetal, es una empresa marroquinera, que inicio labores en 1989 con tradición en el sector, desde el proceso de su principal materia prima el cuero de curtido al vegetal, de alto contenido ecológico hasta el diseño, manufactura y comercialización de sus tantos productos billeteras maletines, bolsos, cinturones y calzado todos con una identidad definida frente a los demás productos del mercado.

ANÁLISIS DE VINTRO (VINTRO/2015)

VINTRO, La Historia de Vintro comienza en el año 2011, cuando tres amigas (Ana, Naty y Cata) deciden unirse para crear un mundo lleno de fina coquetería. Siguiendo su gusto por un estilo retro, vintage y shabby chic, se crea una marca de productos novedosos inspirados en la nostalgia y la estética que se refleja en diseños románticos, elegantes y delicados, característicos del paisaje social que vivía la antigua Europa a finales del siglo XIX. Teniendo 10 años posicionando su marca en el mercado como lo es VINTRO, preferida por la elegancia y lo versátil al gusto de las mujeres Bumanguesas.

3.1.10.2 COMPETENCIA POR SELECCIÓN ACTUAL DEL CONSUMIDOR-NACIONAL

ANÁLISIS DE VELEZ(VELEZ/2021)

Con su objetivo de implementar la economía circular en la marca y desmitificar que la producción no puede ser sostenible, Vélez ha fortalecido sus procesos desde su planta de transformación de cuero en Amagá, Antioquia.

En las instalaciones, que emplean a 400 personas (300 del municipio) se realiza el proceso de: pelambre, curtido, recurtido y secado del cuero, el cual, una vez terminado, es llevado a la planta de Medellín para hacer el proceso de confección.

ANÁLISIS DE MARIO HERNANDEZ-MH- (MARIO HERNANDEZ/2021)

La línea está pensada para los conocedores y amantes de este noble material, para quienes aprecian la mágica sensación de la piel, su olor y su belleza natural. En FUNDACIÓN, la marca lo exalta en su expresión más pura, simple, pero, a la vez, imponente. Elaborada en 100 % cuero colombiano de curtición vegetal (en su tratamiento se utilizan taninos producidos por una gran variedad de especies vegetales, lo que lo hace amigable con el medio ambiente), desarrollado en San Gil, una pequeña ciudad en el departamento de Santander al norte de Colombia, y protagonizada por modelos atemporales, la colección permite revelar la historia de una materia prima que va adquiriendo carácter con el paso del tiempo gracias a sus huellas y marcas originales.

CUADRO COMPARATIVO: ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Tabla 1. Cuadro comparativo de la competencia

| | RIVANO | MARIO HERNANDEZ | VINTRO | VELEZ |
|--------------------------------|---|---|---|--|
| TIPO DE COMPETENCIA | Complementaria | Suplementaria | Directa | Suplementaria |
| AMBITO GEOGRAFICO | Regional | Multinacional | Nacional | Multinacional |
| PRODUCTOS | Billeteras, bolsos y carteras, para dama y caballero zapatos llaveros | Accesorios, billeteras, varios tipos de bolsos, prendas, zapatos, maletas de viaje perfumes | Bolsos, morrales, accesorios. | Bolsos, calzado, marroquinería y prendas de vestir. |
| CARACTERISTICA | Productos de cuero curtido al vegetal, textiles y sintéticos de la mejor calidad | Fabrica accesorios en cuero de lujo | Productos novedosos inspirados en la nostalgia y la estética, característicos de la antigua Europa | Alta especialización en la manufactura del cuero, buscando un concepto diferenciador en diseño. |
| CALIDAD | Buena | Alta calidad | Buena | Buena |

| PRECIOS | 15mil-430mil | 200mil - 4 millones | 98 mil - 230 mil | 100 mil - 900 mil |
|-------------------------|---|--|---|---|
| CANALES DE DISTRIBUCION | Redes sociales, tienda físicas y páginas web, franquicias | Redes sociales, tienda físicas y páginas web, franquicias, exportación | Redes sociales, tiendas físicas y pagina web. | Redes sociales, tiendas físicas y tienda online, exportación, ferias. |
| AÑOS EN EL MERCADO | 33 años | 44 años | 9 años | 36 años |

Nota: Elaboración propia

3.1.11 ESTRATEGIA DE MERCADEO

Por medio de la observación e investigación hacia la competencia, se identificaron unas las estrategias fundamentales que se pueden aplicar inicialmente en el negocio, debido a su poca complejidad e inversión y que han funcionado en otras empresas líderes en el sector de la marroquinería. Cada organización tiene una esencia de marca que la hace diferenciarse y destacar por encima del resto, también cuentan con una estrategia de distribución, ya que manejan varios tipos de canales para llegar a los clientes lo más pronto posible, la mayoría emplean los diferentes tipos de estrategias que existen para ofrecer los mejores precios a la segmentación que manejan, por otra parte, realizan acciones desde marketing con el objetivo de diseñar, producir o mejorar sus productos con el fin de satisfacer las necesidades los consumidores y esto lo logran gracias a las estrategias de producto; algo que es muy notable de estas empresas es que aprovechan todos los medios de comunicación a su alcance darse a conocer. Estas estrategias les han garantizado el éxito y su larga trayectoria en el sector.

3.1.11.1 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCION

Inicialmente se llevará a cabo la estrategia de distribución intensiva, esto con la intención de llevar los productos a varios puntos de venta comercializadores de bolsos para conseguir una amplia cobertura en la ciudad, así se pretende llegar a las clientes de manera rápida sea con la compra del producto o que reconozcan la marca, por otra parte, también se recurrirá a los vendedores

minoristas, aquellas personas que estén dispuestas a vender los productos desde su casa, estos distribuidores tendrán un descuento según la cantidad de bolsos que compren.

3.1.11.2 ESTRATEGIAS DE PRECIOS

Para establecer los precios se analizaron varios factores, inicialmente los costos de fabricación, la cantidad de dinero que los clientes estarían dispuestos a pagar y los precios que maneja la competencia. Tomando en cuenta que se van a elaborar siete diseños de bolsos, ofreciendo variedad en la selección del consumidor, quien va a realizar una compra libre de culpa ya que son productos innovadores, amigables con el medio ambiente y libres de crueldad animal, que garantizan una excelente calidad.

Costos de fabricación: Dentro de estos costos se contempló el precio de los insumos y la materia prima, el tiempo que la mano de obra gastaría fabricando cada diseño de bolso y el consumo de energía de las máquinas, sumando todo esto da el costo de unidad. Ahora para sacar el precio de venta se usó la siguiente formula:

$$PRECIO DE VENTA = \frac{COSTO POR UNIDAD DE PRODUCCION}{(1 - MARGEN DE GANACIA ESPERADO)}$$

El margen de ganancia establecido fue del 50%, se decidió así para obtener más utilidades.

3.1.11.3 ESTRATEGIA DE PRODUCTO

Se creo un tablero visual para conseguir la inspiración de los diseños llamado Moodboard, gracias a esta herramienta surge creatividad, plasmando imágenes relacionadas con el propósito de la empresa y lo que quiere entregar a los clientes, en este caso moda y ecología, además de ofrecer una variedad en diseños con especificaciones.

3.1.11.4 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Actualmente es muy común hacer marketing por redes sociales ya que es más fácil mostrar los productos y hacer que la marca esté presente en la vida cotidiana de los consumidores. Las redes permiten el acercamiento a los clientes, es todo un mercado exitoso usado por muchas organizaciones, al cual tienen acceso miles de personas.

Para esta estrategia se tomarán medios de comunicación masivos, como lo es WhatsApp, plataformas de contenido como lo son Instagram, Facebook, Twitter entre otras; por las cuales se compartirá contenido informativo de la empresa en estas redes sociales, dando a conocer la marca no solo de manera física si no digital, describiendo sus fuentes de inspiración y sus características, usos correctos de estos, logrando captar un mayor público para realizar una expansión de medios digitales que atraiga posibles clientes o empresas interesadas en adquirir dotaciones o productos al detal.

3.2. ANÁLISIS TÉCNICO – OPERATIVO

3.2.1. TAMAÑO DEL PROYECTO

3.2.1.1 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

Para determinar este aspecto solo se tuvo en cuenta un factor que se consideró demasiado relevante, el cual es la cantidad de cuero vegano que la empresa puede producir diariamente con la maquinaria y el personal planeado, teniendo en cuenta que para fabricar una lámina de m² de Piñatex se necesitan dos empleados que tardarían aproximadamente una 50 minutos realizando toda la transformación de las fibras hasta convertirlas en el material deseado, por lo tanto diariamente se podrían elaborar ocho láminas; una vez listas estas pasarían directamente al taller de costura, donde un operario experto se encargará de ensamblar la misma cantidad de bolsos, es decir el

número de bolsos terminados será directamente proporcional al número de láminas que se fabriquen diariamente.

3.2.1.2 TOMA DE DECISIONES DE LA PRODUCCIÓN.

Tabla 2. Toma de decisiones de la producción

| Producir cuero vegano | Elaborar bolsos |
|--|--|
| Dentro de la planta de Bucueros habrá un proceso encargado de fabricar la materia prima principal que es el cuero vegano, haciendo compra del no tejido, con este se harán las láminas que posteriormente pasarán a corte de moldes. | Se encargada directamente de la fabricación de los bolsos, esto con la intención vigilar y cuidar la calidad de los bolsos, el diseño y principalmente porque la materia prima principal que requiere de mucho cuidado en su manipulación. |

Nota: Elaboración propia

3.2.2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Bucueros inicialmente ha decidido empezar con una colección de bolsos inspirados en estilos universales de moda, elaborados en cuero vegano de siete colores neutros, con múltiples compartimientos, aza multifunción, acabados de herrajes, broches y remaches. Los diseños son tipo drawstring, mochila, trapezoidal, duffle bag y croosbody.

3.2.3. REQUERIMIENTOS DE DISEÑO DE COLECCIÓN

Tabla 3. Requerimientos de colección

| Criterios | |
|-------------------------|---|
| | Asas: Estas deben tener una longitud amplia que se pueda ajustar a la medida deseada, del hombro a la cintura. |
| Practicidad y ergonomía | En la parte más alta será acolchada dependiendo del tamaño del bolso. En algunos diseños esta se removible. |
| | Bolsillos: Compartimiento principal espacioso, bolsillos internos y externo con cierre. |
| Diseño | Asa: Flexible a un bolso de mano, un solo hombro o un bolso de cuerpo cruzado. |
| | Herrajes: En metal o níquel, no se usa el plástico en estos insumos. |

| | |
|---------|--|
| | <p>Cierres: Los externos deben ser metálicos del mismo color del bolso y los internos son de poliéster.</p> <p>Cuero: Único color neutro, igual que el hilo y tela de forro.</p> <p>Rebanado: este proceso solo es necesario para piezas externas como tapas, correas y bolsillos.</p> <p>Algunas piezas requieren tener cuero por ambas caras.</p> |
| Técnico | <p>Los bolsos deber ir forrados en su interior al igual que los bolsillos, el forro debe estar sujeto a la base del bolso para que no salga o se corra</p> <p>Costura recta y precisa, no se puede descoser debido a que pueden quedar marcas.</p> |

Nota: Elaboración propia

3.2.4. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

El proceso productivo de Bucueros inicia con la obtención de las fibras de la hoja de piña, ya lavadas y suavizadas por parte del proveedor, que después de ser inspeccionadas, se trasladan a la maquina punzonadora donde se repisan tres veces hasta lograr el espesor deseado que luego se convierten en una manta de no tejido de un metro cuadrado, posteriormente se realiza la aplicación del acabado resinado usando el método de print bonding, esto se hace con una resina a base de agua o acrílica, también se le adhiere copolímeros y aditivos para dar el efecto cuero, por medio de la técnica de espray bonding se aplica resina biodegradable llamada nuva tp y para finalizar se realiza el termofijado, teniendo como resultado una lámina de cuero vegano.

Esta lamina pasará directamente al área donde será cortada acorde al molde del diseño seleccionado, una vez listas las piezas, el personal a cargo hará su ensamblaje y colocación de cierres y herrajes hasta armar el bolso, luego viene los acabados finales que constan en quitar pelusa, perfeccionar detalles y realizar el empaçado, ya por último se transporta el producto terminado para ser comercializado.

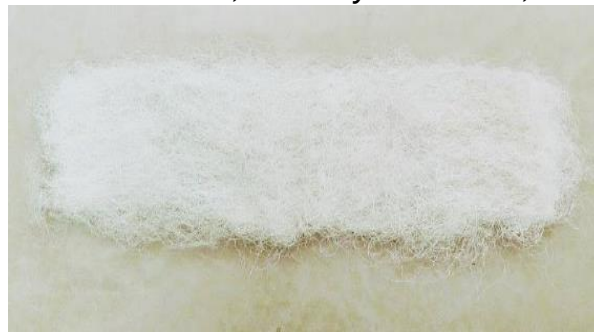
3.2.5. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

3.2.5.1 MATERIAS PRIMAS E INSUMOS

Para la elaboración de cuero vegano se necesita:

- ✓ **Fibras de hojas de piña:** se adquieren las fibras de proveedores locales, las fibras ya deben haber pasado por el proceso de desfibrado, lavado y suavizado, cardado, al momento de comprarlas. En la siguiente se muestra como Bucueros compra la fibra.

Figura 1. *Fibras de hoja de piña después de los procesos de desfibrado, lavado y suavizado, cardado.*



Nota: Fuente. (ANDRADE, 2018)

- ✓ **Resina:** a base agua compuesta de resinas acrílicas, copolímeros y aditivos denominada “Efecto cuero”.
- ✓ **Nuva TP:** Resina 80% biodegradable.
- ✓ **Espesante Novaprint TC ultra R:**
- ✓ **Pigmento de los colores deseados**
- ✓ **Herramientas:** para la preparación de las resinas es necesario tener elementos como: vaso de precipitación, barra de agitación, cuchara, marco de estampación, malla de un mesh n 27 y 60, racla.

Para la elaboración de bolsos:

- ✓ **Cuero vegetal:** Este material como materia prima principal debe ser suave, flexible, fácil de moldear, además muy resistente a la manipulación, con una textura muy similar a la de la piel animal.
- ✓ **Seda impermeable:** Este textil versátil y liviano, a base de poliéster, gracias a sus propiedades no absorbe líquidos y evita que el cuero se oxide o se manche; resistente a los desgarres por manipulación o costuras, además que se pueda ajustar y sujetar al cuero vegano.
- ✓ **Herrajes:** Deben ser de metal inoxidable ya sea de níquel o el acero; estas suelen ser piezas visibles y funcionales por lo tanto deben ser resistentes al peso y a la manipulación, además este material le proporciona un acabado elegante al bolso.
- ✓ **Hilo:** Este debe resistente, apropiado para el material y del mismo color del bolso, como lo es la seda poliéster.
- ✓ **Herramientas:** Se hará uso de tijeras, bisturí; Martillo, una mesa fija grande, escuadras, regleta.
- ✓ **Moldes:** Estos son indispensables, pues de ellos dependen los diseños.
- ✓ **Mano de obra experta:** Personal calificado para llevar acabo cada uno de los procesos y dar cumplimiento con producción requerida.

3.2.5.2 NECESIDADES TÉCNICAS Y TECNOLÓGICAS:

Para la elaboración de cuero vegano.

- ✓ **Máquina punzadora:** Esta se usa para la fijar las mantas de fibra mediante la técnica de punzado.
- ✓ **Máquina termo fijadora:** Esta máquina es importante para el proceso de resinado, ayuda a que los químicos reaccionen y tengan más fijación sobre el no tejido.
- ✓ **Aerógrafo compresor:** para aplicar resinas por medio de los métodos print bonding y el método de spray bonding.
- ✓ **Horno secador:** sirve para efectuar el termofijado.
- ✓ **Balanza electrónica:** es necesaria para pesar las cantidades de los químicos necesarios para preparación de resinas.

- ✓ **Temperatura:** el control de la temperatura es muy importante, dentro de proceso de termofijado se requiere una temperatura de 160° C para la resina Nuva TP es de 180°C para el termofijado de la resina efecto cuero.

Requerimientos tecnológicos para el taller de marroquinería

- ✓ **Máquina de coser industrial:** estas sirven también para coser cuero, deben tener triple arrastre brazo libre ara trabajos en zapatos, chaquetas, bolsos.
- ✓ **Divididora de pieles o cuero:** Debido a su compleja manipulación y costura de algunas piezas, estas necesitan ser más delgadas para eso se utiliza esta máquina, también se consigue un acabado más delicado.
- ✓ **Troqueladora manual para piel:** para diversos cortes sobre moldes.
- ✓ **Prensa troqueladora o remachadora:** sirve para la instalación de herrajes metálicos como ojales, remaches, botones, broches, etc....

3.2.6. SELECCIÓN DE PROVEEDORES

Es importante elegir los proveedores que se adapten a necesidades particulares de la empresa, ya que estos tienen un rol importante dentro de la cadena de valor. Se tienen en cuenta varios aspectos importantes aparte de tener una buena reputación y que sea fácil tener una relación comercial, además de otras cualidades como ofrecer buenos precios al por mayor, que tengan una ubicación dentro de la ciudad, además de descuentos y promociones, lo más importante calidad y variedad, por lo tanto, se analizaron estos aspectos en proveedores de insumos y herrajes, realizando las respectivas cotizaciones y comparando precios.

3.3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO O ESTUDIO ORGANIZACIONAL

3.3.1. CONCEPTO DEL NEGOCIO

BUCUEROS diseña, crea y comercializa productos elaborados en fibras vegetales (Cuero Vegano), Su propuesta de valor se basa en una alternativa

sustentable, ofreciendo novedad en los diseños, buscando técnicas de mejora para la automatización de la empresa, también la búsqueda de fibras vegetales de distintas clases para fortalecer el producto.

3.3.2. PLANEACIÓN ESTRATEGICA

La estrategia organizacional de Bucueros comienza con el deseo de introducirse en el mercado e ir desempeñándose progresivamente hasta convertirse en una organización altamente competitiva, por lo tanto, se va planificar todas aquellas acciones necesarias para alcanzar los resultados esperados.

Gracias a la misión se puede determinar la razón por la cual Bucueros existe como organización y la visión mostrará el camino al que se dirige la organización y el cómo se van a cumplir los objetivos a mediano y largo plazo.

3.3.2.1 ANÁLISIS DE LA MISIÓN Y VISIÓN

Bucueros quiere entrar a un mercado bastante dinámico y competitivo en la región, llevando innovación, calidad y creatividad, pero lo más importante es brindar otra alternativa para aquellos consumidores ecologistas. Esta idea de negocio surge de la preocupación y la búsqueda de soluciones que ayuden a mitigar el impacto ambiental causando por la ganadería y curtimbres, mostrando a los consumidores que existen otro material que puede sustituir al cuero animal. Teniendo esto muy claro la alta gerencia tendrá el compromiso de encaminar la empresa a ser líder en el sector.

3.3.2.2 ANÁLISIS DOFA

La metodología para el análisis DOFA tiene como función brindar un diagnóstico del estado general de la empresa, identificando aquellos factores internos o externos que pueden beneficiar o afectar negativamente el desempeño de la empresa. Esta herramienta muestra un panorama más

amplio sobre la situación de la organización para tomar decisiones oportunas con el fin de buscar la mejora continua, contribuyendo a un mejor desarrollo empresarial, realizando de manera general revisiones en las diferentes áreas, comprobando con exactitud cada aspecto por mejorar, así como también permite visualizar los aspectos positivos que sirven como ventaja para sacarles provecho.

Para identificar las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas se analizó principalmente la propuesta de valor y la necesidad de posicionar la marca en un mercado tan competitivo.

3.3.2.3 ANÁLISIS PEST

El análisis realizado en el proceso de la creación del plan de negocios, evaluando por este método la perspectiva que se tiene frente a las diferentes operaciones, orientaciones a nivel externo y elementos que puedan influir en el daño de las actividades tanto presentes como futuras, esta también representa una estrategia para la empresa frente al mercado objetivo, con el fin de detectar a tiempo y de manera segura las debilidades y amenazas que puedan estar presente, ayudando así mismo a la empresa a lograr su objetivo y estar sobre la competencia.

3.3.2.4 ANÁLISIS 5 FUERZAS DE PORTER:

Este análisis tiene varios componentes para el plan de negocio los cuales son para realizar un análisis y medida de los recursos que se tienen, por los cuales se planifica y busca las condiciones óptimas para definir estrategias que ayuden a impulsar las oportunidades y sus fortalezas para enfrentar los canales competitivos, cada una de las debilidades del negocio frente a estos, brindando un soporte documental y técnico al plan de negocio para analizar las diferentes situaciones que se pueden dar en el proceso.

3.3.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Para lograr objetivos y alcanzar resultados, como la mayoría de empresas Bucueros maneja una estructura organizacional única, con esta se planea la repartición de funciones y la formalización de las responsabilidades, de esta forma se pretende mostrar cómo funciona la organización según los roles que le corresponden a cada empleado, siguiendo los respectivos procedimientos para desarrollar sus labores, estipulados en el manual de funciones.

3.3.4. MANO DE OBRA

Bucueros contratará personal competente de acuerdo a los requerimientos de la estructura organizacional y el manual de funciones, el tipo de contratación será directa e indirecta acorde a los derechos labores de Colombia, con contratos a término fijo y por prestación de servicios, esto según el cargo. Se contará con personal certificado en la parte administrativa y comercial, ya en la parte de operaciones será personal con amplia experiencia en marroquinería y elaboración de cuero vegano, en total serian 7 empleados distribuidos en las distintas áreas y un gerente que estará llevando el control de la empresa.

3.4. ESTUDIO FINANCIERO

A partir de estudios anteriores en donde se analizaron los aspectos necesarios para el funcionamiento de Bucueros, identificando el mercado, los requisitos técnicos y las necesidades administrativas, surge la evaluación económica del plan de negocios que contiene las proyecciones a 5 años, calculando la inversión inicial, los costos de fabricación del Piñatex y los bolsos

3.4.1. INVERSIÓN INICIAL

Esta inversión comprende todos los activos fijos adquiridos para poner en funcionamiento la empresa, en estos incluyen maquinaria, equipo e indumentaria, utilizadas en tanto en la fabricación del Piñatex como en la fabricación de los bolsos, se establecen los precios del producto, las ventas, el costo que toma cada producto, el equilibrio del presupuesto que tiene la

empresa para la inversión, determinando una base sólida para tener como resultado un estado completo de los costos, inversiones y todo lo que se añade al producto por medio de un estado de resultados donde se muestran los valores reales de las inversiones que inicialmente se realizaron y definieron. Tomando así mismo la capacidad en la que se encuentra la empresa para la fabricación y comercialización de productos en fibras vegetales (cuero vegano).

3.4.2. INDUMENTARIA Y HERRAMIENTAS

Estos elementos depreciables se usan dentro de la mayoría los procesos de la planta, son esenciales para la fabricación del Piñatex y todo lo relacionado con el armado de los bolsos, estos también hacen parte de los activos fijos.

3.4.3. ANÁLISIS DE COSTOS DE PRODUCCIÓN.

3.4.3.1 COSTOS PARA FABRICAR UN METRO CUADRADO DE PIÑATEX

En Bucueros se realizará la fabricación de la materia prima principal de los bolsos que son las láminas de metro cuadrado de Piñatex esto con el fin de ahorrar en costos, ya que importado vale en 35 a 58 euros el metro lineal que serían aproximadamente entre 147 mil a 244 mil pesos colombianos.

Aquí se incluyen los costos directos, que son los materiales necesarios para fabricar un metro cuadrado de cuero vegano, el consumo de servicios públicos en pesos y la mano de obra directa e indirecta.

3.4.3.2 COSTO PARA FABRICAR LOS BOLSOS

En este análisis se calculan todos los gastos necesarios para producir un bolso totalmente terminado, examinado sus etapas en el proceso de fabricación, aquí se incluyen los costos operativos variables como la materia prima directa e indirecta, al igual que la mano de obra y los servicios públicos, estos están directamente relacionados con la elaboración de los bolsos. Hay que tener en cuenta que como se van a elaborar diferentes diseños, algunos

requieren más o menos insumos, esto hace que varíe el costo de su elaboración.

3.4.4. NOMINA

La nómina se contemplan todos los requisitos exigidos por estado colombiano, obligatorios y que se debe retribuir a cada trabajador de la empresa, esta consta en pagar un salario mínimo legal vigente en Colombia, seguridad social y parafiscales, los cuales serán devengados mensualmente al empleado.

3.4.5. PRECIO DEL PRODUCTO

El valor de cada referencia de bolso fue asignado después de estimar los costos directos e indirectos, solo los insumos varían el costo y por lo tanto el precio de venta de los diferentes diseños.

Para determinar este precio se usó el método de costos, después de haberlos identificado y sumado, a este resultado se le agrego un margen de ganancia del 50%, dando un precio final que oscila entre los \$152.060 a \$173.204, sin IVA.

3.4.6. PROGRAMA DE VENTAS

Esta base como el desarrollo de plan de ventas es de importancia la cual dará iniciativa a mostrar en los diferentes canales de distribución, los productos elaborados en fibras vegetales(cuero vegano), los objetivos que se tiene ya pensados son los que respaldaran continuamente el crecimiento exponencial de la empresa junto a su misión en la participación de diferentes mercados enfocando una manera más sencilla de percibir la necesidad de sus clientes en la búsqueda de cumplir con cada una de sus necesidades.

Considerando cada una de la herramientas u estrategias que se han tenido en cuenta para el plan de negocio que se ha venido desarrollando enfocando al

cliente conforme a su perfil, sus patrones de compras a la hora de fijarse en el producto, gestionar cada una de las ventas y su proceso para una mejor organización, cumpliendo cada uno de los integrantes del equipo de ventas con su función y sus responsabilidades, por eso se determina un mejor rendimiento anticipado de la inversión y su viabilidad para el plan de negocios.

3.4.7. ESTADO DE RESULTADOS

3.4.7.1 ESTADOS FINANCIEROS

Se realizan con el fin de obtener una imagen de la situación financiera de la empresa y conocer su estado a futuro, con esto se permite hacer un análisis de las operaciones cantables de la empresa, se registran las ventas esperadas, los costos para producir como la materia prima, también el personal, la depreciación de los activos, todo esto para con el fin de calcular la utilidad bruta.

3.4.7.2 BALANCE GENERAL

Este estado financiero sirve para obtener información sobre los activos, pasivos y el patrimonio de la empresa, esto por un periodo de tiempo determinado, en este caso para cada año hasta el 2026. Con este informe es posible identificar las propiedades que dispone la empresa, la cantidad de deudas que tiene, los recursos y el aporte de los socios, reflejando a simple vista la situación económica de la empresa.

4. RESULTADOS

4.1. ESTUDIO DE MERCADO.

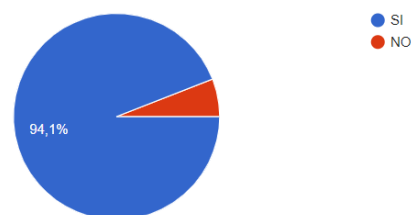
4.1.1. INVESTIGACIÓN DEL CONSUMIDOR.

La metodología realizada para la elaboración del proyecto y definir que factores atribuyen a este es por medio de una encuesta la cual contiene una serie de preguntas enfocadas al mercado en el cual se desea entrar, un producto con un valor realmente absequible elaborado con materiales alternativos (cuero vegano) obteniendo información cualitativa y cuantitativa de los posibles clientes que desean realizar la compra de este contribuyendo al medio ambiente, por este medio de encuesta se tiene una variedad de edades interesadas en la propuesta entre los 18 y los 60 años dando así un total de 250 personas interesadas en esta nueva alternativa, a partir de la encuesta que se realiza por google forms se muestran las cantidades y valores en los gráficos a continuación:

Figura 2. PreguntA N° 1

¿COMPRARIA USTED UN BOLSO ELABORADO EN FIBRAS VEGETALES(CUERO VEGANO)?

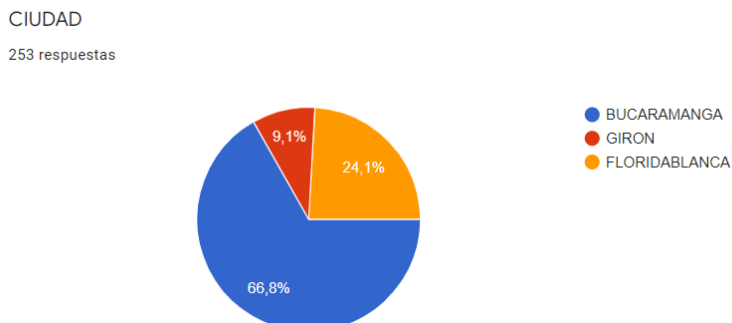
253 respuestas



Nota: Elaborado por Google forms

Para identificar los clientes potenciales e interesados en adquirir productos elaborados a base de fibras vegetales se realiza una encuesta la cual arroja los valores obtenidos en una graficas dividiendo el porcentaje de personas interesadas en comprar bolsos en cuero vegano.

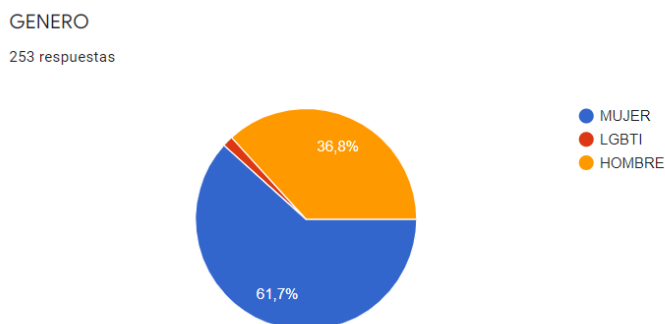
Figura 3. Pregunta N° 2



Nota: Elaborado por Google forms

Se obtienen los siguientes datos a partir de la encuesta realizada para definir los puntos con mayor interés en el producto para su comercialización y la ubicación en la que estos posibles clientes se encuentran en la zona central y aledañas.

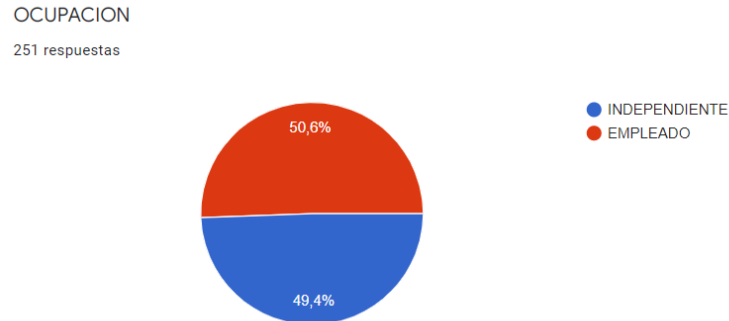
Figura 4. Pregunta N° 3



Nota: Elaborado por Google forms

De la encuesta realizada se obtienen datos los cuales identifican los diferentes géneros que han participado para la determinación de que porcentaje de la población quiere contribuir al plan de negocio con una idea nueva y amigable con el medio ambiente.

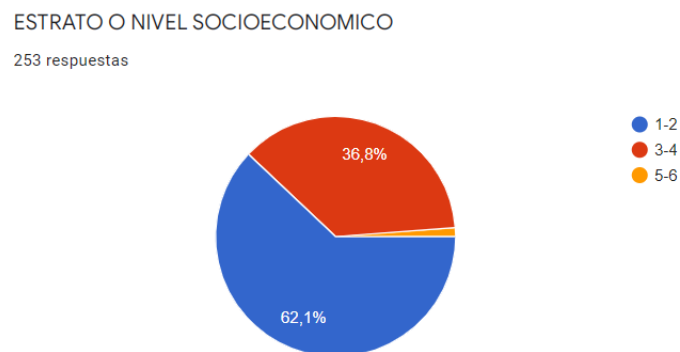
Figura 5. Pregunta N° 4



Nota: Elaborado por Google forms

Tomando como base en el análisis de la población que esta interesa en adquirir productos elaborados en fibras vegetales (cuero vegano), se encuentra en igualdad la población empleada e independiente con 1 o 2 SMLV que pueden adquirir de manera fácil un producto con estas características en la gráfica representan el número y porcentaje de datos obtenidos con la cual se determina la información para el plan de negocios.

Figura 6. Pregunta N° 5



Nota: Elaborado por Google forms

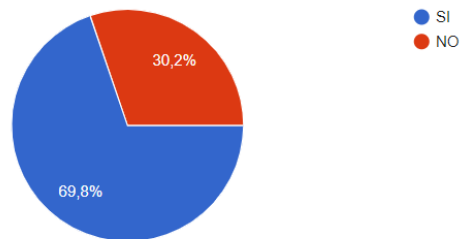
Se obtiene datos para la afinación de la población interesada en adquirir productos elaborados en fibras vegetales de los diferentes niveles socioeconómicos o estratos social los cuales muestran los valores en el grafico

a partir de las preguntas realizadas en la encuesta para analizar en qué rango se encuentran los posibles clientes y su participación.

Figura 7. Pregunta N° 6

¿HA COMPRADO ALGUNA VEZ UN BOLSO DE CUERO?

248 respuestas



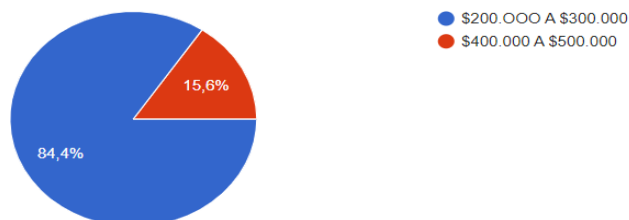
Nota: Elaborado por Google forms

Se realiza un análisis de que cantidad de personas han comprado bolsos de cuero tradicional que proviene de animales, por ello se encuesta que cantidad anteriormente ha realizado compra de estos y llegar a este público con una nueva alternativa y con un material diferente al que ya conocen para crear una clara distinción en lo tradicional con el nuevo plan de negocio el cual busca mejorar esta industria y su producto.

Figura 8. Pregunta N° 7

¿ CUAL ES EL RANGO QUE HAS CANCELADO POR UN BOLSO DE CUERO TRADICIONAL ?

218 respuestas



Nota: Elaborado por Google forms

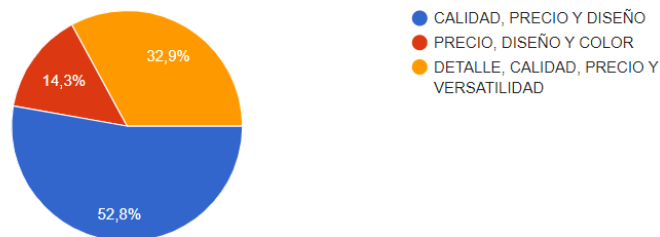
Se determina el valor que la población ha cancelado por bolsos de materiales tradicionales extraídos de los animales, se realiza el análisis de los

valores cancelados anteriormente por estos productos los cuales son elevados para algunas personas que solo tiene 1 SMLV por ello se busca una nueva alternativa la cual cada uno pueda adquirir un bolso elaborado en fibras vegetales.

Figura 9. Pregunta N ° 8

QUE CARACTERISTICAS MIRAS EN UN BOLSO A LA HORA DE COMPRAR

252 respuestas



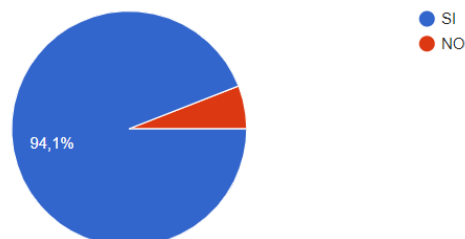
Nota: Elaborado por Google forms

Se determina las necesidades de la población que desean adquirir un bolso en cuero vegano que contenga las características que ellos desean en el producto los resultados obtenidos por medio de la encuesta fueron los que se presentan en la gráfica anterior por esto se definen que la mayoría desean una mayor calidad, precio y un diseño acorde.

Figura 10. Pregunta N°9

CONTRIBUYES AL MEDIO AMBIENTE ?

253 respuestas



Nota: elaborado por Google forms

Para el interés de la empresa es importante resaltar la contribución de las cuales nacen la necesidad de crear productos elaborados con materiales alternativos ayudando al medio ambiente y el desarrollo de nuevas herramientas con las cuales contrarrestar el daño ambiental que hacen las industrias de este tipo por ello se obtiene datos realmente importantes que hará crecer más este tipo de proyectos resaltando la amabilidad con el medio ambiente y con el desarrollo sano del ecosistema en su totalidad.

4.1.2. CONCEPTO DEL PRODUCTO O SERVICIO.

BUCUEROS una marca 100% natural, completamente juvenil y diversa que nos inspira con sus diferentes texturas, diseños y colores, resaltando su objetivo ser una alternativa sustentable y amigable con el medio ambiente, completamente laborado con fibras vegetales, logrando un mayor detalle y delicadez a la hora de usar uno de los productos BUCUEROS que llenan de pequeños momentos de felicidad y de seguridad para cada uno de nuestros clientes potenciales, con una corona resaltando su posicionamiento en el mercado, adaptándolo al estilo clásico de la época con sus tonos neutros en el logotipo, con un gran diferencial en el mercado por usar materiales alternativos para la industria marroquinera, brindando un impacto positivo en el medio ambiente y al mejor estilo con su propuesta innovadora.

Figura 11. Logo de BUCUEROS



Nota:(Elaboración propia)

4.1.3. DESCRIPCIÓN DE PRODUCTO

Bucueros creó en su primera colección una línea de 7 tipos de bolso, elaborados con cuero vegano a base de hoja de piña y herrajes de excelente calidad, que proporcionan al consumidor ambientalista, comodidad, moda y especialmente una compra con conciencia ecológica. De los 7 diseños 4 son para dama y tres para caballero.

Figura 12. Primera colección



Nota: Elaboración propia

4.1.4. DESARROLLO DE COLECCIÓN

Conceptualización, Moodboard, paleta de color, propuestas, diseños.

4.1.4.1 CONCEPTUALIZACIÓN

El estilo personal es algo que se va aprendiendo a lo largo de los años y cambia durante las diferentes etapas de la vida, es una forma de expresar parte de la personalidad, misma que se proyecta en el exterior al momento de vestir y elegir accesorios, así se refleja la esencia de cada uno, al igual que sus gustos, intereses y estilos de vida. El estilo es algo intrínseco y representa la esencia de cada ser, por eso no existe un estilo único, pero se mencionan los más predominantes.

4.1.4.2 FOCO DE INSPIRACIÓN

Figura 13. Moodboard



Nota:(Elaboración propia)

Esta idea surgió por primera vez en el 1990 y fue plasmada en un libro llamado *universal style: Dress for who you are and what you want*, escrito por las sociólogas y especialistas en moda Alyce Parsons y Diana Parente, ellas identificaron 7 formas de vestir que representan a todas las personas, en él a cada tipo de persona se le asigna un estilo propio basado en su personalidad.

4.1.4.3 NOMBRE DE LA COLECCIÓN:

✓ **Viva tu estilo**

El bolso es un accesorio muy importante que complementa la vestimenta, por lo tanto, se manejarán diferentes diseños que encajen con las características de cada estilo, así mismo tendrán asignados sus nombres, para que los clientes puedan fácilmente los puedan identificar.

Figura 14. Paleta de colores neutros



Nota: Elaboración propia

Figura 15. *Texturas: Muy similar a la de la piel animal.*



Nota: Fuente (America, s.f.)

4.1.5. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN.

Se determinó una estrategia de distribución incentiva, como fabricantes se pretende llegar a varios puntos de venta en la ciudad, aumentando la presencia en el mercado llevando productos a comercializadoras de la ciudad de Bucaramanga, como: comercializadora Macris, bolsos Susy, circulo rojo, entre otras tiendas, estas simplemente deben estar dispuestas a comprar, exhibir y ofrecer los bolsos de Bucueros.

4.1.5.1 ESTRATEGIA DE PRECIOS:

Para ello se busca establecer unos precios fijos, teniendo un punto de equilibrio en los costos y las variables que puede tener el producto en cuanto a la materia prima o los complementos que este use, por ello se realiza una estrategia de precios la cual es precio de entrada al mercado para buscar el posicionamiento de la marca, con un valor asequible y bajo, con el objetivo de incrementar las ventas, consiguiendo una participación real y rápida en el mercado, logrando establecerse allí hasta cuando ya la marca sea conocida y este posicionada en un mercado para incrementar su costo escalonadamente.

Cantidad de dinero que los clientes estarían dispuestos a pagar: A pesar de más de la mitad de los encuestados contestaron que estarían dispuestos a pagar por un bolso entre 200 mil y 300 mil, se optó por unos precios cercanos a estas cifras para no elevar el porcentaje de ganancia y dar al público precios más asequibles.

Precios de la competencia: Bucueros pretende ser un competidor leal en el mercado de la marroquinería, intentando igualar los precios de otras empresas del mismo sector para que el cliente pueda comparar y elegir la marca que más le convenga.

Tabla 4. Precios de venta al público según diseño

| Bolsos | Precio de venta final |
|-------------------|-----------------------|
| Bolso creativo | \$ 189.342 |
| Bolso romántico | \$ 180.952 |
| Bolso seductor | \$ 195.369 |
| Bolso dramático | \$ 194.436 |
| Bolso elegante | \$ 206.112 |
| Bolso natural | \$ 186.392 |
| Bolso tradicional | \$ 199.103 |

Nota: Elaboración propia

4.1.6. ESTRATEGIA DE PRODUCTO:


El lanzamiento de productos (BOLSOS), elaborados en BUCUEROS tendrá una serie de fichas técnicas con las cuales se podrán ver sus diferentes características y utilidades, accesorios con los que cuenta, sus medidas, materiales que se usaron para su elaboración, la referencia del BOLSO y el lote al que pertenece, se busca el posicionamiento de estos productos presentándolos como una nueva colección e innovación en la industria.

4.1.6.1 FICHAS TÉCNICAS

Se muestra uno de los estilos, la referencia 1 que se llama bolso romántico con sus descripción y especificaciones.

Los otros 6 estilos de la primera colección, se encuentran en el (anexo 1)

Tabla 5. Fichas técnicas de los bolsos

| | |
|--|---|
|  | <p>Nombre Ref 1: Creativo</p> <p>Descripción: Mochila para dama en cuero vegetal color negro, con lazo decorativo.</p> <p>Dimensiones: Tamaño (largo x ancho x alto): 27 x 12 x 40 cm</p> <p>Estructura: Cierre de cremallera con correas ajustables para hombro.</p> <p>Múltiples bolsillos: 1 compartimento principal (60 cm) 1 bolsillo frontal con botón, 1 bolsillo trasero con cierre (18cm), 2 bolsillos laterales; 1 bolsillo interior para teléfono, 1 bolsillo interior con cierre (15 cm), correas fijas ajustables hasta 60 cm</p> |
| <p>Materia prima externa Cuero vegano</p> <p>Materia prima interna: Seda impermeable color negro</p> | <p>Insumos y herrajes:</p> <p>Cremallera metálica plateada (65 cm) Cremallera metálica plateada (18 cm) Cremallera de poliéster (15 cm) Broche de imán (18 mm) 2 hebilla deslizante metálica plata (60 mm) Remaches de metal decorativos plateado (10 x 8 mm) 2 broches para bordes plateados (10mm) Hilo encerado blanco</p> |

Nota: Elaboración propia

4.1.7. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN:

Para llegar a los clientes potenciales y estar en constante comunicación con ellos se hará uso de las redes sociales más conocidas WhatsApp, Facebook, Instagram, Twitter, allí solo se publicará información relevante sobre la empresa y los productos. En las fotos de perfil estará puesto el logo de Bucueros y habrá una breve descripción de lo que hace la empresa destacando la materia prima principal

(cuero vegano) y los diseños, en cada publicación se mostrara la imagen de un bolso, sus cualidades y un leve mensaje acerca de las alternativas eco amigables, se van a obtener muchos seguidores puestos que Bucueros estará presente en páginas de activistas.

4.1.8. PROYECCION DE LA DEMANDA

Después de indagar sobre las condiciones del mercado actual en el sector de la marroquinería y analizar la cantidad de unidades que la empresa estima vender en los próximos 5 años desde el 2022 hasta el 2026, donde cada año hubo un aumento del 15% por la tasa de demanda anual; esto también se basa en la recolección de datos realizada a 253 personas que representan solo el 0,047% de la población en la ciudad, donde el 94.1% de los encuestados estarían dispuestos a comprar un bolso elaborado en cuero vegano.

Tabla 6. Proyección de la demanda

| Demanda | | | | | |
|---------------|------|------|------|------|------|
| Año | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 |
| Bolsos | 2400 | 2760 | 3174 | 3650 | 4198 |

Nota: Elaboración propia

4.1.9. DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS BUCUEROS (CUERO VEGANO)

4.1.9.1 EXPLICACIÓN DEL CANVAS

El diseño de plan de negocio presentado en la ciudad de Bucaramanga tiene entre manos, elaborar productos en fibras vegetales, los productos elaborados por la empresa BUCUEROS tendrán un objetivo inicial el cual es un impacto positivo ambiental para los consumidores de estos productos, comprometidos con el cuidado y la preservación del medio ambiente, esta alternativa busca reemplazar el material tradicional(Cuero Animal) por fibras vegetales amigables con el medio

ambiente, cumpliendo su ciclo de utilidad y siendo desechados sin crear algún tipo de contaminación, la empresa se dirige especialmente a aquellos hombres y mujeres ambientalistas, corporaciones que sientan el compromiso de usar productos a base de fibras vegetales resaltando que esta innovación para el mercado marroquino es de gran potencial en la ciudad de Bucaramanga, los canales de distribución en los que se desea presentar esta nueva alternativa sostenible será formalmente en la tienda física, pero considerando el volumen de personas en la ciudad que se encuentran concentrados en los centros comerciales se quiere llegar a ese medio para difundir y comercializar los productos, continuar con el desarrollo de la empresa con la creación de formatos o catálogos donde se dará una leve explicación de los componentes de cada producto, detalles como el color, número de referencia y que cantidad de este mismo diseño se elaboró brindando exclusividad para los clientes y la calidad que estos buscan, también con la participación en ferias de emprendimiento o festivales que se realicen acogiendo de la mejor manera o captando clientes que deseen saber más acerca de la empresa BUCUEROS y de los productos, creando canales colectivos por medio de redes sociales o perfiles sociales para interactuar, crear encuestas o reuniones sincronizadas para presentarles de una manera más formal de que trata al empresa, lo que hace y hacia dónde va la empresa buscando el reemplazo del cuero animal tradicional en este mercado creciendo año tras año con un porcentaje positivo y dando a conocer esta nueva alternativa sostenible en búsqueda de que aquel cliente que adquiera los productos tengan, un servicio personalizado y muy eficaz, fidelizándose con la marca, no solo en la ciudad de Bucaramanga si no también buscando expandirse por el departamento a futuro o al país en su totalidad, abriendo puntos de venta en diferentes municipios, ciudades cambiando este mercado tradicional, innovando y buscando nuevas tecnologías que puedan ayudar a preservar el medio ambiente, no solo vendiendo productos si no creando esa educación colectivas en toda persona comprometida con el proyecto dirigido a un impacto positivo ambiental, también siendo participes

de este plan de negocios que no solo busca monetizar sus productos si no brindar una oportunidad para la agroindustria para los campesinos que hacen la principal función de la empresa y es hacer llegar la materia prima para elaborar los productos, realizando todo el proceso que requiere la materia prima tal como las hojas de piña y el fique, haciendo de ellos la parte principal del plan de negocio que se pretende llevar a cabo en la ciudad de Bucaramanga, también dando un aporte socioeconómico a quienes deseen vender independientemente los productos de BUCUEROS brindando oportunidades tanto dentro como fuera de la empresa de generar ingreso al distribuir los productos que se tienen en los catálogos y se producen entorno al mercado actual, para expandir no solo puntos de ventas sino también plantas de producción posicionando la marca y producto innovador, tanto en tendencia y moda, cumpliendo con criterios eco-amigables al medio ambiente y siendo constantes para el desarrollo de la marca realizando campañas publicitarias en estos mercadillos o ferias donde también se vinculen, mayoristas, otros proyectos de emprendimiento y principalmente la agroindustrial un sector que también debe tomar fuerza para el desarrollo de la empresa BUCUEROS, también mirando la viabilidad de los productos con mayor tendencia en el mercado o los que más adquieren en la ciudad para uso ya sea comercial, educativo o empresarial, demostrando también nuestro compromiso con la legalidad cumpliendo con los requerimientos de infraestructura, impuestos y declaración de renta para las distribuidoras mayoristas que deseen crear convenios comerciales o contrataciones ya sean a corto, mediano o largo plazo, por ultimo también vincular a las empresas transportadoras ya que estas nos harán trasladar las materias primas, insumos y productos ya terminados listos para distribuirlos tanto en la ciudad como fuera de ella para cumplir con nuestros pedidos y entregas programadas.

Figura 16. CANVAS



Nota: Elaboración propia

4.2. ESTUDIO OPERATIVO

4.2.1. TAMAÑO DEL PROYECTO

Después de los análisis en el mercado y la parte técnica, además con el cálculo de la demanda, se determinó que la capacidad de producción más viable sería de 8 bolsos diarios, en el primer año se mantendrá una producción constante mensual de 200 bolsos lo que da un total para el 2022 de 2400 bolsos, esta cantidad va aumentando en un 15% cada año.

4.2.2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

4.2.2.1 FLUJOGRAMA

Tabla 7. Flujograma de procesos

| N de actividad | Descripción | Maquina | Símbolo | | | | | Observaciones |
|----------------|---|----------------|---------|---|---|---|---|---|
| | | | ○ | □ | D | ➡ | ▽ | |
| 1 | Recepción de las fibras | | X | | | | | |
| 2 | Revisión de las fibras | | | X | | | | Fibras limpias, separadas y paralelas |
| 3 | Proceso de punzonado | Punzadora | X | | | | | Fijar manta de fibras, espesor deseado |
| 4 | Proceso de resinado | Aerógrafo | X | | | | | Obtención de efecto cuero por medio del spray boding |
| 5 | Proceso de termofijado | Termo fijadora | X | | | | | Requiere una temperatura de 160° C para la resina |
| 6 | Proceso de marco de estampación | | X | | | | | Estampación con la mesh de la malla, serigrafía. |
| 7 | Terminado y terminación del color | | X | | | | | Uso de químicos y colorantes para determinar el color |
| 8 | Secado de las laminas | | | | X | | | Se dejan en reposo al ambiente |
| 9 | Traslado de láminas al banco de trazo y corte | | | | | X | | |

| | | | | | | | | |
|----|---------------------------|-------------------------------|---|---|--|---|---|---|
| 10 | Trazos y medidas | | X | | | | | Según el molde del diseño |
| 11 | Corte de piezas | | X | | | | | Corte manual |
| 12 | Preparación de piezas | Rebanadora o prensa de ojales | X | | | | | Doblado, rebanado, apertura de ojales |
| 13 | Aparado o costura | Máquinas de cocer | X | | | | | Ensamblado de las piezas |
| 14 | Acabado y forrado | Máquinas de cocer | X | | | | | Colocación de forros, cierres, hebillas |
| 15 | Limpieza y etiquetado | | X | | | | | Bolsos libres de pelusa y suciedad |
| 16 | Control de calidad | | | X | | | | Se verifica que no haya imperfecciones |
| 17 | Almacenamiento y empacado | | | | | | X | Bolsos en sus respectivos embalajes |
| 18 | Comercialización | | | | | X | | |

| Operación | Inspección | Transporte | Almacenamiento | Espera |
|-----------|------------|------------|----------------|--------|
| ○ | □ | ⇒ | ▽ | D |

Nota: Elaboración propia

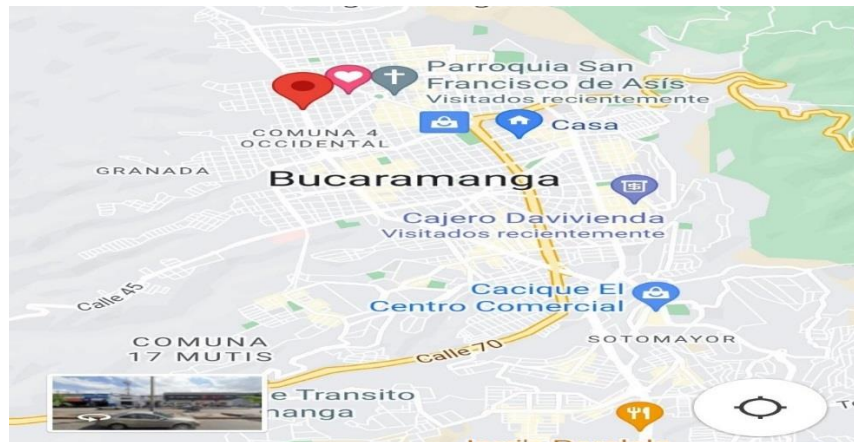
En el diagrama anterior se puede evidenciar en secuencia cada operación necesaria en el proceso de fabricación, desde la recepción de las fibras de hoja de piña hasta el embalaje del bolso terminado.

Se evidencian 12 operaciones fundamentales, 3 inspecciones presentes, 1 tiempo de espera y almacenamiento, 2 actividades de transporte.

4.2.3. LOCALIZACIÓN

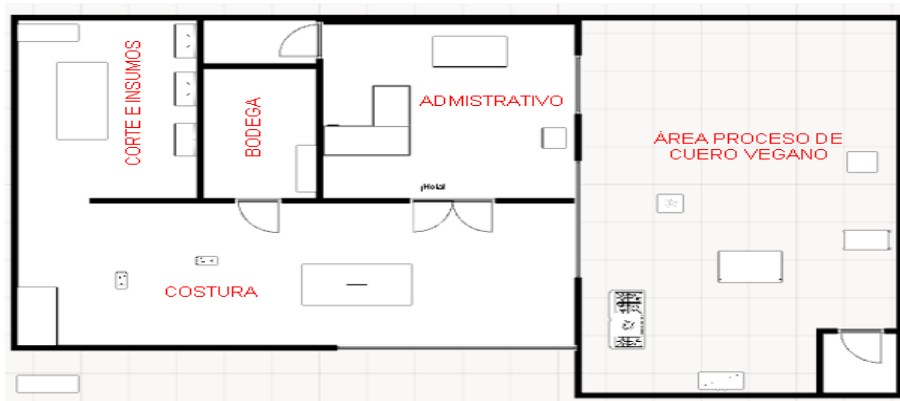
La planta de Bucueros estará ubicada en el departamento de Santander en el municipio de Bucaramanga, se eligió un punto dinámico y comercial cerca a establecimientos de zapatería y marroquinería, también a los proveedores que se encuentran en el área metropolitana, con fácil acceso en sus vías pavimentadas, exactamente en la cra 15 con calle 19 en el centro de la ciudad.

Figura 17. Localización



Nota: Fuente Google maps

Figura 18. Distribución de planta



Nota: Elaboración propia

4.2.4. SELECCIÓN DE PROVEEDORES

Se realizó una selección de proveedores en el área metropolitana (Bucaramanga) donde fueron evaluados y tenido en cuenta 6 criterios en un rango de 1-10 siendo 1 no cumple con la expectativa del negocio y 10 expectativa satisfactoria por la cual se toman decisiones positivas para la empresa, como resultado las 3 empresas con mejores resultados y las más ajustadas al presupuesto en el que se encuentra BUCUEROS han sido las de mayor puntaje lo cual indica que serán las que entregaran los suministros para la elaboración de productos en fibras vegetales (Cuero Vegano). Las cualidades que deben cumplir los proveedores se eligieron según las necesidades de la empresa y se estableció una calificación personal después de comparar precios, descuentos, ubicación, opiniones de encontradas en internet y redes sociales.

Tabla 8. Selección de proveedores

| Proveedores | ABC herrajes | Casa textil | Mil herrajes | AliExpress | La mina de los adornos |
|-----------------|--------------|-------------|--------------|------------|------------------------|
| Precio | 4 | 6 | 7 | 5 | 3 |
| Ubicación | 7 | 8 | 9 | 7 | 6 |
| Costo en fletes | 7 | 7 | 2 | 6 | 4 |
| Promociones | 6 | 5 | 6 | 4 | 8 |
| Calidad | 6 | 7 | 9 | 7 | 5 |
| Variedad | 7 | 5 | 8 | 6 | 6 |
| Total | 37 | 38 | 41 | 35 | 32 |

Nota: Elaboración propia

4.3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.3.1. PLANEACION ESTRATEGICA

MISION

“Llevar a nuestros clientes productos de excelente calidad teniendo muy presente el concepto de moda sostenible libre de crueldad animal, queremos promover una consciencia ambiental y ser parte de la solución que ayudará a mitigar el impacto ambiental causado por la industrial de la marroquinería con la elaboración de bolsos en cuero vegetal”

VISIÓN

“Dar a conocer nuestros productos a nivel nacional y llegar posicionarnos como líderes en el mercado de marroquinería”

OBJETIVOS DE LA EMPRESA

- ✓ Ampliar la presencia en el mercado, llegando a los diferentes departamentos del país.
- ✓ Fidelizar a los clientes con precios asequibles y garantizando la calidad de los productos.
- ✓ Ser una marca de tendencia que se caracteriza por ser innovadora y eco amigable.

4.3.2 ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO DE LA ORGANIZACIÓN (PEST – PORTER – DOFA)

Tabla 9. Análisis PEST y PORTER

| PEST | |
|--|---|
| FACTORES POLITICOS | FACTORES ECONOMICOS |
| <ul style="list-style-type: none"> • Guerras y conflictos sociales o militares en el departamento. • Cambios en los tratados comerciales del país. • Movimientos políticos sobre temas del medio ambiente y ecológicos locales. | <ul style="list-style-type: none"> • Tendencias de la economía local. • Devaluación y reevaluación de la moneda. • Disminución de tasas altas de desempleo local. • Índice de confianza del consumidor potencial. |

FACTORES SOCIOCULTURALES

- Opinión de los clientes potenciales.
- Estilo de vida de los clientes.
- Modas y tendencias.

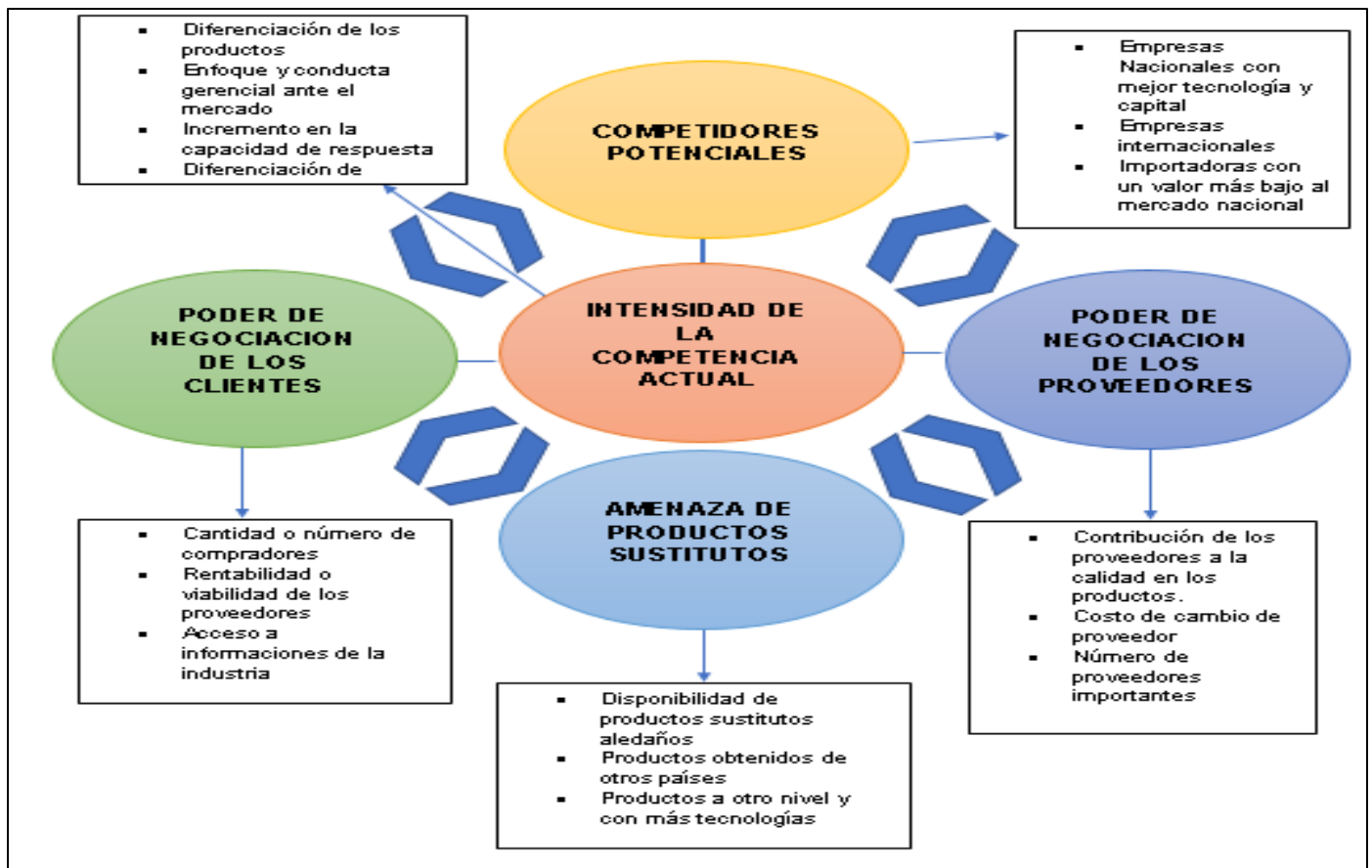
FACTORES TECNOLOGICOS

- Nueva maquinaria o dispositivos tecnológicos.
- Impresión 3D para optimizar costos en moldes o herramienta.
- Mayor adopción de tecnología para compras en línea.

Nota: Elaboración propia

4.3.3 ANALISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER

Figura 19. Fuerzas de Porter



Nota: Elaboración propia

4.3.4 ANÁLISIS DOFA DE LA EMPRESA

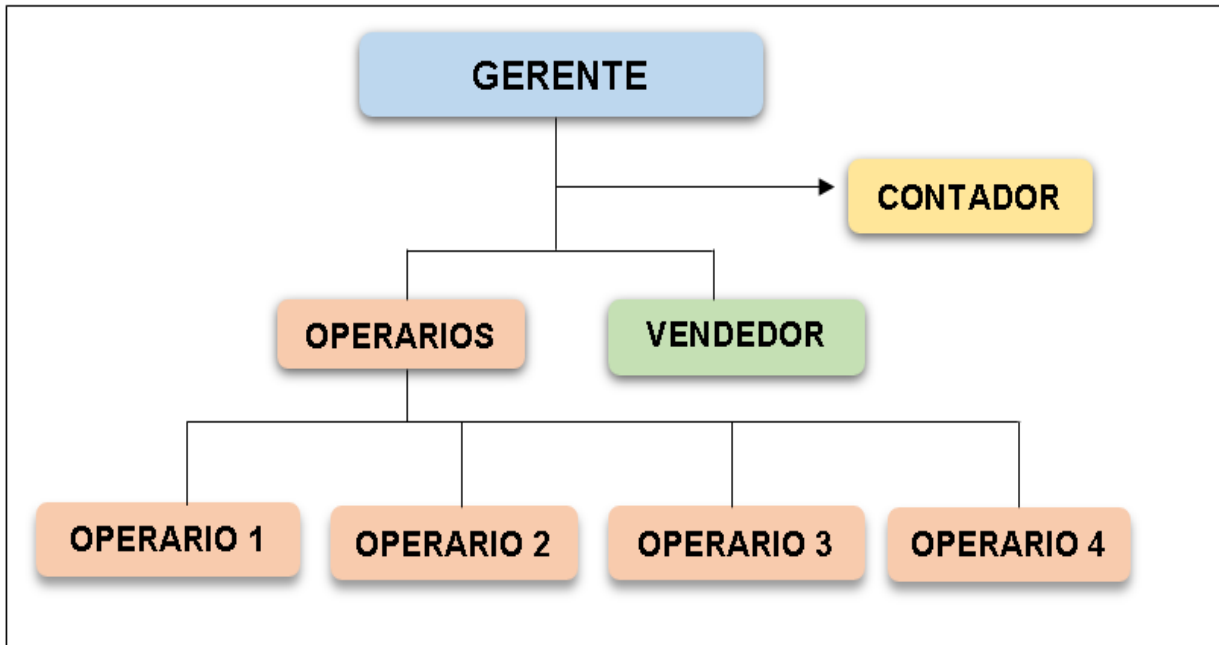
Tabla 10. Análisis DOFA

| Fortalezas | | Debilidades | |
|---|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento en el desarrollo de diseños y procesos de investigación para nuevas técnicas y sistematización. • Uso de materiales eco-amigables con el medio ambiente e innovación en diseños y estilos | | <ul style="list-style-type: none"> • Falta de una infraestructura propia • Áreas o departamentos sin dividir • Bajo presupuesto para iniciar el plan de negocios • Poco personal | |
| Oportunidades | Estrategias FO | Estrategias DO | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Un mercado amplio y consumo masivo del producto • Poca exploración de materiales vegetales para la elaboración de productos u accesorios | <ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer a BUCUEROS como una marca con productos elaborados de una manera responsable y alternativa con el medio ambiente | <ul style="list-style-type: none"> • Trabajar de la mano con empresa que tienen mayor experiencia en herrajes y detalles para añadir a los diseños que la competencia no tiene en su portafolio | |
| Amenazas | Estrategias FA | Estrategias DA | |
| <ul style="list-style-type: none"> • La marca aún no está posicionada y no es reconocida • Los precios de los productos de la competencia son muy bajos al de la empresa ya que producen por lotes y mayor cantidad | <ul style="list-style-type: none"> • Cultivar la materia prima y contar con una infraestructura propia para entrar al mercado y posicionar la marca no solo con un valor bajo sino también de calidad | <ul style="list-style-type: none"> • Subcontratar fábricas de herrajes o joyería que la empresa no pueden realizar y los procesos para la transformación de la materia prima | |

Nota: Elaboración propia

4.3.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Figura 20. Estructura organizacional



Nota: Elaboración propia

4.3.3. MANO DE OBRA

Tabla 11. Mano de obra directa e indirecta y sus funciones.

| Mano de obra indirecta | |
|------------------------|--|
| Trabajador | Función |
| Gerente | Se encarga de toda la parte administrativa, publicidad, creación de estrategias, búsqueda de clientes y pago de nómina, compras. |
| Contador(a) | Manejo de parte contable. |
| Vendedor(a) | Dar ofrecimiento de los productos, comunicación directa con los clientes, manejo de redes sociales. |

| Mano de obra directa | |
|-----------------------------|---|
| Trabajador | Funciones |
| Operari(a) 1 | Recepción e inspección de fibras y producto terminado, punzado, secado y almacenamiento de láminas. |
| Operari(a) 2 | Encargado de todo el proceso de resinado, termofijado, almacenamiento. |
| Auxiliar de costura 1 | Cortar moldes, hacer dobleces y revisar los terminados, quitar pelusa, empaque y decoración. |
| Auxiliar de costura 2 | Armado de piezas, colocación de forros, cierres y hebillas. |

Nota: Elaboración propia

4.3.4. CONSTITUCIÓN FORMAL DE LA EMPRESA Y ASPECTOS LEGALES

4.3.4.1 TIPO DE SOCIEDAD:

BUCUEROS será legalmente constituida como una S.A.S. Requisitos para constituir una S.A.S.:

1. Elegir Nombre de la Empresa.
2. Documentación Necesaria.
3. Inscripción de la Empresa.
4. Obtener una cuenta de Ahorros.
5. Obtención del RUT.
6. Registro ante la Dian.
7. Firma Digital.

4.3.4.2 GASTOS DE CONSTITUCION

Tabla 12. Gastos de constitución

| | |
|---|------------------|
| Solicitud de PRE-RUT | Gratis |
| Autenticación Notaria | \$3.450 |
| Registro en Cámara y Comercio | \$70.000 |
| Derechos de Inscripción | \$39.000 |
| Matrícula del primer año | Gratis |
| Formulario del registro único empresarial | \$4.500 |
| Apertura de cuenta en un banco | \$100.000 o mas |
| Certificados de existencia | \$34.000 |
| Trámites ante la DIAN | Gratis |
| Inscripción de los libros | \$12.000 |
| Total | \$262.950 |

4.4. ESTUDIO FINANCIERO

4.4.1. INVERSIÓN INICIAL

La inversión inicial consta de activos considerados necesarios inicialmente para el funcionamiento de Bucueros, en estos se incluye maquinaria tanto para la elaboración del cuero vegano como para los bolsos y mobiliario para acomodar la planta y sus oficinas, esta inversión cuesta \$ 45.313.323.

Tabla 13. Inversión inicial

| Inversión depreciable | Cantidad | Valor unitario | Depreciación anual | Total |
|----------------------------|----------|----------------|--------------------|--------------|
| Maquinaria | | | | |
| Punzonadora Semiautomática | 1 | \$ 5.800.000 | 10% | \$ 5.800.000 |
| Máquina termofijadora | 2 | \$ 3.000.000 | 10% | \$ 6.000.000 |
| Aerógrafo compresor | 1 | \$ 620.000 | 10% | \$ 620.000 |

| | | | | | | |
|------------------------------|---|----|-----------|-----|-----------|-------------------|
| Máquina de coser industrial | 2 | \$ | 1.349.000 | 10% | \$ | 2.698.000 |
| Divididora de pieles o cuero | 1 | \$ | 3.372.927 | 10% | \$ | 3.372.927 |
| Troqueladora manual | 1 | \$ | 1.300.000 | 10% | \$ | 1.300.000 |
| Prensa de ojales | 1 | \$ | 568.884 | 10% | \$ | 568.884 |
| Cortador de tiras de cuero | 1 | \$ | 175.612 | 10% | \$ | 175.612 |
| Total | | | | | \$ | 20.535.423 |

Mobiliario

| | | | | | | |
|-----------------------------------|---|----|-----------|-----|-----------|-------------------|
| Computador de escritorio core i 5 | 4 | \$ | 3.499.000 | 20% | \$ | 13.996.000 |
| Escritorio lbare Wengue | 4 | \$ | 299.900 | 10% | \$ | 1.199.600 |
| Impresora Multifuncional | 2 | \$ | 1.690.000 | 20% | \$ | 3.380.000 |
| Teléfono mesa | 2 | \$ | 179.900 | 10% | \$ | 359.800 |
| Mesa en acero inoxidable | 2 | \$ | 1.990.000 | 10% | \$ | 3.980.000 |
| Estantería 21 Canastillas | 1 | \$ | 1.142.900 | 10% | \$ | 1.142.900 |
| Ventiladores | 4 | \$ | 179.900 | 10% | \$ | 719.600 |
| Total | | | | | \$ | 24.777.900 |

Total, de inversión en activos **\$ 45.313.323**

Nota: Elaboración propia

4.4.2. INDUMENTARIA Y HERRAMIENTAS

Estos activos se usan como instrumentos en procesos complementarios. Su precio total es de \$601. 781

Tabla 14. Indumentaria y herramientas

| Indumentaria y/o herramientas | | | |
|-------------------------------|----------|---------------|------------|
| descripción | Cantidad | Precio unidad | Total |
| Vaso de precipitación | 3 | \$ 15.000 | \$ 45.000 |
| Barra de agitación | 2 | \$ 13.963 | \$ 27.926 |
| Marco de estampación | 1 | \$ 109.819 | \$ 109.819 |
| Malla de un mesh n 27 y 60 | 1 | \$ 85.900 | \$ 85.900 |
| Racla | 1 | \$ 129.257 | \$ 129.257 |
| Tijeras grandes | 1 | \$ 53.990 | \$ 53.990 |

| | | | | | |
|---------------------------|---|----|--------|-----------|----------------|
| Tijeras pequeñas | 3 | \$ | 6.831 | \$ | 20.493 |
| Bisturí | 2 | \$ | 11.990 | \$ | 23.980 |
| Martillo | 1 | \$ | 64.082 | \$ | 64.082 |
| Escuadra | 1 | \$ | 24.900 | \$ | 24.900 |
| Regla en acero inoxidable | 1 | \$ | 16.434 | \$ | 16.434 |
| TOTAL | | | | \$ | 601.781 |

Nota: Elaboración propia

4.4.3. ANÁLISIS DE COSTOS DE PRODUCCIÓN.

4.4.3.1 COSTOS PARA FABRICAR UN METRO CUADRADO DE PIÑATEX

El valor total de los costos para fabricar una lámina de metro cuadrado de Piñatex es de \$60.836.

Tabla 15. Costos para fabricar metro cuadrado de Piñatex

| Descripción | Proceso | Consumo (g) | Kg | Valor COP Kg | Total |
|---------------------------------------|-----------|-------------|---------|--------------|------------------|
| Metro cuadrado de cuero vegano | | | | | |
| Fibras | | 1500 | 1,5 | \$ 4.484 | \$ 6.726 |
| Efecto cuero | Estampado | 947.2 | 0,9472 | \$ 30.537 | \$ 28.924,65 |
| Espesante | Estampado | 5 | 0,005 | \$ 30.508 | \$ 152,54 |
| Pigmento de color | Estampado | 51.7 | 0,0517 | \$ 30.508 | \$ 1.577,26 |
| Nuevo Tp | Estampado | 129.17 | 0,12917 | \$ 96.483 | \$ 12.462,71 |
| Total: | | | | | \$ 43.117 |

Nota: Elaboración propia

Tabla 16. Costos directos de fabricación para cuero vegano

| Costos directos de fabricación | | |
|---------------------------------------|-----------------------|---------------|
| Energía eléctrica | Valor (\$/kWh) | 657,39 |

| Maquinas | Potencia en (W) | Tiempo | | kWh | Total |
|---------------|--------------------|-----------------------------------|------------------|------|-----------------|
| | | estimado de operación (min) | Potencia (kw) | | |
| Punzadora | 750 | 5 | 0,75 | 3,75 | \$ 2.465 |
| Termofijadora | 1800 | 1 | 1,8 | 1,8 | \$ 1.183 |
| Horno secador | 1500 | 1 | 1,5 | 1,5 | \$ 986 |
| Compresor | 150 | 10 | 0,15 | 1,5 | \$ 986,09 |
| Total: | | | | | \$ 5.621 |

Nota: Elaboración propia

Tabla 17. Costos indirectos de fabricación de Piñatex

| Agua | | | | |
|---------------------------|----------|-----------|------------|--------------|
| Descripción | Valor m3 | Litros | Consumo m3 | Total |
| Acueducto industrial | \$ 3.496 | 1 | 0,001 | \$ 3,496 |
| Alcantarillado industrial | \$ 3.793 | | | \$ 3.793 |
| Total: | | \$ | | 3.796 |

Nota: Elaboración propia

Tabla 18. Mano de obra directa e indirecta en la fabricación del Piñatex

| Mano de obra directa | | | | |
|----------------------|-----------------|----------------|----------------------------------|--------------|
| Descripción | Salario mensual | Salario (hora) | Tiempo est de operación (min) | Total |
| Operario 1 | \$ 1.037.172,00 | \$ 3.750 | 10 | \$ 3.750 |
| Operario 2 | \$ 1.037.172,00 | \$ 3.750 | 40 | \$ 3.750 |
| Total: | | \$ | | 7.500 |

| Mano de obra indirecta | | | | |
|------------------------|-----------------|----------------|----------------------------------|-------|
| Descripción | Salario mensual | Salario (hora) | Tiempo est de operación (min) | Total |
| | | | | |

| | | | | | | |
|-----------------------------------|------------------|----|-------|----|-----------|---------------|
| Administrador (inspecciona) | \$ 1.037.172,00 | \$ | 4.807 | 10 | \$ | 801 |
| | Total: \$ | | | | | 801 |
| Total, para metro cuadrado | | | | | \$ | 60.836 |

Nota: Elaboración propia

4.4.3.2 COSTO PARA FABRICAR LOS BOLSOS

En la siguiente tabla se muestra el costo de los materiales directos usados en todas las referencias de bolsos.

Tabla 19. Costos para fabricar bolsos

| Descripción | Material | Especificación | Cantidad | Valor unitario | Total |
|-------------------------------|-----------|----------------|----------|----------------|---------------|
| Hilo encerado blanco | Poliéster | Blanco 25 mt | 1 | \$ 2.000 | \$ 2.000 |
| Cuero vegano BUCUEROS | Piñatex | Rosa 1 mtc | 1 | \$ 60.836 | \$ 60.836 |
| Seda impermeable color negro | Poliéster | Violeta 1 mt | 1 | \$ 3.500 | \$ 3.500 |
| Total, costo producto: | | | | \$ | 66.336 |

Nota: Elaboración propia

4.4.4. INSUMOS

Los insumos responden al diseño del bolso por estos varía el tipo y la cantidad, tabla de insumos de manera detallada se encuentra en el anexo 2.

Tabla 20. Insumos

| INSUMOS | |
|-------------------------|-----------|
| Bolso creativo (Ref 1) | \$ 13.220 |
| Bolso romántico (Ref 2) | \$ 9.694 |
| Bolso seductor (Ref 3) | \$ 15.752 |
| Bolso dramático (Ref 4) | \$ 15.360 |

| | | |
|---------------------------|-----------|----------------|
| Bolso elegante (Ref 5) | \$ | 20.266 |
| Bolso natural (Ref 6) | \$ | 11.980 |
| Bolso tradicional (Ref 7) | \$ | 17.321 |
| Total, en insumos | \$ | 103.592 |

Nota: Elaboración propia

4.4.5. NOMINA

La nómina contempla todos los requisitos exigidos por estado colombiano, obligatorios y que se deben pagar al trabajador, empezando con un salario básico legal vigente.

Tabla 21. Costos de nomina

| PRESTACION SOCIAL POR EMPLEADO | | \$ | 1.000.000 |
|---|---------------|-----------|------------------|
| Cesantías | 8,33% | \$ | 83.300 |
| Intereses sobre las cesantías | 1,00% | \$ | 10.000 |
| Vacaciones Anuales | 4,17% | \$ | 41.700 |
| Prima Servicios | 8,33% | \$ | 83.300 |
| ARL (Nivel 1) | 0,52% | \$ | 5.200 |
| Caja de Compensación | 4,00% | \$ | 40.000 |
| Salud y Pensión | 8,50% | \$ | 85.000 |
| Costo por trabajador | \$ | | 1.742.500 |
| Total, Prestaciones Social | 34,85% | \$ | 348.500 |
| Salario Mínimo Legal Vigente | | \$ | 1.000.000 |
| Costo mensual aproximado | | \$ | 1.348.500 |
| Costo mensual aproximado de nomina | | \$ | 6.742.500 |

Nota: Elaboración propia

| PRESTACION SOCIAL ADMINISTRADOR | | \$ | 1.000.000 |
|---------------------------------|-------|----|-----------|
| Cesantías | 8,33% | \$ | 83.300 |
| Intereses sobre las cesantías | 1,00% | \$ | 10.000 |
| Vacaciones Anuales | 4,17% | \$ | 41.700 |
| Prima Servicios | 8,33% | \$ | 83.300 |
| ARL (Nivel 1) | 0,52% | \$ | 5.200 |
| Caja de Compensación | 4,00% | \$ | 40.000 |
| Salud y Pensión | 8,50% | \$ | 85.000 |

| | | | |
|---|---------------|-----------|------------------|
| Costo de 1 administrador | \$ | | 348.500 |
| Total, Prestaciones Social | 34,85% | \$ | 348.500 |
| Salario Mínimo Legal Vigente | | | \$1.100.000 |
| Costo mensual aproximado de nomina | \$ | | 1.448.500 |

Nota: Elaboración propia

Tabla 22. Proyección de nomina

| Nómina de empleados costos | | | | | |
|----------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 |
| TOTAL, MENSUAL | \$ 8.691.000 | \$ 9.077.750 | \$ 9.481.709 | \$ 9.903.645 | \$ 0.344.358 |
| TOTAL, ANUAL | \$ 104.292.000 | \$ 108.932.994 | \$ 113.780.512 | \$ 118.843.745 | \$ 124.132.292 |

4.4.6. GASTOS EN SERVICIOS Y ARRIENDO MENSUAL

Tabla 23. Gastos en servicios y arriendo mensual

| Activos diferidos | | | |
|--------------------|--------------|-----------|------------------|
| Arriendo de bodega | \$ 2.000.000 | \$ | 2.000.000 |
| Servicio de agua | \$ 340.000 | \$ | 340.000 |
| servicio de luz | \$ 650.000 | \$ | 650.000 |
| Internet | \$ 162.900 | \$ | 162.900 |
| TOTAL | | \$ | 3.152.900 |

Nota: Elaboración propia

4.4.7. GASTOS PREOPERACIONALES

Tabla 24. Gastos en servicios y arriendo mensual

| Gastos preoperacionales | | | |
|----------------------------------|------------|----|---------|
| Instalación de equipos | \$ 231.000 | \$ | 231.000 |
| Constitución legal de la empresa | \$ 262.950 | \$ | 262.950 |

TOTAL \$ 48.753.654

Nota: Elaboración propia

4.4.8. ESTADO DE RESULTADOS:

Tabla 25. Estado de resultados

| ESTADO DE RESULTADOS | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 |
|------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Ventas | \$ 387.146.401 | \$ 445.218.361 | \$ 512.001.115 | \$ 588.801.282 | \$ 706.561.539 |
| Depreciación | \$ 3.607.382 | \$ 3.607.382 | \$ 3.607.382 | \$ 3.607.382 | \$ 3.607.382 |
| Mano de obra | \$ 104.292.000 | \$ 108.932.994 | \$ 113.780.512 | \$ 118.843.745 | \$ 124.132.292 |
| Insumos | \$ 193.573.200 | \$ 222.609.180 | \$ 256.000.558 | \$ 294.400.641 | \$ 338.560.737 |
| Utilidad bruta | \$ 85.673.818 | \$ 110.068.804 | \$ 138.612.663 | \$ 171.949.514 | \$ 240.261.127 |
| Gastos | | | | | |
| administrativos | \$ 47.658.321 | \$ 47.311.119 | \$ 47.459.334 | \$ 47.609.032 | \$ 47.760.227 |
| Gastos de ventas | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| Amortización diferidos | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Utilidad operativa | \$ 38.015.497 | \$ 62.757.685 | \$ 91.153.329 | \$ 124.340.482 | \$ 192.500.901 |
| Utilidad antes de impuestos | \$ 38.015.497 | \$ 62.757.685 | \$ 91.153.329 | \$ 124.340.482 | \$ 192.500.901 |
| Impuesto renta | 0 | \$ 21.965.190 | \$ 31.903.665 | \$ 43.519.169 | \$ 67.375.315 |
| Utilidad neta final | \$ 38.015.497 | \$ 40.792.495 | \$ 59.249.664 | \$ 80.821.313 | \$ 125.125.586 |

Nota: Elaboración propia

4.4.9. BALANCE GENERAL:

Tabla 26. Balance general

| 7 | AÑO 0 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 |
|---------------|---------------|----------------|---------------|----------------|----------------|----------------|
| Activo | | | | | | |
| Efectivo | \$ 11.126.277 | \$ 387.146.401 | \$ 94.889.329 | \$ 402.787.115 | \$ 410.842.858 | \$ 493.011.429 |

| | | | | | | |
|--|----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Inventarios producto terminado | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Total, activo corriente | \$ 11.126.277 | \$ 387.146.401 | \$ 394.889.329 | \$ 402.787.115 | \$ 410.842.858 | \$ 493.011.429 |
| Muebles y enseres | \$ 20.535.423 | \$ 20.535.423 | \$ 20.535.423 | \$ 20.535.423 | \$ 20.535.423 | \$ 20.535.423 |
| Depreciación acumulada Muebles y enseres | 0 | -\$ 2.053.542 | -\$ 4.107.084 | -\$ 6.160.626 | -\$ 8.214.168 | -\$ 10.267.710 |
| Muebles y enseres | \$ 20.535.423 | \$ 18.481.881 | \$ 16.428.339 | \$ 14.374.797 | \$ 12.321.255 | \$ 10.267.713 |
| Equipo de oficina | \$ 15.838.300 | \$ 15.838.300 | \$ 15.838.300 | \$ 15.838.300 | \$ 15.838.300 | \$ 15.838.300 |
| Depreciación acumulada Equipo de oficina | 0 | -\$ 1.583.830 | -\$ 3.167.660 | -\$ 4.751.490 | -\$ 6.335.320 | -\$ 7.919.150 |
| Equipo de oficina | \$ 15.838.300 | \$ 15.838.300 | \$ 12.670.640 | \$ 11.086.810 | \$ 9.502.980 | \$ 7.919.150 |
| Total, activos fijos | \$ 36.373.723 | \$ 34.320.181 | \$ 29.098.979 | \$ 25.461.607 | \$ 21.824.235 | \$ 18.186.863 |
| Activos diferidos | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Amortización acumulada | 0 | -\$ 8.489.571,00 | -\$ 8.489.571,00 | -\$ 8.489.571,00 | -\$ 8.489.571,00 | -\$ 8.489.571,00 |
| Total, activos diferidos | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Total, otros activos fijos | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Activo | \$ 47.500.000 | \$ 421.466.582 | \$ 423.988.308 | \$ 428.248.722 | \$ 432.667.093 | \$ 511.198.292 |
| Pasivo | | | | | | |
| Cuentas por pagar proveedores | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Impuestos por pagar | 0 | 0 | \$ 10.377.998 | \$ 14.049.978 | \$ 18.175.558 | \$ 38.201.438 |
| Pasivo | \$ - | \$ - | \$ 10.377.998 | \$ 14.049.978 | \$ 18.175.558 | \$ 38.201.438 |
| Patrimonio | | | | | | |
| Capital social | \$ 47.500.000 | \$ 47.500.000 | \$ 47.500.000 | \$ 47.500.000 | \$ 47.500.000 | \$ 47.500.000 |
| Reserva legal acumulada | 0 | 0 | 0 | \$ 750.000 | \$ 862.500 | \$ 991.875 |
| Utilidades retenidas | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Utilidades del ejercicio | 0 | \$ 38.015.497 | \$ 40.792.495 | \$ 59.249.664 | \$ 80.821.313 | \$ 125.125.586 |
| Patrimonio | \$ 47.500.000 | \$ 85.515.497 | \$ 454.402.805 | \$ 473.448.408 | \$ 495.312.848 | \$ 598.122.440 |
| Pasivo + patrimonio | \$ 47.500.000 | \$ 85.515.497 | \$ 464.780.803 | \$ 488.248.386 | \$ 514.350.906 | \$ 637.315.753 |

Nota: Elaboración propia

EVALUACIÓN FINANCIERA:

4.4.10. EVALUACIÓN FINANCIERA

Se realiza la evaluación final de viabilidad dando este un resultado bastante positivo para el plan de negocios ya que a pesar de los costos que se manejan para la inversión inicial y el desarrollo del proyecto incrementan gradualmente no se pierde alguna ganancia, la TIR da un valor positivo para el retorno de la inversión que se realiza de los dos socios como parte inicial, por ello se determina el porcentaje de viabilidad el cual tiene un margen de ganancia del 45% y un retorno de la inversión de casi el 100% así mismo obteniendo ganancias realmente favorables para la empresa, para los dos socios que están llevando a cabo este proceso y desarrollo de todo el trabajo realizado.

Tabla 27 Evaluación financiera

| TIR | | VPN | TASA DE DESCUENTO | |
|-----|--------------------|-----|--------------------|------------|
| -\$ | 47.500.000 | -\$ | 47.500.000 | 10% |
| \$ | 38.015.497 | \$ | 38.015.497 | |
| \$ | 40.792.495 | \$ | 40.792.495 | |
| \$ | 59.249.664 | \$ | 59.249.664 | |
| \$ | 80.821.313 | \$ | 80.821.313 | |
| \$ | 125.125.586 | \$ | 125.125.586 | |
| | 96% | \$ | 198.182.687 | VPN |

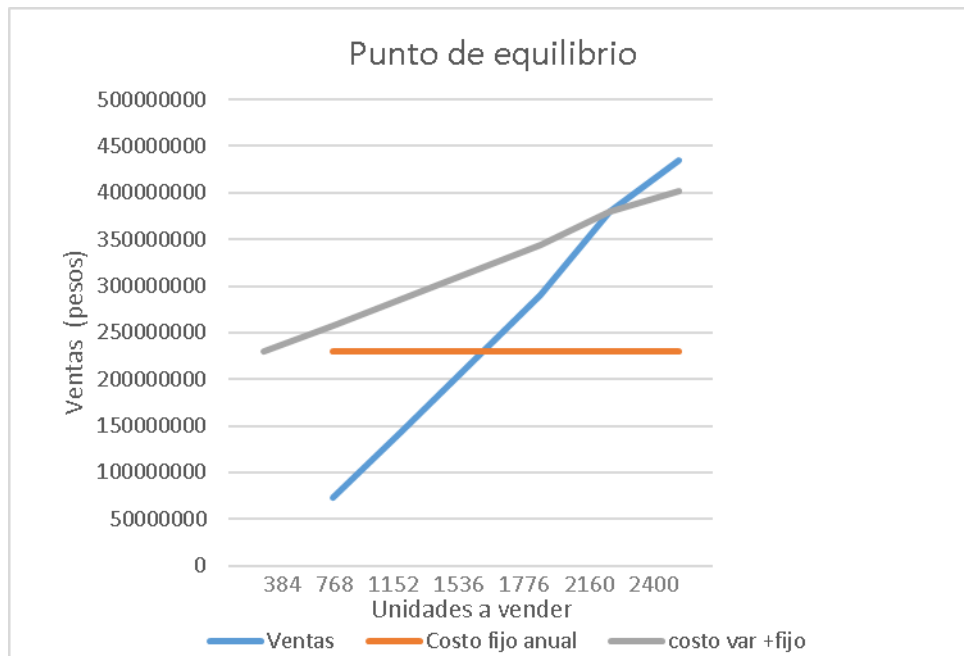
Nota: Elaboración propia

4.4.11. PUNTO DE EQUILIBRIO

En el apéndice 1 se encuentran las operaciones relacionadas con el calculo del punto de equilibrio, esto para evaluar la rentabilidad del negocio. Una vez obtenidos los resultados se estima que es necesario vender como mínimo 2160

bolsos para que la empresa no tenga pérdidas, esta cantidad representa 90% de las ventas proyectadas en el primer año que en total serían 2400 bolsos.

Figura 21. Punto de equilibrio



Nota: Elaboración propia

5 CONCLUSIONES

- ❖ Tras el análisis de mercado, en Colombia existen pocas propuestas para la elaboración de cuero vegano a base de fibras vegetal, tal como la hoja de piña y la transformación de esta materia prima, por tanto, se puede abrir un mercado con una alternativa sustentable y amigable con el medio ambiente que ayude a esta industria a cambiar el concepto de piel o material extraídos de animales reduciendo el impacto negativo en la fauna.
- ❖ Ahora que la oportunidad de BUCUEROS está más clara en el mercado en la ciudad de Bucaramanga especialmente, contando con un factor de uso de residuos que no son 100% aprovechados para el desarrollo de nuevas alternativas sustentables en productos innovadores.
- ❖ Se establece una propuesta de valor la cual aporta un apoyo a la agroindustrial para fortalecer el crecimiento de esta misma, incluyendo una idea innovadora en la ciudad para el desarrollo de nuevas alternativas amigables con el medio ambiente, aplicando técnicas y materiales favorables para esta industria.
- ❖ Aunque finalmente la empresa sea nueva en la ciudad se tiene en cuenta una medida optimista en el mercado actual, una acogida y oportunidad para dar a conocer la marca y posicionarla en los primeros 3 u 4 años de proceso que tendrá, por ello se aterriza la situación cumpliendo con un pago de nómina y la cancelación de los gastos primarios u básicos iniciales que se tendrán en la empresa para el manejo correcto de recursos.

- ❖ Se realiza un análisis con respecto al punto de equilibrio con base a los resultados obtenidos por medio de encuestas realizadas de Google forms, logrando así mismo un segmento de clientes potenciales que desean adquirir los productos con cifras y porcentaje que favorecen positivamente el plan de negocios para cubrir la demanda del mercado y así mismo mantener el punto de equilibrio en las proyecciones de ventas realizadas.

- ❖ Se determina por medio de los costos realizados que se invertirán inicialmente para la elaboración de bolsos en fibras vegetales bajos a comparación del material tradicional por esto el margen de ganancia incrementa positivamente y esto conviene al plan de negocio para determinar su viabilidad, por esta razón el plan de negocio no se verá afectado ya que está obteniendo las ganancias suficientes para crecer de manera segura y mantenerse en los primeros años sin tener ningún desajuste de personal o maquinaria que pueda limitar la producción y por ende la elaboración diaria de bolsos en fibras vegetales BUCUEROS.

6 RECOMENDACIONES

Evaluar la posibilidad de varios puntos estratégicos de distribución del producto en diferentes ciudades para extender y dar a conocer el producto elaborado en fibras vegetales.

Con una finalidad de correr el voz a voz de los productos en territorio nacional disminuyendo publicidad y gastos que no beneficien positivamente a la empresa, el diseño y nuevas tendencias en el mercado para no mantener siempre la misma gama de colores o estilos si no una variedad a gusto de cada clientes que quiera contribuir a la compra de productos hechos en Colombia con materiales alternativos, de igual manera se realizar un análisis más profundo para los indicadores financieros, los costos, la administración de demás gastos que esta represente para ser relevante con respecto al plan de negocios, por eso se busca tomar los valores más precisos y dar soporte de ello para el desarrollo del plan de negocios.

Realizar una evaluación de la posible exportación a mercados extranjeros para posicionar la marca no solo a nivel nacional si no fuera de él, así mismo dando a conocer una alternativa sustentable a la que Colombia le apuesta para innovar y promover con mayor ganancia un producto que no contamina y no desgasta el medio ambiente.

Seguir en la búsqueda de otros materiales alternativos para la elaboración de no solo bolsos si no demás productos como correas, carteras, zapatos y más en sus diferentes colores y estilo, enfocados de igual manera a brindar un aporte positivo al medio ambiente sin maltratar ni causarle daño también a los animales que viven en estos espacios, nuevas tecnologías y herramientas útiles para estos procesos dando así misma apertura a la agroindustria con una mayor fuerza en el mercado.

7 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

America, S. (s.f.). *Styleinsumos.com*. Obtenido de

<https://styleinsumos.com/materiales-para-calzado-y-marroquineria/pinatex-josep-taylor/>

Ananas anam. (2017). *About us - Piñatex*. Ananas anam:

¡Error! Referencia de hipervínculo no válida.

ANDRADE, N. M. (2018). *ELABORACIÓN DE UN NO TEJIDO A PARTIR DE LA FIBRA DE PIÑA MEDIANTE LA TÉCNICA DEL PUNZONADO PARA OBTENER UN PRODUCTO SIMILAR AL CUERO EN CUANTO A SU TEXTURA Y APARIENCIA.*”. Ibarra.

Bizlatinhub. (27 de JULIO de 2018). *Bizlatinhub.com*. Obtenido de

<https://www.bizlatinhub.com/es/como-crear-formar-una-empresa-s-a-s-en-colombia/>

Bolívar, P. (14 de Noviembre de 2021). *Moda sostenible: una industria que está saliendo del clóset*.

<https://www.eltiempo.com/vida/medio-ambiente/moda-sostenible-empresamientos-e-industria-en-auge-en-colombia-549044>

Camilo Vega Barbosa. (12 de Noviembre de 2020). Obtenido de El espectador:

<https://www.elespectador.com/economia/colombia-tendra-fabrica-de-cuero-vegano-article/>

Corvo, H. S. (2018). *lifeder.com*. Obtenido de

<https://www.lifeder.com/macrolocalizacion-proyecto-empresa/>

Ecoinventos. (18 de Diciembre de 2019). *Piñatex. Cuero vegetal hecho de fibra*

de *piña*. Ecoinventos green technology:

<https://ecoinventos.com/pinatex-cuero-vegetal-hecho-de-fibra-de-pina/>

Endeavor. (2021). *Endeavor*. Obtenido de

<https://www.endeavor.org.co/quienes-somos/>

FLUENCE NEWS TEAM. (1 de Diciembre de 2018). *Uso del Agua en la Industria del Cuero*. Fluence Corporation:

<https://www.fluencecorp.com/es/huella-hidrica-industria-cuero/>

Futuro verde. (10 de Septiembre de 2020). *Moda sostenible: ¿qué es el cuero vegano?* .Futuro verde:

<https://futuroverde.org/2020/09/10/moda-sostenible-que-es-el-cuero-vegano/>

Rodríguez, H. (31 de Octubre de 2018). *6 datos espeluzantes sobre el tráfico de especies*. National geographic España:

https://www.nationalgeographic.com.es/naturaleza/actualidad/6-datos-espeluzantes-sobre-trafico-especies_13410

Rodriguez, A. G. (2021 de Abril de 2021). *Fashionunited*. Obtenido de

<https://fashionunited.mx/noticias/empresas/la-industria-productora-de-cuero-vegano-crece-a-un-50-por-ciento-anual/20210415307300>

Roncasio, G. (s.f.). *Gestion.pensemos.com*. Obtenido de

<https://gestion.pensemos.com/que-es-la-planeacion-estrategica-y-para-que-sirve>

Ruiz, L. (27 de ENERO de 2020). *Sales layer*. Obtenido de
<https://blog.saleslayer.com/es/que-es-politica-de-distribucion>

Vanguardia. (6 de Octubre de 2019). <https://www.vanguardia.com/>. Obtenido de
<https://www.vanguardia.com/economia/local/datos-del-censo-poblacional-2018-asi-vivimos-en-santander-ia1516684>

Vanguardia.com. (14 de Septiembre de 2019). *Vanguardia.com*. Obtenido de
<https://www.vanguardia.com/economia/local/industria-manufacturera-en-santander-aumento-produccion-en-8-en-julio-LM1428386>

8 APENDICES

APENDICE 1. PUNTO DE EQUILIBRIO

| Producto | Precio de venta unitario | Unidades a producir | Participación de producción | Costo de Materia prima unit | Costo mano de obra unitaria | Total, costo variable unitario | costos y gastos fijos totales | Margen de contribución Unitario | Margen de contribución ponderado | Punto de equilibrio ponderado | Unidades a producir en punto de equilibrio | ingresos en punto de equilibrio |
|----------------|--------------------------|---------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|--------------------------------|-------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|-------------------------------|--|---------------------------------|
| BOLSOS | | 2400 | 100% | | | | | | | | 2400 | |
| Bolso REF 001 | \$ 159.111 | 384 | 100% | \$ 79.556 | 83,00 | \$ 87.856 | \$ 98.528 | \$ 71.256 | \$ 71.256 | 1,38274 | | \$ 381.866,80 |
| Bolso REF 003 | \$ 152.060 | 384 | 100% | \$ 76.030 | 83,00 | \$ 84.330 | \$ 98.528 | \$ 67.730 | \$ 67.730 | 1,45472 | | \$ 364.944,269 |
| Bolso REF 006 | \$ 164.176 | 384 | 100% | \$ 82.088 | 83,00 | \$ 90.388 | \$ 98.528 | \$ 73.788 | \$ 73.788 | 1,33529 | | \$ 394.021,632 |
| Bolso REF 009 | \$ 163.392 | 384 | 100% | \$ 81.696 | 83,00 | \$ 89.996 | \$ 98.528 | \$ 73.396 | \$ 73.396 | 1,34242 | | \$ 392.140,032 |
| Bolso REF 0012 | \$ 173.204 | 240 | 100% | \$ 86.602 | 83,00 | \$ 94.902 | \$ 157.645 | \$ 78.302 | \$ 78.302 | 2,01330 | | \$ 415.688,832 |
| Bolso REF 0015 | \$ 156.632 | 384 | 100% | \$ 78.316 | 83,00 | \$ 86.616 | \$ 98.528 | \$ 70.016 | \$ 70.016 | 1,40723 | | \$ 375.916,032 |
| Bolso REF 0018 | \$ 167.314 | 240 | 100% | \$ 83.657 | 83,00 | \$ 91.957 | \$ 157.645 | \$ 75.357 | \$ 75.357 | 2,09198 | | \$ 401.553,024 |
| PROMEDIO | \$ 162.270 | | | | | | | | | | | |

INGRESOS PROYECTADOS

| | | |
|----------------|----|------------|
| Bolso REF 001 | \$ | 62.311.559 |
| Bolso REF 003 | \$ | 62.311.559 |
| Bolso REF 006 | \$ | 62.311.559 |
| Bolso REF 009 | \$ | 62.311.559 |
| Bolso REF 0012 | \$ | 38.944.724 |
| Bolso REF 0015 | \$ | 62.311.559 |

F-DC-125

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO
DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA,
EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO

VERSIÓN: 1.0

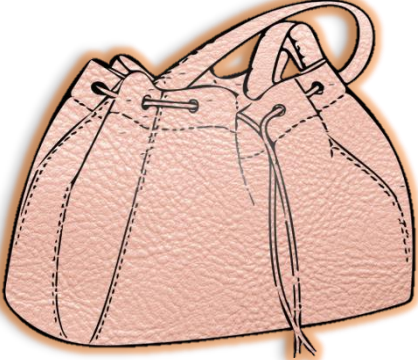
| | | |
|-------------------|----|-------------------|
| Bolso REF 0018 | \$ | 38.944.724 |
| TOTAL | \$ | 55.635.320 |

| Unidades a vender | Ventas | Costo fijo anual | costo var +fijo | |
|-------------------|----------------|------------------|-----------------|----------------|
| \$ 384 | \$ 62.311.559 | \$ 37.834.800 | \$ 33.835.079 | \$ 28.476.480 |
| \$ 768 | \$ 124.623.118 | \$ 37.834.800 | \$ 64.864.011 | \$ 59.759.107 |
| \$ 1.152 | \$ 186.934.677 | \$ 37.834.800 | \$ 104.225.320 | \$ 82.709.357 |
| \$ 1.536 | \$ 249.246.236 | \$ 37.834.800 | \$ 138.332.138 | \$ 110.914.097 |
| \$ 1.776 | \$ 288.190.960 | \$ 37.834.800 | \$ 168.703.313 | \$ 119.487.647 |
| \$ 2.160 | \$ 350.502.519 | \$ 37.834.800 | \$ 187.188.743 | \$ 163.313.776 |
| \$ 2.400 | \$ 389.447.243 | \$ 37.834.800 | \$ 220.854.157 | \$ 168.593.086 |


Nota: Elaboración propia


9 ANEXOS

ANEXO 1. FICHAS TÉCNICAS DE LOS BOLSOS


| | |
|--|---|
|  | <p>Nombre: ref 2. Romántico</p> <p>Descripción: bolso de hombro para dama tipo drawstring, elaborado en cuero vegetal color palo de rosa, cierre de cordón, correa de hombro ajustable.</p> <p>Dimensiones: Tamaño (largo x ancho x alto): 35 x 16.5 x 25 cm</p> <p>Estructura: cierre de cordón terminación en borla, 1 compartimento principal, bolsillo interior con cierre (18 cm) bolsillo interior sin cierre, correa de hombro de ajuste por hebilla hasta 110 cm</p> |
| <p>Materia prima externa Cuero vegetal color palo de rosa.</p> <p>Materia prima interna: Seda impermeable color palo de rosa</p> | <p>Insumos y herrajes:</p> <p>Cremallera de poliéster (18 cm)</p> <p>Hebilla deslizante metálica dorada (32 mm)</p> <p>2 borlas palo de rosa</p> <p>Tornillos redondos contra desgaste (12 mm)</p> <p>6 ojales de metal de (10 mm)</p> <p>Cordón redondo 105 cm</p> <p>Hilo encerado palo de rosa</p> |

| | |
|--|---|
|  | <p>Nombre: ref 3. Seductor</p> <p>Descripción: Bolso practico elaborado en cuero vegetal color hueso, decoración con borlas.</p> <p>Dimensiones: Tamaño (largo x ancho x alto): 33 x 14 x 23 cm</p> <p>Estructura: compartimiento principal con cierre (30cm) bolsillo posterior (18 cm), bolsillo interno para el teléfono.</p> <p>Uso práctico por correa de hombro ajustable hasta 120 cm y removible, aza de mano fija.</p> |
| <p>Materia prima externa: Cuero vegetal color hueso</p> <p>Materia prima interna: Seda impermeable color hueso</p> | <p>Insumos y herrajes:</p> <p>Cremallera metálica de 30 cm</p> <p>Cremallera de poliéster 18 cm</p> <p>Hebilla deslizante metálica dorada (25 mm)</p> <p>Argolla metálica dorada (30 mm)</p> <p>Mosquetón de collar con cierre langosta (25mm)</p> <p>Llaveros con pompón</p> <p>Remaches de mango</p> <p>Tornillos redondos contra desgaste (12 mm)</p> <p>Hilo encerado color hueso.</p> |

| | |
|--|---|
|  | <p>Nombre: ref 4. Dramático</p> <p>Descripción: bolso tipo hobo trapezoidal, elaborado en cuero vegetal color negro</p> <p>Dimensiones: Tamaño (largo x ancho x alto): 35 x 10 x 26 cm, altura del mango 20 cm</p> <p>Estructura: bolsos de mujer con bolsillo externo posterior con cremallera (18 cm). compartimento principal grande, un bolsillo con cremallera (15 cm) y 2 bolsillos con ranura, correa externa con cerradura de lengüeta.</p> |
| <p>Materia prima externa: Cuero vegetal color negro</p> <p>Materia prima interna: Seda impermeable color negro</p> | <p>Insumos y herrajes:</p> <p>Cremallera metálica de 25 cm Cremallera metálica 18 cm Cremallera de poliéster 15 cm Tornillos redondos contra desgaste (12 mm) Cerradura de lengüeta metal dorada (40mm) Hebilla redonda metálica dorada (30 mm) Hilo encerado color hueso. Remaches de mango</p> |

| | |
|--|---|
|  | <p>Nombre: ref 5. Elegante</p> <p>Descripción: Bolso unisex tipo duffle bag, elaborado con cuero vegano gris, uso práctico con correa de hombro y de mano.</p> <p>Dimensiones: Tamaño (largo x ancho x alto): 42 x 23.5 x 25 cm. Caída de hombro: largo 51-56 cm.</p> <p>Estructura: Este bolso cuenta con múltiples bolsillos, compartimiento principal con cierre (40 cm), bolsillo externo posterior con cierre (20 cm), bolsillo interno grande, bolsillo interior con cierre (15 cm), bolsillo interno para celular y documentos; cerradura de lengüeta, correa de hombro ajustable hasta removible y aza de mano fija.</p> |
| <p>Materia prima externa: Cuero vegetal color Gris</p> <p>Materia prima interna: Seda impermeable color gris</p> | <p>Insumos y herrajes:</p> <ul style="list-style-type: none"> Cremallera metálica de 40 cm Cremallera metálica 20 cm Cremallera de poliéster 15 cm Tornillos redondos contra desgaste (12 mm) Cerradura de lengüeta metal plateada (40mm) 2 hebilla deslizante metálica plateada (70 mm) Remaches plateados 12 x 10 mm Mosquetón de 70 mm Hilo encerado color gris |

| | |
|---|---|
|  | <p>Nombre: ref 6 Natural</p> <p>Descripción: Bolso de hombro con tapa tipo mensajero, unisex, color café oscuro, elaborado en cuero vegetal, con correa de hombro permanente acolchada ajustable.</p> <p>Dimensiones: Tamaño (largo x ancho x alto): 38 x 11 x 28 cm, longitud correa 20 cm. Longitud correa hasta 150 cm.</p> <p>Estructura: bolsillo externo posterior con cierre (18 cm), compartimiento principal debajo de la tapa con cierre (35 cm), bolsillo interno con cierre (15 cm), bolsillos internos para smartphone y documentos; correa ajustable 150 cm</p> |
| <p>Materia prima externa Cuero vegetal color café oscuro</p> <p>Materia prima interna: Seda impermeable color café oscuro</p> | <p>Insumos y herrajes:</p> <p>Cremallera metálica de 45 cm Cremallera metálica 18 cm Cremallera de poliéster 15 cm Broche de imán dorado 18 mm Hebilla deslizante metálica dorada (25 mm) Remaches dorados 12 x 10 mm Hilo encerado color marrón.</p> |

| | |
|---|--|
|  | <p>Nombre: ref 7. Tradicional</p> <p>Descripción: bolso tipo drawstring, color café claro, unisex, elaborado en cuero vegano color café claro, se puede usar como mochila o bolso de hombro gracias a sus correas removibles, con cerradura de cordón.</p> <p>Dimensiones: Tamaño (largo x ancho x alto): 32 x 15 x 30 cm, longitud correa 20 cm. Longitud correas hasta 110 cm</p> <p>Estructura: bolsillo externo posterior con cierre (18 cm), compartimento principal con cerradura de cordón, bolsillo interno con cierre (15 cm), bolsillos internos para smartphone y documentos; correa ajustable 110 cm</p> |
| <p>Materia prima externa: Cuero vegetal color café claro</p> <p>Materia prima interna: Seda impermeable color café claro.</p> | <p>Insumos y herrajes:</p> <p>Cremallera metálica de 18 cm</p> <p>Cremallera de poliéster 15 cm</p> <p>Hebillas deslizante metálica dorada (50 mm)</p> <p>Hebilla redonda metálica dorada (40 mm)</p> <p>Mosquetón de collar con cierre langosta (50mm)</p> <p>Remaches dorados (6x6mm) 6 ojales de metal de (10 mm)</p> <p>Cordón de cuero plano 96 cm</p> <p>Tapones anti desgaste metálicos 6 x 15 mm</p> <p>Hilo encerado color café claro.</p> |

Nota: Elaboración propia

ANEXO 2. TABLA DETALLADA DE INSUMOS

| Descripción | Material | Especificación | Cantidad | Valor unitario | Total |
|---|-----------|----------------|----------|----------------|-----------|
| Bolso creativo (Ref 1) | | | | | |
| Cremallera para bolso 65 cm | Metal | 65 cm | 1 | \$ 4.700 | \$ 4.700 |
| Cremallera metálica plateada (18 cm) | Metal | 18 cm | 1 | \$ 1.550 | \$ 1.550 |
| Cremallera de poliéster (15 cm) + Slider gota | Poliéster | 15 cm | 1 | \$ 1.616 | \$ 1.616 |
| Broche de imán 18 mm | Metal | 18 mm | 1 | \$ 1.400 | \$ 1.400 |
| Travilla metálica plata (50 mm) | Metal | 50mm | 2 | \$ 550 | \$ 1.100 |
| Remaches de metal en forma de estrella | Metal | 12 mm | 2 | \$ 433 | \$ 866 |
| Clip de metal para bordes (15mm) | Metal | 15 mm | 2 | \$ 994 | \$ 1.988 |
| Hilo encerado blanco | Poliéster | 25 mt | 1 | \$ 2.000 | \$ 2.000 |
| Cuero vegano color negro | Piñate x | 1 mtc | 1 | \$ 60.836 | \$ 60.836 |
| Seda impermeable color negro | Poliéster | 1 mt | 1 | \$ 3.500 | \$ 3.500 |
| Total, costo producto: | | | | \$ 79.556 | |
| Bolso romántico (Ref 2) | | | | | |
| Cremallera de poliéster (18 cm) + Slider gota | Poliéster | 18 cm | 1 | \$ 1.616 | \$ 1.616 |
| Travilla metálica dorada (32 mm) | Metal | 32 mm | 2 | \$ 1.332 | \$ 2.664 |
| Tornillos redondos contra desgaste (15 mm) | Metal | 15 mm | 4 | \$ 978 | \$ 3.912 |
| Ojales de metal de (10 mm) | Metal | 10 mm | 10 | \$ 150 | \$ 1.500 |
| Cordón redondo 105 cm | Algodón | 105 cm | 1 | \$ 2,256 | \$ 2,256 |
| Hilo encerado palo de rosa | Poliéster | 25 mt | 1 | \$ 2.000 | \$ 2.000 |
| Cuero vegano palo de rosa | Piñate x | 1 mtc | 1 | \$ 60.836 | \$ 60.836 |
| Seda impermeable palo de rosa | Poliéster | 1 mt | 1 | \$ 3.500 | \$ 3.500 |
| Total, costo producto: | | | | \$ 76.030 | |

| Bolso seductor (Ref 3) | | | | | |
|---|-----------|--------|---|-----------|-----------|
| Cremallera metálica de 30 cm | Metal | 30 | 1 | \$ 3.200 | \$ 3.200 |
| Cremallera de poliéster 18 cm + Slider gota | Poliéster | 18mm | 1 | \$ 1.616 | \$ 1.616 |
| Travilla deslizante metálica dorada (25 mm) | Metal | 25 mm | 2 | \$ 720 | \$ 1.440 |
| Argolla metálica dorada (25 mm) | Metal | 25 mm | 4 | \$ 470 | \$ 1.880 |
| Mosquetón argolla (25mm) | Níquel | 25mm | 2 | \$ 1.570 | \$ 3.140 |
| Remaches para bolso 6x5 | Metal | 6 mm | 8 | \$ 70 | \$ 564 |
| Tornillos redondos contra desgaste (15 mm) | Metal | 15 mm | 4 | \$ 978 | \$ 3.912 |
| Hilo encerado color hueso. | Poliéster | 25 mt | 1 | \$ 2.000 | \$ 2.000 |
| Cuero vegano color hueso | Piñate | 1 mtc | 1 | \$ 60.836 | \$ 60.836 |
| Seda impermeable color hueso | Poliéster | 1 mt | 1 | \$ 3.500 | \$ 3.500 |
| Total, costo producto: | | | | \$ 82.088 | |
| Bolso dramático (Ref 4) | | | | | |
| Cremallera metálica de 25 cm | Metal | 25 cm | 1 | \$ 2.700 | \$ 2.700 |
| Cremallera metálica 18 cm | Metal | 18 cm | 1 | \$ 1.650 | \$ 1.650 |
| Cremallera de poliéster 15 cm + Slider gota | Poliéster | 25mm | 1 | \$ 1.616 | \$ 1.616 |
| Tornillos redondos contra desgaste (15 mm) | Metal | 15 mm | 4 | \$ 978 | \$ 3.912 |
| Cerradura de lengüeta metal dorada (40mm) | Metal | 40 mm | 1 | \$ 3.978 | \$ 3.978 |
| Argolla metalica dorada (30 mm) | Metal | 30 mm | 2 | \$ 470 | \$ 940 |
| Hilo encerado color Negro | Poliéster | 100 mt | 1 | \$ 2.000 | \$ 2.000 |
| Remaches 6 mm | Metal | 6 mm | 8 | \$ 70 | \$ 564 |
| Cuero vegano color negro | Piñate | 1 mtc | 1 | \$ 60.836 | \$ 60.836 |
| Seda impermeable color negro | Poliéster | 1 mt | 1 | \$ 3.500 | \$ 3.500 |
| Total costo producto: | | | | \$ 81.696 | |
| Bolso elegante (Ref 5) | | | | | |
| Cremallera metálica de 40 cm | Metal | 40 | 1 | \$ 4.300 | \$ 4.300 |

| | | | | | |
|---|-----------|--------|---|-----------|-----------|
| Cremallera metálica 20 cm | Metal | 20 | 1 | \$ 1.850 | \$ 1.850 |
| Cremallera de poliéster 15 cm + Slider | Poliéster | 15 cm | 1 | \$ 1.616 | \$ 1.616 |
| Tornillos redondos contra desgaste (12 mm) | Metal | 15 mm | 4 | \$ 478 | \$ 1.912 |
| Cerradura de lengüeta metal plateada (40mm) | Metal | 40 mm | 1 | \$ 3.478 | \$ 3.478 |
| Travilla metálica plateada (50 mm) | Metal | 50mm | 2 | \$ 550 | \$ 1.100 |
| Remaches plateados 6 mm | Metal | 6 mm | 8 | \$ 70 | \$ 564 |
| Argolla metálica dorada (30 mm) | Metal | 30 mm | 2 | \$ 470 | \$ 940 |
| Mosquetón 38 mm | Metal | 38 mm | 2 | \$ 2.253 | \$ 4.506 |
| Hilo encerado color gris | Poliéster | 100 mt | 1 | \$ 2.000 | \$ 2.000 |
| Cuero vegano color gris | Piñate | 1 mtc | 1 | \$ 60.836 | \$ 60.836 |
| Seda impermeable color gris | Poliéster | 1 mt | 1 | \$ 3.500 | \$ 3.500 |

Total costo producto:

\$ 86.602

Bolso natural (Ref 6)

| | | | | | |
|--|-----------|--------|---|-----------|-----------|
| Cremallera metálica de 45 cm | Metal | 45 cm | 1 | \$ 4.500 | \$ 4.500 |
| Cremallera metálica 18 cm | Metal | 18 cm | 1 | \$ 1.950 | \$ 1.950 |
| Cremallera de poliéster 15 cm + Slider | Poliéster | 15cm | 1 | \$ 1.616 | \$ 1.616 |
| Broche de imán dorado 18 mm | Metal | 18 mm | 1 | \$ 950 | \$ 950 |
| Travilla metálica dorada (25 mm) | Metal | 25 mm | 2 | \$ 1.200 | \$ 2.400 |
| Remaches dorados (6 mm) | Metal | 6 mm | 8 | \$ 70 | \$ 564 |
| Hilo encerado color marrón | Poliéster | 100 mt | 1 | \$ 2.000 | \$ 2.000 |
| Cuero vegano color Marrón | Piñate | 1 mtc | 1 | \$ 60.836 | \$ 60.836 |
| Seda impermeable color marrón | Poliéster | 1 mt | 1 | \$ 3.500 | \$ 3.500 |

Total costo producto:

\$ 78.316

Bolso tradicional (Ref 7)

| | | | | | |
|--|-----------|-------|---|----------|----------|
| Cremallera metálica de 18 cm | Metal | 18 cm | 1 | \$ 1.950 | \$ 1.950 |
| Cremallera de poliéster 15 cm + Slider | Poliéster | 15 cm | 1 | \$ 1.616 | \$ 1.616 |

| | | | | | |
|--|-----------|--------|---|--------------|--------------|
| Hebillas deslizante metálica dorada (50 mm) | Níquel | 50 mm | 2 | \$ 1.167 | \$ 2.334 |
| Argolla metálica dorada (40 mm) | Níquel | 57 mm | 4 | \$ 470 | \$ 1.880 |
| Mosquetón de collar con cierre langosta (38mm) | Metal | 38 mm | 2 | \$ 2.825 | \$ 5.650 |
| Remaches dorados (6x6mm) | Metal | 6 mm | 6 | \$ 70 | \$ 423 |
| Ojales dorados de 10 mm | Metal | 10 mm | 8 | \$ 150 | \$ 1.200 |
| Cordón plano 4 mm | Poliéster | 96 cm | 1 | \$ 2.268 | \$ 2.268 |
| Hilo encerado color café claro. | Poliéster | 100 mt | 1 | \$ 2.000 | \$ 2.000 |
| Cuero vegano color café claro | Piñate | 1 mtc | 1 | \$ 60.836 | \$ 60.836 |
| Seda impermeable color café claro | Poliéster | 1 mt | 1 | \$ 3.500 | \$ 3.500 |
| | | | | \$ | |
| Total costo producto: | | | | 83.657 | |
| | | | | \$ | |
| Total | | | | 567.944 | |

Nota: Elaboración propia