Decanato de Ciencias Económicas y Empresariales

Escuela de Administración

"Diseño de un plan de negocio para la creación de una microempresa EntreTejidos. Santo Domingo, Republica Dominicana. Año 2014"

Sustentantes:

Luís Carlos Jiménez	2005-0432
Gabriel Alejandro Rivas	2009-0762
Faustina Luz Esther Batista	2010-0211

Asesor Titular

Ing. Juan Enrique Rosales

Asesor Auxiliar

Lic. Margarita Abreu

Monografía para optar por el título de

Licenciatura en Administración de Empresas

Santo Domingo, D. N.

Agosto, 2014

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS ..... **I**
DEDICATORIAS ..... **V**
INTRODUCCIÓN **1**
RESUMEN EJECUTIVO **2**

CAPITULO I: MARCO GENERAL

1.1 Definición del Negocio 4
1.2 Definición del Equipo Emprendedor 4
1.3 Visión 5
1.4 Misión 5
1.5 Naturaleza del Negocio 5
1.6 Filosofía – Valores y Cultura 5

CAPITULO II: ANÁLISIS DEL ENTORNO

2.1 Macro Entorno Político, Económico, social y Tecnológico 8
2.1.1 Aspectos Políticos, Legales 8
2.1.2 Aspectos Económicos 9
2.1.3 Aspectos Sociales 10
2.1.4 Aspectos Tecnológicos 11
2.2 Mercado 12
2.2.1 Mapa de Empatía 12
2.2.2 Propuesta de Valor 12
2.2.3 Tendencias 13
2.2.3.a Aspectos Generales 13
2.2.3.b Marketing One To One 14
2.2.4 Clientes 15
2.2.5 Mercado Total 16
2.2.5.a Marcado Potencial 17
2.2.6 Mercado Objetivo 18
2.2.7 Competencia 18

CAPITULO III: ANÁLISIS COMPARATIVO

3.1 Análisis FODA 21
3.2 Recursos y Capacidades 22
3.3 Factores Claves: Recursos y Actividades 22
3.3.1 Recursos y Actividades 23
3.3.2 Actividades Claves 23
3.4 Factores Críticos del Éxito 23

CAPITULO IV: OBJETIVOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS

4.1 Cuantitativos 25
4.2 Cualitativos 25

CAPITULO V: ESTRATEGIAS

5.1 Productos y Servicios 27
5.2 Segmento del Mercado 27
5.3 Mercado Geográfico 28
5.4 Recursos y Capacidades Internas 28
5.5 Organización 29
5.6 Tipo y Origen de Insumos 29
5.7 Alianzas Estratégicas 30

CAPITULO VI: PLANES OPERATIVOS

6.1 Plan de Mercadeo 32
6.1.1 Mercadeo Objetivo 32
6.1.2 Estrategia Competitiva 33
6.1.3 Ventajas Competitivas 33
6.1.4 Posicionamiento 33
6.1.5 Estrategia de Precio 34
6.1.6 Información de Mercado 35
6.1.7 Estrategia de Comunicación 35
6.1.8 Estrategia de Promoción y Publicidad 36
6.1.9 Estrategias Web 36
6.1.10 Plan de Marketing por Canal 37
6.1.11 Estrategias de Servicio 38
6.2 Plan de Venta 39
6.2.1 Estrategia de Ventas 39
6.2.2 Equipo de Venta 39
6.2.3 Sistema de Venta 40
6.2.4 Línea de Productos 40
6.3. Plan Organizacional 40
6.3.1 Equipo y Staff 40
6.3.2 Organigrama 42
6.4 Plan de Operación y Logística 42
6.6 Plan de Administración y Finanzas ..... OJO
6.5 Plan de Finanzas 43

CAPITULO VII: EVALUCION FINANCIERA

7.1 Base de Cálculos y Proyecciones 46
7.1.1 Detalle del Gasto General - Nomina-Igualas y Servicios Generales 46
7.1.2 Calculo de Precios y Costos 48
7.1.3 Inversiones 49
7.2 Proyección de Ventas Anuales (unidades) 50
7.3 Costos Anuales 50
7.4 Ventas Anuales 50
7.5 Capital de trabajo 50
7.6 Flujo de caja 50
7.7 Análisis de Sensibilidad 52
7.8 Requerimientos de fondos de Inversión 53

CONCLUSIÓN **54**
RECOMENDACIONES **55**
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS **56**
ANEXOS **58**

“Diseño de un Plan de Negocio para la creación de una microempresa EntreTejidos”

Agradecimientos:

Primero a **Dios** que ha sido la energía que me ha impulsado a no detenerme en este largo camino, mi fortaleza en estos años de nuevas experiencias, momentos difíciles en los que Él ha sido luz.

A mis padres **Francisco Manuel Soto Concepción** y **Carmen Alicia Hidalgo Arredondo**, quienes han sido mi motor, mi aliento, mis maestros en esta vida tan simple y complicada al mismo tiempo, ustedes me han enseñado que en la vida hay que esforzarse y siempre dar lo mejor de nosotros para ser exitosos. Cada uno de mis pasos de hoy en adelante serán por y para ustedes que me han dado tanto.

A mi novia **Laura Peña Franco** por su amor y apoyo incondicional que me hacen siempre querer ser mejor persona y superarme a mí mismo. Gracias por ser la mejor compañera de vida.

Gabriel Alejandro Rivas

A DIOS: Por darme su bendición cada día y permitirme contar con su apoyo en todo momento, por darme los medios para poder hacer posible terminar mi carrera universitaria.

A mi madre Buenaventura Domínguez: Por siempre apoyarme y ser quien siempre se mantuvo motivándome para lograr cada objetivo que me propongo, siempre poniendo todo en mano de DIOS y confiada en su obra.

Mi otra madre Esperanza Domínguez: Quien siempre me apoyo y me motivo para terminar mis estudios universitarios.

A mi padre Carlos Jiménez: Que a lo largo de mi vida he contando con su incondicional apoyo para todo lo que quiero hacer.

A mis hermanos: Por siempre poder contar con ellos para resolver cualquier situación que se me presentara y ser quienes son conmigo.

A mi tía Margot Liranzo: Quien siempre estuvo pendiente del proceso de mis estudios universitarios y me motivaba para concluirlos.

Mis compañeros Luz Batista y Gabriel Rivas: Por llevar todo bien hasta el final, haciendo un buen trabajo en equipo y poder ver este trabajo llegar a su conclusión.

A todas las personas: Que de alguna manera directa o indirectamente colaboraron para poder hacer posible otro logro más en mi vida.

Luis Carlos Jiménez Domínguez

A Dios: por ser el causante de que viva esta experiencia tan maravillosa. Gracias Padre por permitirme lograr esta etapa de mi vida, de aquí en adelante solo contigo podre seguir.

A mi madre: le agradezco que haya luchado para tener una educación sin ella ahora mismo no sería nada. Ella me ha ensañado a superarme cada día, gracias por darme la vida y estar junto a mí en esta etapa de mi vida.

A mi padre: que aunque no esté conmigo en este momento siempre lo recordare y lo tendré en mi corazón, siempre fue un apoyo en mi vida y gracias a él soy quien soy, es mi inspiración en todo lo que hago día a día.

A mi hermana: Gracias por estar conmigo siempre a pesar de cualquier circunstancia, de ti he aprendido bastante y gracias a tus enseñanzas este trabajo pudo ser finalizado.

A mi tío Aquiles: Por ser tan comprensivo y estar ahí para poder lograr esta etapa de mi vida, sin ti esto no sería posible ahora mismo, gracias.

A mi novio Cesar Manuel Caraballo: Por su amor incondicional y apoyo, por estar ahí siempre que te necesite y por darme tu mano siempre que te lo pedí.

A mis compañeros Luis y Gabriel: Gracias a ustedes llegamos hasta el final sin ningún inconveniente, siempre apoyándonos uno con el otro como buen equipo de trabajo.

A los profesores de UNAPEC: en especial al Ing. Juan E. Rosales por ser tan buen asesor y guiarnos por el camino correcto, gracias por su apoyo y comprensión.

Faustina Luz E. Batista García

Dedicatorias:

Este proyecto se lo dedico **a mi familia**, quienes en todo momento han sido mis apoyos en la vida, dedicados, incondicionales y me han demostrado siempre con su ejemplo que en la vida hay que ser siempre correctos sin importar las barreras que se presenten en el trayecto.

Gabriel Alejandro Rivas

A mi madre Buenaventura Domínguez: por ser la persona que siempre se mantuvo firme aconsejándome para que pueda hacer este logro realidad.

A mi padre Carlos Jiménez: Por su entera dedicación como padre para buscar los medio de que pueda lograr mis deseos en la vida.

Luis Carlos Jiménez Domínguez

Dedico esta monografía a **Dios** sobre todas las cosas por darme la vida, a mi familia por estar ahí siempre cuando los necesite en especial a **mi madre, mi padre, mi hermana y mi tío**, gracias por sus enseñanzas sin ustedes no soy nada.

Por sus ejemplos de vida pude alcanzar esta meta y les aseguro que de ahora en adelante se sentirán orgullosos de mí, en especial mi padre **Publio Batista** que me mira desde el cielo, siempre fuiste un hombre ejemplar para mí y nunca te defraudare.

Faustina Luz E. Batista García

Introducción

Desde el inicio de los historia la humanidad siempre ha tenido la necesidad de utilizar telas para crear vestimentas. A medida que se iba perfeccionando el arte de tejer surge el estilo crochet el cual brinda un toque distintivo e innovador a las prendas de vestir.

Este estilo de tejido surge de prácticas tradicionales en Irán, China y Sur América, y tuvo mucha aceptación en España en el siglo XIX. Desde ese entonces se ha ido perfeccionando el tejido crochet logrando mantenerse en el mercado todos estos años.

En la Republica Dominicana es inexistente una empresa que se dedique a tejer al estilo crochet por lo que este plan de negocio de Entretejidos Handmade busca crear y satisfacer el mercado que busca este tipo de prendas.

Resumen Ejecutivo

El plan de emprendimiento a desarrollar es la creación de una empresa de tejido a crochet personalizado la cual será física y online en la ciudad de Santo Domingo, que le dará al cliente poder hacer sus pedidos de forma rápida y sencilla. A pesar que en esta región no es muy reconocido este tipo de producto lo impulsaremos para que se destaque como tal. Nuestra ventaja competitiva es la diferenciación, crear lo que el cliente exactamente piensa, trabajos y tratos personalizados con el cliente para que el mismo se sienta único y especial. Tenemos la mayor variedad y la mejor calidad para satisfacer esas necesidades de nuestro nicho de mercado. Este plan de negocio pretende dentro de sus 5 años, establecerse en el mercado nacional, siendo siempre la primera opción en la mente del consumidor en cuanto a producto de tejido crochet personalizado se refiere. Obteniendo una participación de mercado de un 7.5% del publico objetivo y con ventas por encima de los 7 millones de pesos anuales. El plan de negocios “EntreTejidos” consiste en crear una empresa de tejidos crochet personalizado que pueda abarcar todas las necesidades y exigencias del cliente. Esta propuesta innovadora permitirá la captación del público, gracias a la variedad de producto que tenemos y con el mejor servicio, calidad e innovación que cualquier competencia.

Capítulo I:

Marco General

1.1 Definición del negocio

EntreTejidos, con toque tradicional en la que se emplean diferentes técnicas manuales, busca plasmar la idea de los clientes con materiales de alta calidad en los productos que elabora. El tiempo dedicado a la elaboración del producto, es un tiempo emotivo en el cual se teje pensando en la completa satisfacción de nuestro cliente y el servicio prestado.

Somos especialistas en el bordado a mano, crear lo que el cliente exactamente desea nos hace distintivos de los demás. Creamos todo tipos de ideas bordado a mano como: un vestido para bebe, una boina, accesorios y demás, todo lo que se le pueda ocurrir a nuestro cliente nosotros lo hacemos para él.

1.2 Definición del equipo emprendedor

Somos un equipo innovador, creativo, lo bastante preparados para poder manejar cualquier crisis que se nos presente en el día a día laboral. Somos personas positivas, proactivas y con la bastante fe de que podemos seguir adelante pase lo que pase.

Buscamos aportar nuevas fuentes de empleos que le servirán al dominicano poder posicionar el tejido crochet como una técnica artesanal reconocida en el país.

Faustina Luz Esther Batista García
Edad: 22 Años
Estudiante de término de Administración de Empresas, Asistente Administrativa del Gerente General Volkswagen en Avelino Abreu. Me considero una persona, luchadora, trabajadora, positiva y siempre trato de dar lo mejor de mí, asumo los retos que me presenta la vida y trato siempre de dar iniciativas. Trabajo en equipo siempre que sea necesario para poder logar cualquier obstáculo en el ámbito laboral.

Luís Carlos Jiménez
Edad: 27 Años

Estudiante de termino de Administración de Empresas, me considero una persona soñadora, en el ámbito laboral trato de cumplir con todas las expectativas que me requieren, lucho por lo que quiero, trato de buscarle la solución mas conveniente a las diferentes situaciones que me presenta la vida sin encerrarme en el problema.

Gabriel Alejandro Rivas Hidalgo

Edad: 24 Años

Estudiante de término de administración de empresas, soy una persona trabajadora siempre doy el 100% en todo lo que me propongo, un joven con sueños y metas que cumplir con un alto deseo de superación y de ser mejor persona día a día.

1.3 Visión

"Consolidarnos como la mejor empresa de tejido a nivel nacional y al mismo tiempo ser líderes en la producción de tejidos de la más alta calidad que permitan cubrir las necesidades específicas de nuestros clientes".

1.4 Misión

Somos una empresa que innova, desarrolla y personaliza productos tejidos con los más altos estándares de calidad, satisfaciendo las especificaciones de nuestros clientes con un servicio de excelencia, siendo un modelo ejemplar para los empleados.

1.5 Naturaleza del Negocio

EntreTejidos es una empresa manufacturera que se dedica a la venta de artículos personalizados tejidos a mano, con la más alta calidad y servicio, dentro de la ciudad de Santo Domingo. Introduciendo la gama de producto más amplia individualizados de tejido a mano para el público femenino.

1.6 Filosofía – Valores y Cultura

Filosofía

Brindar la más grande variedad de producto personalizados, es nuestro mayor reto, siempre otorgándole al cliente la mejor calidad y prestándole el mejor servicio. De eso se trata nuestro compromiso de día a día servir al cliente, darle el mejor producto, innovador y único con el cual puedan quedar satisfechos a la hora de la entrega del mismo.

Valores

- ✓ **Confianza:** Nosotros siempre le brindaremos la oportunidad de ser escuchados a la hora de hacer cualquier pedido debido a que son nuestro más preciado tesoro.

- ✓ **Trabajo en equipo:** Para que el producto sea excelente el personal tiene el compromiso de cooperar entre ellos para que el cliente este siempre satisfecho.

- ✓ **Servicio:** es dedicación, hacer que el cliente se sienta especial, que nos entregamos por completo a él.

- ✓ **Honestidad:** Ser sinceros ante cualquier obstáculo, la verdad es el arma más grande que se puede utilizar, siempre y cuando se aplique de la manera correcta.

- ✓ **Responsabilidad**: Somos personas en las que puedes confiar y nos apegamos a las políticas y lineamientos adecuado para que el producto sea siempre entregado como el cliente lo ha ordenado.

Capítulo II:

Análisis de Entorno

2.1 Macro Entorno Legal, Social, Político, Económico y Tecnológico

El objetivo del análisis del macro entorno es preparar varias opciones que pueden ayudar a la empresa y algunas amenazas que se puedan prevenir. El mismo no pretende resaltar todos los factores que pueden impactar positiva o negativamente en el negocio. Las empresas deben poseer planes para prever futuras situaciones que puedan afectar o ayudar a mantener el negocio.

2.1.1 Aspectos políticos, legales

El aspecto legal trata sobre las leyes y normas que pueden tener impacto relevante en las organizaciones.

[1]En la Republica dominicana existen leyes que regulan el mercado textil entre estas se encuentra la ley 56-07 la cual declara de prioridad nacional a los sectores pertenecientes a la cadena textil.

[2]También existe la ley 8-90 sobre zonas francas la cual provee incentivos arancelarios y fiscales a las empresas textiles.

FACTORES POLITICOS	IMPACTO POSITIVO	IMPACTO NEGATIVO
Políticas fiscales	La ley 8-90 favorece con amplios incentivos para la producción y comercialización de productos textiles.	

[1] http://www.seic.gov.do/media/13662/Ley%205607%20R%C3%A9gimen%20de%20regulaci%C3%B3n%20de%20industrias.pdf

[2] http://www.natlaw.com/interam/dr/cu/sp/spdrcu00005.pdf

Legislación actual	La ley 56-07 favorece a las empresas textiles como importantes generadoras de empleo.	
Legislación futura		Leyes que puedan ser aprobadas y afecten la producción de los productos.

2.1.2 Aspectos Económicos

Este aspecto está relacionado con la economía del país tomando en cuenta su desarrollo. Esto último podría ser el detonante para saber si la venta o desarrollo de un producto puede o no ser factible para un país.

[3]Por disposición del Gobierno de Danilo Medina, a través del INABIE, los uniformes escolares, pantalones camisas, medias, así como mochilas y zapatos serán comprados a fabricantes dominicanos, a micro, pequeñas y medianas empresas dominicanas. En un proceso transparente de licitación, se inscribieron 39 empresas, de las cuales 22 fueron ganadoras. Se ganaron el derecho a fabricar 233 mil pantalones, 243 mil camisas y 304 mil medias y mochilas.

[3] http://elnuevodiario.com.do/mobile/article.aspx?id=360886

FACTORES ECONOMICOS	IMPACTO POSITIVO	IMPACTO NEGATIVO
Crecimiento económico	Apoyo del gobierno para la confección de los uniformes escolares dirigidos a las microempresas.	
Gasto publico		Crear una reforma que incremente los precios de la materia prima.

2.1.3 Aspectos Sociales

Los dominicanos se recrean en un ambiente donde puedan resaltar sus creencias y valores. La creación de esta microempresa ayudaría a generar fuentes de empleos en la sociedad dominicana.

FACTORES SOCIALES	IMPACTO POSITIVO	IMPACTO NEGATIVO
Movilidad laboral y social	Ayuda a disminuir el nivel de desempleo de los dominicanos.	
Cambios en el estilo de vida	Al generar empleos reduciría un porcentaje a la delincuencia.	
Distribución de la renta		La escasez de la materia prima en un momento dado podría repercutir en el desempleo temporal

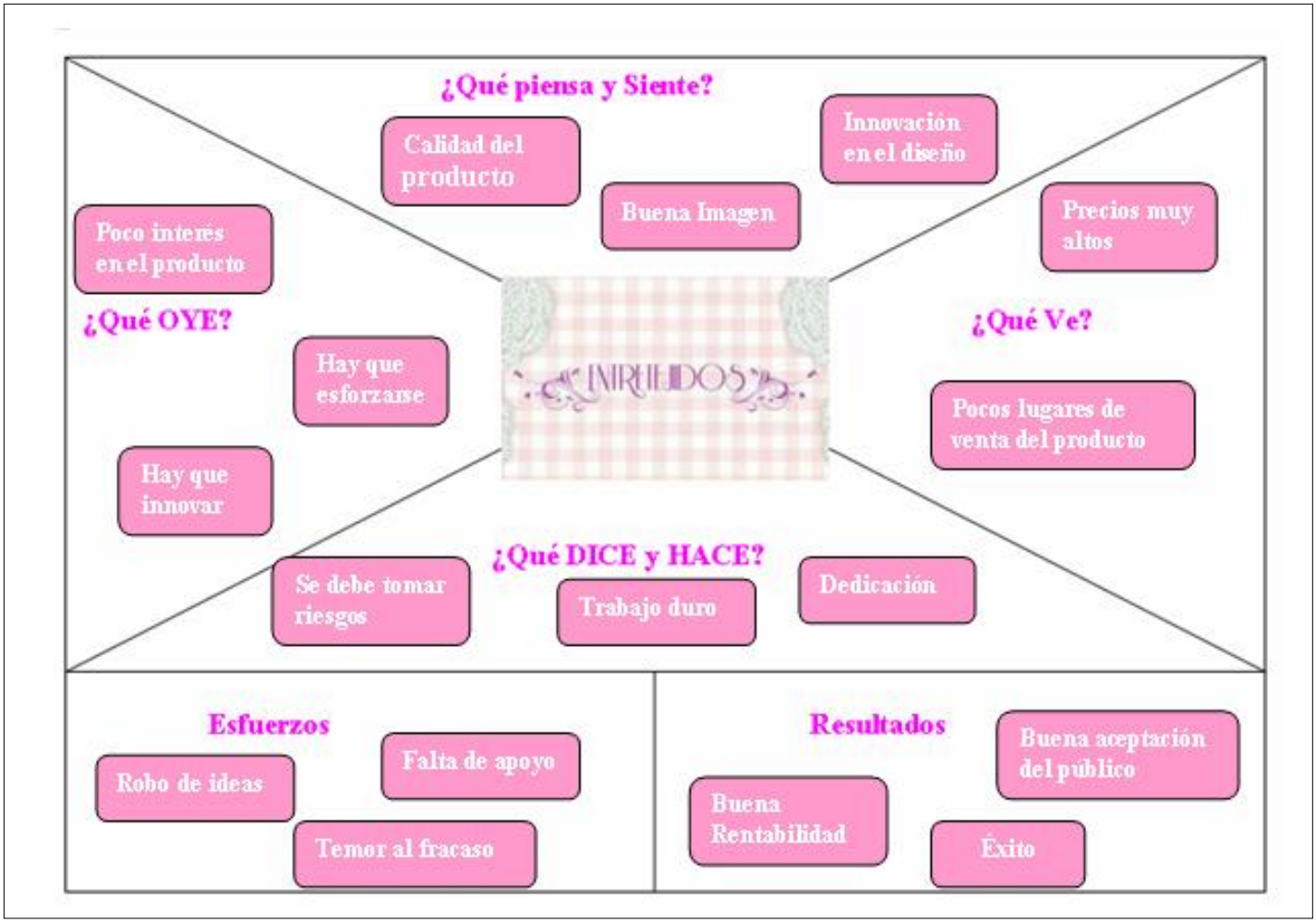
2.1.4 Aspectos Tecnológicos

En el área textil una vez más se demuestra que la tecnología ha impactado en todos los ámbitos. Un claro ejemplo es como ha aumentado el número de personas que adquieren vestimentas por internet.

FACTORES TECNOLOGICOS	IMPACTO POSITIVO	IMPACTO NEGATIVO
Cambios en el internet	Expandiría el mercado en el que se venden los productos.	Gran número de competidores y marcas reconocidas que utilizan esta vía para vender sus productos.

2.2 MERCADO

2. 2.1 Mapa de Empatía



2.2.2 Propuesta de Valor

Nuestro valor agregado es la personalización de nuestros productos, crear todo lo que el cliente tiene en su imaginación con una excelente calidad de los tejidos. También tendremos servicios de entrega a domicilio para los clientes que no tengan el tiempo suficiente para recoger el pedido solicitado. Dichos pedidos personalizados podrán solicitarse vía online, telefónica y personalmente.

Aunque a pesar de esto tendremos nuestra tienda física donde presentamos una muestra de nuestros productos y donde pondrán comprar cualquiera de los mismos.
Cabe destacar que el cliente siempre podrá optar por cualquier gama de colores deseado debido a que siempre debemos contar con los recursos necesarios para crear el producto requerido.

Tendremos una gran accesibilidad hacia el producto debido que se desarrollaran buenos medios de comunicación y servicio al cliente para que el mismo pueda sentirse a gusto a la hora de hacer el pedido ya sea vía Web, telefónica o personalmente.

2.2.3 Tendencias y Ventajas

2.2.3.a Aspectos Generales

Con la globalización de los mercados y las facilidades para obtener productos de cualquier parte del mundo, en Republica Dominicana las personas han ido inclinando sus gustos hacia artículos más personalizados y diferenciados de los ya existentes, ya que el crochet es totalmente realizado a mano y partiendo de los requerimientos que desee el cliente.

Esta “personalización de productos” nos da paso a una de las mejores vías a través de las cuales una marca crea valor y hace más sólida la interacción entre cliente-fabricante; en definitiva, esa relación directa con los consumidores los convierte en la figura principal.
Utilizando una estrategia de marketing one to one tendremos una ventaja competitiva debido a que se incrementa la satisfacción del cliente, que llega a percibir un producto personalizado.

2.2.3.b “MARKETING ONE TO ONE”

[4]“El one to one o “uno a uno” es una estrategia de marketing que considera que cada cliente es único y por lo tanto debe tratarse individualmente. Este enfoque supone un cambio radical en la manera de tratar con ellos. Esta práctica ya se utilizaba ampliamente en el comercio entre empresas – con la venta por proyecto o personalizada- pero la revolución llegó cuando el concepto se extiende al marketing con el consumidor final”.

Entre sus características principales son:

i. Se orienta más hacia el cliente que hacia el producto.

j. Se aleja de los productos “standard” y se acerca más a los productos “a la medida”.

k. Interactúa más a través de la relación individual con los clientes que a través de la publicidad y los medios masivos.

l. Trata de aprender sobre los distintos niveles de insatisfacción del cliente.

m. Trata de aprender qué acciones se han de tomar para cada uno de los niveles de insatisfacción del cliente.

n. Busca trabajar bidimensionalmente; poniendo foco en la interacción con las personas y también en el nivel de customización.

[4] http://www.soyentrepreneur.com/haz-marketing-uno-a-uno.html

o. Reemplaza el enfoque tradicional de poner foco únicamente en call centers, web y datawarehouses al concentrarse solamente en la dimensión interacción (database marketing).

p. Muestra que, partiendo de la dimensión interacción, es más fácil llegar a la evacuada ejecución de este tipo de marketing.

q. Pone énfasis en el feedback obtenido con cada cliente, destacando que la información que recibe de éste cambiará cómo de allí en adelante va a tratarlo para una necesidad puntual.

r. Deja bien en claro que no es cuestión de analizar, decidir y dar instrucciones.

2.2.4 Clientes

Nuestros clientes son personas de 15 años en adelante con un nivel de clase social que va desde media a media alta del sexo femenino, ubicadas principalmente en el santo domingo, en su mayoría madres, estudiantes universitarios, y personas con deseo de adquirir piezas realizadas a mano de alta calidad y personalizada a sus exigencias.

Segmento

Personas entre edades de 15 a 64 años, de sexo femenino de clase social media y media alta de la ciudad de Santo Domingo, que cuenten con la capacidad financiera de adquirir prendas elaboradas con la técnica de crochet de alta calidad.

Relación

Debido al tipo de producto que ofrecemos hemos optado por un tipo de relación en cual es de asistencia personal. Esta consiste en el vínculo que crea nuestro cliente y un representante de la empresa, que lo ayuda en proceso de venta. Esto suele ocurrir en el punto de venta, por vía telefónica, e-mail, entre otros medios.

Perfil

El **perfil general** de nuestros clientes es: son personas generalmente madres que quieren algo original para sus hijos en todo caso para sus bebes y niños. Por otro lado esta también la madre que quieren ver a su casa con estilo y con algo innovador por eso recurre a los tejidos para decorar su casa. Son personas exigentes debido a que siempre quieren algo único que no lo tenga todo el mundo.

También están las jóvenes que les encantan los accesorios y quieren vestir y andar con un estilo único de la cual sean diferenciadas de las demás son personas preocupadas por la moda que siempre quieren lo mejor.

2.2.5 Mercado Total

Este proyecto esta destinado a la creación de artículos del hogar y de vestir de tejido de crochet personalizados, este mercado abarca a las mujeres que deseen artículos personalizados para distinguirse con estilo al momento de complementar su vestuario o el hogar.

[5]Según la Oficina Nacional de Estadísticas (ONE), la Republica Dominicana cuenta con 10, 378,267 habitantes. De los cuales 5, 174,674 son hombre y 5, 203,593 mujeres. Esta población realiza un gasto anual de $31, 207, 299,564.00 pesos, destinados a la compra de prendas de vestir y calzados, representando esto el 4.56% del total de los gastos en los que incurre la población dominicana, por lo que entendemos el proyecto de accesorios personalizados es rentable. Partiendo de estos datos podemos determinar que la población incurre en un gasto anual de RD$3,006.98 por persona.

$$\text{Gasto x persona} = \frac{31,\ 207,\ 299{,}564.00}{10,\ 378{,}267} = \text{RD\$3,006.98 Anual}$$

2.2.5.a Mercado Potencial

Para determinar nuestro mercado potencial tomamos la ciudad de Santo Domingo como referencia. [6]Según datos de la Oficina Nacional de Estadística (Censo 2010), esta provincia cuenta con un total de 2,374,370 habitantes de los cuales 1,163,957 son hombres y 1,210,413 mujeres.

Sin embargo nuestro proyecto está dirigido a las siguientes partes socioeconómicas de la población de esta provincia: Nivel Medio, tomando solo el 10% y el Nivel Medio Alto tomando todo el 13% que le corresponde.

El sector socioeconómico medio está conformado por 116,395 hombres y 121,041 mujeres. A su vez 151,314 hombres y 157,353 mujeres, componen el sector clase media alta. Teniendo a así un total de 267,710 hombres y 278,394 mujeres.

Segmentamos el mercado seleccionando la población que se encuentra en edades entre 15-64 años de edad. Esta población asciende a 1, 542,957 resultando que 750,007 son del sexo masculino y 792,950 corresponden al sexo femenino.

Pero la población seleccionada para el proyecto se encuentra en edades de 15-64 años de edad del sexo femenino lo cual representa un 33.40% de la población total de Santo Domingo.

Tomando en cuenta estos datos tendríamos un mercado potencial de:

- Mujeres 278,394 x 33.40% = 92,983

Demostrado de la siguiente manera:

[6] http://censo2010.one.gob.do/index.php?module=articles&func=view&ptid=2&p=6

	Población		Gasto Anual por persona	Total de gastos
Mujeres	92,983	X	RD$3,007.00	279,601,673
			Total	**279,601,673**

Población	Gastos		Pretensión % del mercado	Total mercado Potencial
Mujeres	279,601,673	X	45%	125,820,753
			Total Anual	**125,820,753**
			Total Mensual	**10,485,063**

2.2.6 Mercado Objetivo

Mercado Objetivo		RD$	%	Año RD$	Mes	Cantidad anual
	Hombres	-		-	-	-
	mujeres	279,601,330	45%	125,820,598.40	10,485,049.87	41,842.77
				125,820,598.40	**10,485,049.87**	**41,842.77**

Mercado Meta

Mercado Meta	Año	Participacion mercado	Año	Mensual	Clientes
	1	5%	6,291,030	524,252	2,092.14
	2	10%	12,582,060	1,048,505	4,184.28
	3	15%	18,873,090	1,572,757	6,276.42
	4	25%	31,455,150	2,621,262	10,460.69
	5	35%	44,037,209	3,669,767	14,644.97

2.2.7 Competencia

Con este mismo concepto de negocio existen algunas empresas las cuales son nuestros competidores directos, entre estos se encuentran:

- **Tina a Crochet** es una tienda de atelier de crochet y tricot que ofrece prendas en crochet para niños, grandes y para el hogar.

- **D Luz Tejido a Mano** es una tienda virtual de crochet que ofrece prendas en crochet para niños, grandes y para el hogar.

Capitulo III:

Análisis Comparativo

3.1 Análisis FODA.

FORTALEZAS

- Conocimiento del negocio.
- Diseños exclusivos en el mercado.
- Precios cómodos para todo público.
- Calidad en los materiales para la realización de los productos.
- Lealtad de los consumidores.

OPORTUNIDADES.

- Incrementar la participación en el mercado crochet.
- Incorporación de un nuevo lugar de comercialización con ventas a minoristas
- El mercado no está saturado.

DEBILIDADES.

- Ser una empresa nueva en el mercado
- La existencia en el mercado de otras empresas de tejido crochet.
- Poca experiencia en el área.

AMENAZAS

- Los cambios de la moda pueden hacer peligrar la producción debido al cambio constante de la moda y la aparición de nuevas técnicas de tejidos,

- El reconocimiento que tienen ciertas empresas reflejado por su acelerado crecimiento la competencia de otras empresas similares con sus ofertas.
- Entrada de nuevas empresas al mercado

3.2 Recursos y Capacidades

	Tina Crochet				EntreTejidos			
	Bueno	**Regular**	**Bajo**		**Bueno**	**Regular**	**Bajo**	
Calidad en el producto		X			X			
Precios asequibles		X			X			
Marketing			X		X			
Marca		X				X		
Proximidad con el cliente/consumidor	X					X		
Capital humano		X				X		
Abastecimiento		X				X		
Rapidez de entrega			X		X			
Variedad de Productos		X			X			
Asesoría a clientes			X		X			

3.3 Factores claves recursos y actividades

3.3.1 Recursos y Actividades

El recurso más importante es el producto debido a que sin esos diseños no existiera la compañía.

3.3.2 Actividades Claves:

- ✓ Diseño de productos
- ✓ Selección de materiales operacionales
- ✓ Ideas de innovación de productos
- ✓ Producto distintivo

3.4 Factores Críticos del Éxito

- Calidad en el producto
- Precios Asequibles
- Marketing
- Rapidez de entrega
- Variedad de producto
- Asesoría a clientes

Capitulo IV:

Objetivos

4.1 Cuantitativos

Ventas		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad		$6,727.11	$9,591.25	$9,878.98	$10,175.35	$10,480.61
Ingresos		$8,388,702.63	$11,960,284.11	$12,319,092.63	$12,688,665.41	$13,069,325.37
Margen neto		8.50%	16.50%	15.70%	14.90%	14.00%
TIR	26%					
VAN	$740,819.00					

4.2 Cualitativos

- Pretendemos tener un 45% de participación de mercado en el país.
- Que nuestro publico nos recuerde y de tal manera que sea un 85% de recordación en el mismo.
- Establecer una marca reconocida de tejido crochet en el país con una satisfacción del cliente en un 85%.

Capitulo V:

Estrategias

5.1 Productos y Servicios

Se pretende ofrecer prendas de vestir para mujeres, adolescentes, niños y bebes al igual que accesorios y decoraciones para el hogar, totalmente tejidas y personalizadas y de excelente calidad al mejor precio del mercado.

Productos:

- Zapatos de bebes
- Gorros de mujer
- Trajes de Baño
- Ganchos diversos
- Boinas
- Gorros de bebes
- Bolsos
- Bufandas
- Shorts
- Portavasos
- Vestidos de bebes
- Cover de móvil
- Cover de tablet
- Collar
- Aretes
- Cintillos
- Vendas
- Blaicer

Al igual que todo lo que te puedas imaginar tejido nosotros somos los indicados para esos pedidos especiales personalizados.

5.2 Segmento de Mercado

Nuestra microempresa esta dirigida a: personas de nivel medio y medio alto, seleccionando a la población entre edades de 15 años a 64 años de edad de la ciudad de Santo Domingo, Republica Dominicana.

Nuestros clientes se caracterizan por ser innovadores con un gusto único y por querer ser distintivo de los demás a la hora de la decoración de su hogar o para vestir.

5.3 Mercado Geográfico

Contaremos con una tienda física, desde donde estaremos realizando nuestras operaciones, localizada en la ciudad de Santo Domingo. Estaremos ubicados en la Av. Tiradentes, Plaza comercial Naco, 2do nivel.

5.4 Recursos y Capacidades Internas

El recurso mas importante que tenemos es nuestro producto en si, de las cuales se derivan algunas actividades claves como:

- ✓ Diseño de productos
- ✓ Selección de materiales operacionales
- ✓ Ideas de innovación de productos
- ✓ Producto distintivo

De acuerdo a este recurso podemos destacar nuestras capacidades internas que son:

- ✓ Innovación
- ✓ Calidad del producto
- ✓ Rápida entrega del producto
- ✓ Variedad del producto

5.5 Organización

Nuestra organización “EntreTejidos” es una entidad privada que pertenece al sector secundario debido a que este tiene como actividad principal realizar diseños artesanales y de manufactura.

Estamos enfocados por la departamentalización por procesos debido a que deseamos desarrollar los procesos de la mejor manera posible, aumentando la eficiencia y la calidad reduciendo los costos.

[7]Según Koontz y Weilhrich algunas ventajas que se obtienen al implementar este tipo de departamentalización son: Logra ventaja económica, usa tecnología especializada, utiliza habilidades especiales, simplifica la capacitación.

5.6 Tipos y Origen de Insumos

MATERIAL	NACIONAL	INTERNACIONAL
Hilo	X	
Pegamento	X	
Grafes		X
Cinta	X	
Cintillos	X	

[7] (Administración-Una Perspectiva Global, Koontz y Weihrich, 11va Edición).

Cadenas	X	
Botones	X	
Zipper	X	
Set de agujas		**X**

5.7 Alianzas Estratégicas

Para tener un desempeño en el transcurso de nuestra empresa contaremos con las siguientes alianzas estratégicas:

Alianza tecnológica: nos podrá mantener a la vanguardia con los software actualizados y así los procesos podrán ser más rápidos y fáciles.

- Grupo DACFLEX

Alianza pro-competitiva: nos permite aliarnos con nuestros proveedores para poder de esta manera tener flexibilidad en los costos para agregarle valor al producto.

- Maryori Accesories
- Mega Telas
- www.crochetienda.com

Capitulo VI:

Planes Operativos

6.1 Plan de Mercadeo

6.1.1 Mercado Objetivo

Años	Mercado Potencial en RD$	% Crecimiento	Objetivos de Participación	Pronóstico Estimado	Incremento en Ventas	%
Año 1	279,601,673	%	2.50%	6,990,041.83		
Año 2	281,698,685.55	0.75%	3.20%	9,014,357.94	2,073,302.33	23%
Año 3	284,515,672.40	1.00%	4.21%	11,978,109.81	2,874,746.35	24%
Año 4	288,783,407.49	1.50%	5.50%	15,883,087.41	4,288,433.60	27%
Año 5	295,281,034.16	2.25%	7.50%	22,146,077.56	7,751,127.15	35%
Total	**1,429,880,472.60**	**2.50%**	**22.91%**	**66,011,674.54**	**16,987,609.43**	

Se pretenden alcanzar los objetivos de venta y de participación de mercado siguientes:

- Año 1: 2.5% de participación del mercado y ventas de 6,990,041.83
- Año 2: 3.20% de participación del mercado con un crecimiento de un 75% y ventas de 9,014,357.94 con un incremento de un 23%.
- Año 3: con un 4.21% de participación del mercado creciendo esta un 1% con ventas de 11,978,109.81 y un incremento de un 24%.
- Año 4: con un 5.50% de participación del mercado creciendo esta un 1.5% con ventas de 15,883,087.41 y un incremento de un 27%.

- Año 5: 7.75% de participación del mercado con un crecimiento de un 2.25% y ventas de 22,146,077.56 con un incremento de un 31%.

6.1.2 Estrategia Competitiva

Utilizaremos la estrategia de diferenciación, debido a que queremos ser únicos e innovadores con nuestro producto y así proporcionarle a los clientes una calidad y un servicio único con el que se puedan sentir satisfecho y podamos ser reconocidos por ello.

Queremos que cuando el cliente piense en tejidos nos recuerde no solo por lo que se dedica nuestra empresa sino por su innovador y único producto. Creando siempre lo que el cliente desee.

6.1.3 Ventaja Competitiva

- Servicios vía Web, telefónica y presencial.
- Servicios a domicilio a la puerta de su casa o trabajo.
- Diseños innovadores, creando exactamente lo que desea el cliente con la mayor calidad y el servicio de ante mano.
- Localización de tienda física en el centro de la ciudad para mayor comodidad.

6.1.4 Posicionamiento

Nuestro posicionamiento estará basado en ofrecer artículos personalizados, teniendo en cuenta los siguientes aspectos principales:

- ✓ Calidad
- ✓ innovación

- ✓ Precios Asequibles
- ✓ Tecnología Web Rápida

6.1.5 Estrategia de Precio

La estrategia se aplica de acuerdo con los precios que actualmente tiene el mercado, pero al ser un producto poco conocido por el público hemos decidido colocarlo a un precio asequible con excelente calidad, con la finalidad de captar y penetrar al mercado con rapidez.

El objetivo de precio el cual se va a utilizar esta orientado a las ventas directas: Los vendedores de la empresa serán fáciles de contactar gracias a nuestro sitio Web y sus números de flotas.

Aparte de todo esto en el primer semestre estableceremos descuentos en los productos y algunos de ellos estarán al 2 X 1 para que así el publico primero conozca el producto y se familiarice con el.

Marca

La marca es uno de los aspectos más importantes que tiene la empresa debido a que es la representación de la misma y es lo que mas llama la atención a la hora de la compra.

- **Nombre de la Marca:** ENTRETEJIDOS es un nombre sencillo de pronunciar y es fácil de recodar debido a que es la conjunción de las palabras entre y tejidos. Aparte de que es característico con el tipo de producto ofrecido.

- **Logotipo:** en este se emplearon el color rosado pastel debido a que es el color preferido del género femenino y el producto va dirijo a ellas. El color rosa significa tierno, dulce, cariño y al ser un producto hecho a mano nos da la perspectiva que hacemos el producto con mucho amor.

- **Imagen de la marca:** esta se basara en promover la confianza y responsabilidad a la hora de recibir el producto con la mayor calidad, con el mayor cuidado y cariño que se le pueda ofrecer.

6.1.6 Información de Mercado

Subcontrataremos periódicamente a una empresa especializada en investigación de mercado para que pueda monitorear y analizar las nuevas tendencias del mercado y así mantener a la empresa informada y actualizada.

6.1.7 Estrategia de Comunicación

La estrategia consiste en dar a conocer las ventajas y beneficios que obtienen los consumidores al elegir nuestros productos.

Para concretar nuestros objetivos de comunicación, se recurrirá a una amplia campaña publicitaria en los principales medios de nacionales y redes sociales, entre los cuales podemos citar:

- Medios Impresos (Periódicos, volantes, etc.)
- E-marketing

Aparte de todo esto, mantendremos siempre la buena comunicación interna no teniendo favoritismo y respetando las diferentes culturas, con una retroalimentación continua de todos los acontecimientos para que cada empleado siempre tenga conocimiento de todo y se sienta parte de la compañía.

6.1.8 Estrategia de Promoción

- Descuentos en compras al por mayor.
- Participación de ferias y concursos del producto vía redes sociales.
- Cupones Promociónales.
- Facilidad de descuentos a clientes preferenciales.

6.1.9 Estrategia WEB

Para estar a la vanguardia con el nuevo mundo se llevaran a cabo las siguientes medidas:

- Se creara una página Web donde el cliente podrá hacer sus pedidos y ver al detalle nuestros productos principales.

- Tendremos una pagina de facebook, instagram y twitter para comunícanos con las personas en las redes sociales, por esta vía lanzaremos nuestros principales productos y promocionaremos la marca para que llegue a mas personas.

- Creación de un correo electrónico que permita una interacción con el cliente.

- Inversión en publicidad online para captar nuevos clientes.

6.1.10 Plan por Canal

Canal Venta Directa

- Volantes con información de nuestros productos.

- Campañas publicitarias en los medio de comunicación mas conocidos.

- E-commerce

Canal Cobertura

- Incentivación de los clientes vías concursos Web.

6.1.11 Estrategias de Servicio

Nuestra estrategia de servicio es buscar que todos los momentos de verdad[8] se dirijan a la satisfacción de las necesidades de cada uno de nuestros clientes antes, durante y después del proceso venta**.**

Todo contacto previo a la venta (ingreso a la página web, llamadas telefónicas, directorio telefónico) se planeará y monitoreará cuidadosamente para facilitar la interacción entre el cliente y Entretejidos. Se verificarán que todas las normas y protocolos de buen trato y atención tanto para clientes, empleados, como para proveedores sean aplicados.

Durante la venta, se verificará que el lugar esté dispuesto de tal manera que todos los detalles impacten favorablemente cada uno de los sentidos y percepciones de los clientes con el fin de lograr una experiencia de servicio totalmente satisfactoria.

Todo el personal debe siempre tener en cuenta la importancia de capturar los datos de los clientes que se acerquen independientemente si realizan una compra o no.

Entre otras de nuestras estrategias están:

- Envío de promociones y descuentos especiales

- Envío de ideas para fechas especiales (Día de la Madre, Día del Amor y Amistad, etc.)

[8] COTTLE, David. El Servicio Centrado en el Cliente. Momentos de verdad: evento en el que una persona entra en contacto con cualquier aspecto de una organización que dé como resultado que esa persona se cree una impresión sobre la calidad del servicio. 1991. p. 45 .

- Envío de correos con tendencias de moda en tejido y demás manualidades

- Trato personalizado a nuestros clientes.

- Servicios Post Venta.

6.2 Plan de Ventas.

6.2.1 Estrategia de ventas.

En todo negocio es importante destacar cuáles serán las estrategias que se Implementaran para que el producto tenga los resultados deseados y maximizar las ventas.

- Crear una plataforma web para captar más clientes.

- Adquirir un equipo de ventas altamente capacitado y con experiencia.

- Incentivar a los vendedores por volumen de ventas.

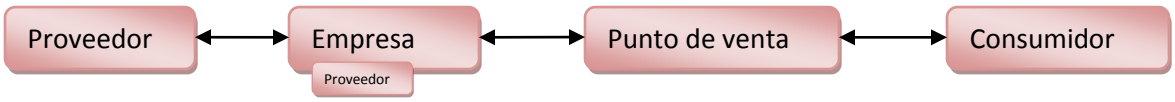
- Mejorar e innovar continuamente el producto.

6.2.2 Equipo de venta.

Nuestro negocio contara con colaboradores capacitados en servicio al cliente para poder responder rápida y efectivamente a las necesidades de los clientes. De igual forma podrán acceder a nuestra plataforma online para ver catálogos y elegir prendas.

6.2.3 Sistema de venta.

El sistema de venta a utilizar es el directo ya que de esta forma tratamos cara a cara con el cliente y podemos satisfacer sus necesidades con mayor efectividad.



6.2.4 Línea de Productos

A continuación se mostrara la línea de productos los cuales van dirigidos a mujeres, niños y bebes:

- Prendas de vestir para mujer, niños y bebes
- Accesorios
- Accesorios del hogar
- Carteras

6.3 Plan Organizacional

6.3.1 Equipo y Staff

- **Gerente General:** Es la máxima autoridad de la empresa, sus objetivos son establecer las normas de la institución y velar porque sean cumplidas. De igual forma debe llevar los registros contables y financieros, aportar ideas para mejorar las estrategias de la empresa y establecer las metas que deberán cumplirse cada cierto periodo.

- **Gerente de Operaciones:** Se encarga de los procesos operativos de la empresa, la logística, el almacenamiento de la materia prima y llevar controles de los mismos. Otra de sus funciones es tener el contacto con los suplidores y velar porque la materia prima sea de calidad.

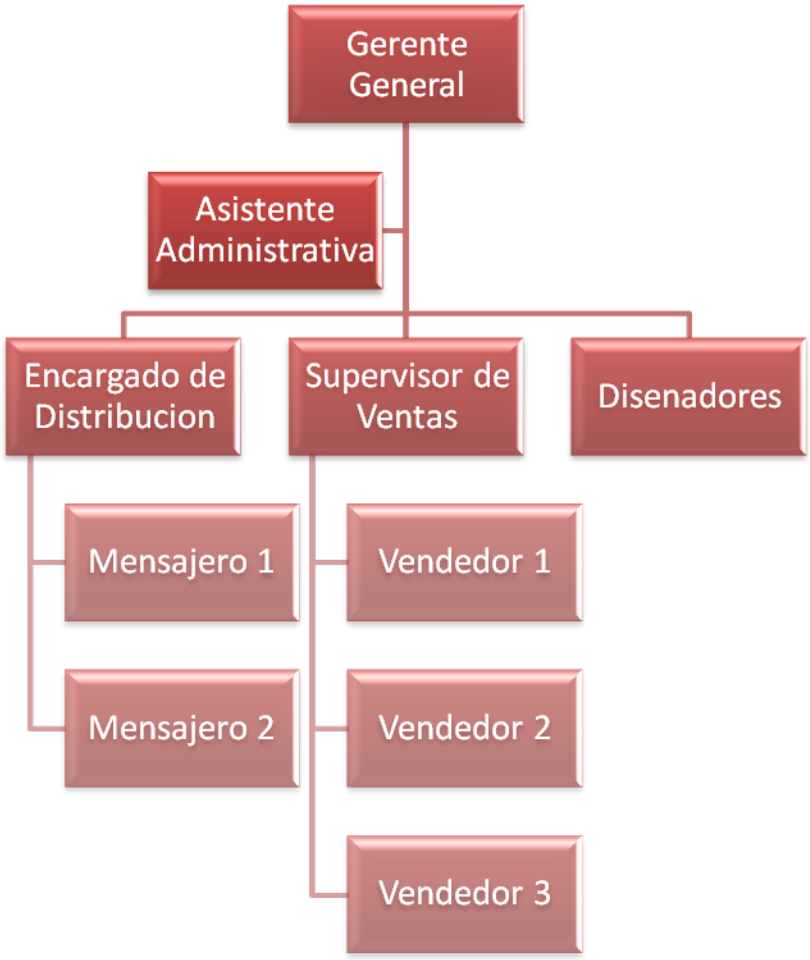
- **Gerente de Ventas:** Es el encargado de establecer las estrategias que se van a utilizar para maximizar las ventas de los productos. También se ocupara de manejar los volúmenes de venta según la meta establecida por el gerente general.

- **Asistentes Administrativos:** Está encargado de asistir a los gerentes y encargarse de archivar los expedientes de los mismos. Otra de sus funciones es atender a los clientes de manera eficiente.

- **Encargado de Distribución:** Se encarga de la distribución y la logística de las prendas. También tiene como responsabilidad llevar el control de la mercancía que entra y sale de la empresa.

- **Vendedores:** Estos son los que se encargan de venderle el producto directamente al cliente y brindarles toda la información pertinente del mismo. De igual forma son los encargados de promocionar los productos que ofertamos.

6.3.2 Organigrama

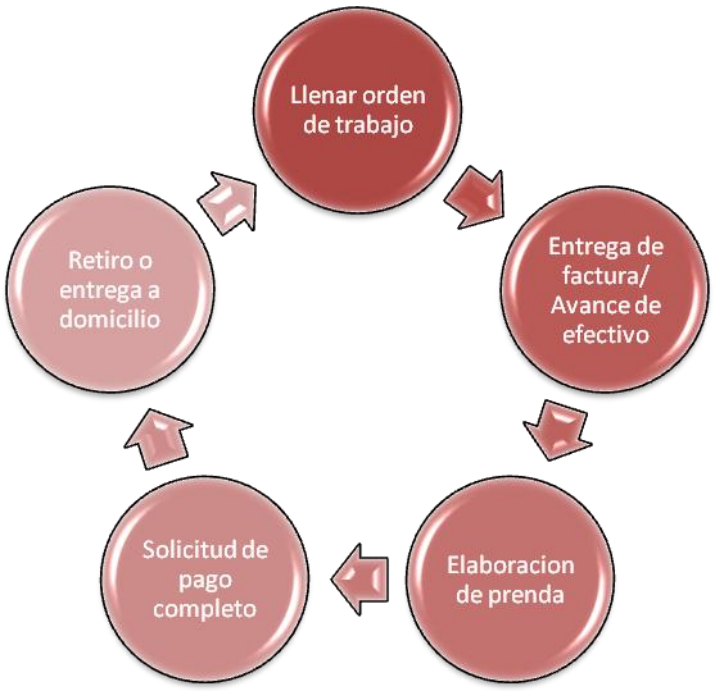


6.4 Plan de Operaciones y Logística

Al momento que el cliente opta por compra nuestras prendas, el proceso por el cual vamos a proceder es el siguiente:

1. Se procede a llenar una orden de trabajo en la cual se ponen los datos del cliente y qué tipo de producto se le va realizar.
2. Se le entrega una factura con el precio del trabajo que se le va a realizar y la fecha de entrega del mismo. En esta se le requiere un abono mínimo de un 50% del total de la factura.
3. Se elabora la prenda.
4. Se le entrega el producto final al cliente el cual debe completar el pago de la totalidad de la factura.

Flujograma del Proceso



6.5 Plan de Finanzas

Políticas de Pagos y Cobros

Para el pago a nuestros proveedores vamos a solicitar un plazo de 45 días, en base a este tiempo podremos otorgar a nuestros clientes directos y revendedores un plazo de 30 días para realizar sus pagos, esto nos ayuda a evitar una posible pérdida de liquidez por no recibir pagos a tiempo para cumplir con los proveedores.

Créditos a Terceros

Se les otorgara un crédito a 30 días con un monto máximo de RD$ 30,000.00 y al momento de necesitar más mercancía se le será entregada en base a la cantidad que haya abonado a la cuenta.

Cuentas por Cobrar

Al momento en que el plazo se cumple y el cliente no ha realizado el pago, se procederá a llamar para informarle de la situación que presenta la factura.

Modalidades de Pago:

- Cobro en efectivo
- Transferencias Bancarias
- Cheques
- Deposito a cuentas

Capítulo VII:

Evaluación Financiera

7.1 Base de Cálculos y Proyecciones

7.1.1 Detalle del Gasto General - Nomina-Igualas y Servicios Generales

SUELDOS BRUTO			
		Numero	**Valor mensual**
	Gerente general	1	$60,000.00
	Diseñadores	3	$22,500.00
	Asistentes Administrativos (caja)	1	$20,250.00
	Encargado de Distribución	1	$24,000.00
	Supervisor de Ventas	1	$35,250.00
	Vendedores	3	$16,200.00
	Mensajeros	2	$12,000.00
TOTAL SUELDOS		**12**	**$190,200.00**

HONORARIOS			
		Numero	**Valor mensual**
Investigación de Mercado			
Asesorías Tributarias			
Asesorías Legales			
Asesorías Técnicas			
Asesoría Contable		1	$10,000.00
TOTAL HONORARIOS			**$ 10,000.00**

SERVICIOS GENERALES			
		Numero	**Valor mensual**
Luz			$12,000.00
Agua			$1,000.00
Telefonía Fija + Internet			$5,049.60
Telefonía Celular			$3,568.50
Útiles de escritorio			$5,253.36
Útiles de Impresión			$7,127.20
Arriendo Oficina			$41,372.00
Seguros			$3,000.00
Gas			$0.00
Gastos Varios			$5,000.00
Gastos Vehículos			$9,000.00
Gasto Caja Chica			$5,000.00
Almuerzo			0.0
Otros gastos			4,000.0
SERVICIOS GENERALES			**$ 101,370.66**

7.1.2 Calculo de Precios y Costos

¿Qué productos o servicios se van a vender?

	Precio Estimado	Cantidad estimada a vender	Ingreso	Porcentaje	Precio	Costo	Costo
Producto/ Servicio	**unitario**	**por mes**	**estimado**		**Ponderado**	**Estimado**	**Ponderado**
Zapatos de bebe	600	50	30,000.0	9%	55.83646121	180	16.75093836
Gorros de mujer	750	22	16,500.0	5%	38.38756708	360	18.4260322
Trajes de baño	1800	15	27,000.0	8%	150.7584453	360	30.15168905
Ganchos diversos	250	65	16,250.0	5%	12.60197909	120	6.048949964
Boinas	900	15	13,500.0	4%	37.68961132	540	22.61376679
Gorros de bebes	650	45	29,250.0	9%	58.97726215	360	32.66432981
Bolsos	1100	10	11,000.0	3%	37.53451004	720	24.56804293
Bufandas	2500	12	30,000.0	9%	232.6519217	1080	100.5056302
Vestido Playero	2800	10	28,000.0	9%	243.1988088	1440	125.0736731
Portavasos	113	40	4,520.0	1%	1.584390607	180	2.523808047
Vestido de bebes	1800	25	45,000.0	14%	251.2640754	540	75.37922263
Cover de Movil	350	20	7,000.0	2%	7.599962776	360	7.817104569
Cover de Ipad/tablet	950	12	11,400.0	4%	33.59493749	540	19.09606973
Collar	600	12	7,200.0	2%	13.40075069	380	8.487142104
Aretes	150	30	4,500.0	1%	2.093867295	60	0.837546918
Cintillos	300	40	12,000.0	4%	11.16729224	160	5.955889196
Vendas	650	45	29,250.0	9%	58.97726215	360	32.66432981
		468	322,370.0		1247.319105		529.5641654

7.1.3 Inversiones

El total de las inversiones es de un monto RD$1,133,047.82 Pesos Dominicanos en los cuales incluimos los equipos de oficina (computadoras, impresoras), el software que se utilizara para el funcionamiento interno de la empresa al igual que la mueblaría y el vehículo que usaran los mensajeros para transportar los pedidos a domicilio.

Inversiones		
Activo Fijo		
Equipos de oficina		$181,208.57
Software		$19,381.03
Muebles		$144,568.22
Vehículos		$513,890.00
Total		**$859,047.82**
Activo Intangible		
Campaña de Lanzamiento		$250,000.00
Gastos legales		$24,000.00
Total		**$ 274,000.00**

7.2 Proyección de Ventas Anuales (unidades)

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
$6,727.11	$9,591.25	$9,878.98	$10,175.35	$10,480.61

7.3 Costos Anuales

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
$ 7,435,209.26	$ 9,332,976.54	$ 9,743,882.88	$ 10,175,716.79	$ 10,629,640.76

7.4 Ventas Anuales

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
$ 8,388,702.63	$ 11,960,284.11	$ 12,319,092.63	$ 12,688,665.41	$ 13,069,325.37

7.5 Capital de Trabajo

Capital de trabajo	RD$	
1 mes de costo productos	$ 250,749.00	$ 250,749.00
3 meses gasto general	$ 301,571.00	$ 904,713.00
		$ 1,155,462.00

7.6 Flujo de Caja

En la presentación del flujo de efectivo se mostrara la situación económica proyectada de la organización a 5 años, se realiza para identificar los ingresos, egresos y costos.

Esta evaluación financiera nos dará una idea de cuál será la posición de la empresa financiera y económicamente. Este plan de negocios tiene un rendimiento esperado a futuro de acuerdo a la TIR de 26% y un VAN de RD$740,819 con una tasa de descuento de un 18%.

Entretejidos RD$ Período Anual								
	0	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**Total**	**%**
Ingresos	-	**11,960,284**	**12,319,093**	**12,688,665**	**13,069,325**	**13,461**	**58,426,070**	
Productos y Servicios	-	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	**58,426,070**	**100%**
	-	-	-	-	-	-	-	
	-	11,960,284	12,319,093	12,688,665	13,069,325	13,461	**50,050,829**	
	-	-	-	-	-	-	-	
							-	
Egresos	-	**239,206**	**245,186**	**251,315**	**257,598**	**264,038**	**1,257,344**	**81%**
	-	-	-	-	-	-	-	
Costos		239,206	245,186	251,315	257,598	264,038	**1,257,344**	**44%**
Gasto General	-	-	-	-	-	-	-	**34%**
	-	-	-	-	-	-	-	
Mercadeo		-	-	-	-	-	-	**2%**
Distribucion		-	-	-	-	-	-	**0%**
		-					-	
	-	-	-	-	-	-	-	
							-	
Utilidad antes de impuestos	-	**11,721,078**	**12,073,907**	**12,437,350**	**12,811,727**	**(250,577)**	**48,793,485**	**19%**
Impuesto a la Utilidad (25%)	-	2,930,270	3,018,477	3,109,337	3,202,932	-	**12,261,016**	**5%**
Utilidad despues Impuestos	-	**8,790,809**	**9,055,430**	**9,328,012**	**9,608,795**	**(250,577)**	**36,532,470**	**14%**
Inversiones							-	
		-	-	-	-	-	-	
		-	-	-	-	-	-	
Equipos y Utiles	(859,047)	-	-	-	-		-	
Gastos capitalizables	(274,000)	-					-	
Capital de trabajo	(1,155,462)	-	-	-	-	1,167,949		
							-	
Flujo de Caja Neto	**(2,288,509)**	**(1,573,355)**	**1,970,515**	**1,931,441**	**1,884,745**	**1,829,797**	**6,043,144**	
Flujo de Caja Neto Acumulado		**(3,861,864)**	**(1,891,349)**	**40,092**	**1,924,837**	**3,754,635**	**(33,649)**	

Tasa de descuento de un 18%

VAN = 740,819

TIR = 26%

Margenes del Proyecto	0	1	2	3	4	5
Margen Operacional	-	11.4%	22.0%	20.9%	19.8%	18.7%
Margen Neto	-	8.5%	16.5%	15.7%	14.9%	14.0%

Tasas de Crecimiento	%
Ingresos de Operación	5.0%
Costos de Operación	2.0%

7.7 Análisis de Sensibilidad

Analisis de Sensibilidad	Proyecto resiste , hasta un 10 % menos en la venta proyectada y sigue siendo rentable					
Item de Resultados	0	1	2	3	4	5
Ingresos por Ventas		8,388,703	11,960,284	12,319,093	12,688,665	13,069,325
Factor de Sensibilización		90%	90%	90%	90%	90%
Ingresos Corregidos		7,549,832	10,764,256	11,087,183	11,419,799	11,762,393
Costos		(3,558,640)	(5,073,769)	(5,378,195)	(5,700,887)	(6,042,940)
Otros Costos Directos		-	-	-	-	-
Margen de Explotacion		3,991,193	5,690,486	5,708,988	5,718,912	5,719,452
Gasto General		(3,666,852)	(3,960,200)	(4,059,205)	(4,160,685)	(4,264,702)
		-	-	-	-	-
Mercadeo		(167,774)	(239,206)	(245,186)	(251,315)	(257,598)
		(41,944)	(59,801)	(61,296)	(62,829)	(64,400)

Resultado Operacional		114,623	1,431,279	1,343,300	1,244,082	1,132,752
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
Resultado No Operacional		-	-	-	-	-

Utilidad antes de impuestos		114,623	1,431,279	1,343,300	1,244,082	1,132,752
Impuesto a la Utilidad (25%)		28,656	357,820	335,825	311,021	283,188
Utilidad despues Impuestos		85,967	1,073,459	1,007,475	933,062	849,564
EBITDA		114,623	1,431,279	1,343,300	1,244,082	1,132,752
% Ebitda		2%	13%	12%	11%	10%

7.8 Requerimientos de Fondos de Inversión

Para el desarrollo de este proyecto es necesario un monto de RD$2,295,000.00, los cuales corresponden al plan de lanzamiento, equipos y mobiliarios y capital de trabajo.

Cada uno de los emprendedores aportara al proyecto RD$765,000.00, por lo cual no necesitaremos la solicitud de un préstamo para tales fines.

Conclusión

La elaboración de prendas utilizando la técnica de crochet a pesar de que no tiene un fuerte conocimiento por parte de los clientes potenciales, por medio a este trabajo pudimos observar que si se le aplican las herramientas necesarias se puede hacer un buen negocio.

Si se logra dar a conocer la amplia variedad de prendas que se pueden ofrecer a los diferente tipos de clientes que buscan un producto de calidad personalizado a las exigencia de los tiempos actuales y a un precio justo, la técnica de crochet podrá ir escalando en los gustos de los cliente y aumentando la demanda, reflejando esto una mayor rentabilidad para el negocio.

Según los datos presentados en este trabajo se puede notar que “Entretejidos” es una buena propuesta por su factibilidad, rentabilidad y sostenibilidad mostrado en los cálculos aplicado con la posible demanda que se presente al momento de llevar este negocio a cabo, teniendo un buen posicionamiento en el mercado y llegando a ser una empresa líder en la elaboración de productos personalizados de alta calidad.

Recomendaciones

Como recomendaciones finales se les debe poner más atención a los clientes que buscan artículos personalizados de alta calidad porque son personas que pagarían el precio justo para tener lo que desean. Dando esto paso a que se puede lograr una mayor fidelidad del cliente con el negocio y una mayor rentabilidad.

También se recomienda la implementación de una plataforma online para ver los catálogos de la tienda y que el cliente pueda ordenarlos por esa vía. Con esto el cliente se ahorra el transporte para seleccionar la prenda y solo se presentaría en la tienda a buscarla ya finalizada lo que sería un servicio ágil y eficiente.

Y por último se recomienda un buen manejo de inventario tanto de los productos como de los materiales a utilizar para que el cliente no esté esperando de más por el producto personalizado debido a que este es el factor principal que al cliente le interesa a parte de la calidad “el factor tiempo”. Si el cliente se queja por esto puede dar mala imagen a la compañía solo por el simple hecho de no tener el producto más vendido en stock o no tener la gama de color desea por el cliente o no tener el hilo suficiente para la creación del producto personalizado.

Referencias Bibliográficas

Libros:

- ✓ Koontz y Weihrich. (1998). Administración: Una Perspectiva Global. 11va Edición. País: Mexico. Editorial Mc Graw Hill.
- ✓ COTTLE, David. (1991). El Servicio Centrado en el Cliente. País: España, Madrid. Editorial Díaz de Santos, S.A.
- ✓ Mateo R. (2004). Creación de Empresas. País: Editorial Mc Graw Hill.
- ✓ Varela R. (2008). Innovación empresarial. 3era Edición. País: Editorial Pearson.

Enlaces WEB:

- ✓ Artículo: Oficina Nacional de estadística. Disponible en: http://www.one.gob.do/
- ✓ Artículo: Censo 2010. Disponible en: http://censo2010.one.gob.do/
- ✓ Artículo: Ley del régimen de regulación de industria. Disponible en: http://www.seic.gov.do/media/13662/Ley%205607%20R%C3%A9gimen%20de%20regulaci%C3%B3n%20de%20industrias.pdf
- ✓ Artículo: Haz marketing uno a uno. Disponible en: http://www.soyentrepreneur.com/haz-marketing-uno-a-uno.html
- ✓ Artículo: Industria textil dominicana recibe respaldo del gobierno. Disponible en: http://elnuevodiario.com.do/mobile/article.aspx?id=360886
- ✓ Artículo: Paridad textil en la Republica Dominicana. Disponible en: http://www.natlaw.com/interam/dr/cu/sp/spdrcu00005.pdf

Monografías

- ✓ Linssi Genao, Katherine Feliz y Juan Manuel Rivas. (2014). Diseño de un Plan de Negocio para la Creación de una Empresa BeneBeli Accesories. Santo Domingo, República Dominicana. Monografía para optar por el título de Licenciado de administración de empresas. Universidad APEC. Santo Domingo, República Dominicana.
- ✓ Daniely Álvarez, María Corporan y Debora Nau. (2014). Plan de creación de empresa de alimentos balanceados para animales de granja. Monte Plata, Republica Dominicana. Monografía para optar por el título de Licenciado de administración de empresas. Universidad APEC. Santo Domingo, República Dominicana.

Anexos:

Índice Anexos:

I. **Anteproyecto EntreTejidos**

II. **Encuestas**

III. **Cotizaciones**

IV. **Presentación de productos personalizados**

V. **Portal pagina WEB**

I. Anteproyecto

UNIVERSIDAD APEC

UNAPEC

CURSO DE MONOGRAFICO DE EVALUACION FINAL
EVALUACION DE LAS PROPUESTAS
MAYO AGOSTO 2014

TITULO : DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE TEJIDOS CROCHET. SANTO DOMINGO, REPÚBLICA DOMINICANA. AÑO 2014

MODULO : CREACICÓN DE EMPRESAS

PROFESOR (A) : ING. JUAN ENRIQUE ROSALES / LIC. MARGARITA ABREU

AUTOR : LUÍS CARLOS JIMÉNEZ | GABRIEL ALEJANDRO FAUSTINA LUZ ESTHER

MATRICULA : 20050432 | 20090762 | 20100211 AREA AMINISTRACIÓN

APROBADO : ✓ APROBADO CON MODIFICACION :

RECHAZADO : FIRMA :

FECHA DE ENTREGA DEL TRABAJO AL PROFESOR : 14/6/2014

FECHA DE ENTREGA DEL TRABAJO AL COORDINADOR EJECUTIVO :

OBSERVACIONES :
PROFESOR, EXPLIQUE LAS RAZONES POR LAS QUE USTED APROBO CON MODIFICACIONES O RECHAZO :

ys(20-05-2003)

UNIVERSIDAD APEC

DECANATO DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES

ESCUELA DE ADMINISTRACION

PROYECTO DE TRABAJO DE GRADO

"Diseño de un plan de negocios para la creación de una microempresa de tejidos crochet. Santo Domingo, Republica Dominicana. Año 2014"

SUSTENTADO POR:

Luís Carlos Jiménez 2005-0432

Gabriel Alejandro Rivas 2009-0762

Faustina Luz Esther Batista 2010-0211

Asesor Titular

Ing. Juan Enrique Rosales

Asesor Auxiliar

Lic. Margarita Abreu

Anteproyecto de la Monografía para optar por el título de Licenciado en Administración de Empresas

Distrito Nacional, República Dominicana 2014

“Diseño de un plan de negocios para la creación de una microempresa de tejidos crochet. Santo Domingo, Republica Dominicana. Año 2014”

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El crochet o tejido de gancho es una técnica para tejer con hilo o lana la cual es muy utilizada para diversos artículos de la mujer, para el hogar, para los niños y jóvenes.

Este tipo de técnicas puede crear diseños inimaginables lo cual hace un producto diferenciador de los demás.

Crear diseños como gorros, zapatos de bebes, manteles de mesas e incluso ropa hace que el publico les llame la atención, el poder crear diseños personalizados de tal manera que podamos producir exactamente lo que quiere esa persona.

Hoy en día existen muy pocos competidores en esta industria lo cual nos hace innovadores y diferenciadores para poder crear exactamente lo que desea el público a un precio inigualable.

A pesar de que este tipo de industria no es muy conocida tiene un gran mercado debido a que va dirigido más al público femenino.

El principal problema es que este tipo de empresa no es muy conocido y se deberán buscar estrategias específicas para que el público conozca el producto en si. Entre los aspectos mas críticos se encuentran: la falta de estrategias tanto a nivel de distribución y logística, producción, mercadeo, entre otras áreas, el desconocimiento del mercado y la búsqueda de un establecimiento adecuado para la comercialización de la misma.

Por lo tanto se debe de contar con un buen plan de negocio para que dicha idea pueda funcionar de manera adecuada. Permitirá desarrollar todos los puntos clave para la comercialización de tejidos crochet la cual se regirá por el termino diferenciador e innovador, gracias a esto nos da ventaja competitiva para llegar mas rápido a nuestro segmento de mercado.

II. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

El objetivo general es el diseño de un Plan de Negocios para una microempresa de tejidos crochet.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Evaluar la viabilidad Comercial de tejidos crochet, identificando el mercado, competencia, consumidores potenciales, ventajas competitivas.

- Evaluar la viabilidad Técnica de tejidos crochet, identificando las posibilidades materiales, físicas de producir el bien o servicio, analizando los costos directos e indirectos de fabricación.

- Evaluar la viabilidad de Gestión de tejidos crochet, identificando las capacidades administrativas y de gestión para el emprendimiento del proyecto, identificando las condiciones necesarias para el buen funcionamiento del proyecto de orden funcional y estructural (organigrama, manual de funciones y procedimientos, estrategias operativas).

- Evaluar la viabilidad Jurídica de tejidos crochet, considerando las regulaciones jurídicas existentes que hacen viable el proyecto.

- Evaluar la factibilidad Financiera tejidos crochet, estimando la rentabilidad de la Inversión, considerando el flujo de recursos financieros (ingresos, costos, egresos) las Inversiones y fuentes de financiamiento.

III. JUSTIFICACIÓN

3.1 Justificación Práctica

La creación de una microempresa de Tejido es una idea innovadora lo cual nos permite introducirnos de manera competitiva en el mercado y llegar al público de manera eficaz.

Mediante esta investigación se pueden identificar nuevas oportunidades de mejoras que siendo estas implementadas de forma estratégica pueden contribuir con el proyecto.

Este nace de la idea de servir a las diferentes personas que quieran obtener un tejido a su gusto e imaginación con este punto nos da la oportunidad de generar clientes leales siempre con la insignia del buen servicio y la excelente calidad en el producto entregado.

Este proyecto creara nuevas fuentes de empleo que le servirán al dominicano poder posicionar el Tejido Crochet como una técnica Artesanal reconocida en el País.

Por lo tanto siendo este producto innovador, distintivo, caracterizado por el buen servicio y la excelente calidad nos da razones suficientes para que el proyecto sea exitoso.

3.2 Justificación Metodológica

Para llevar a cabo esta propuesta la técnica a utilizar son los planes de negocios, modelos de negocios e instrumentos de evaluación financiera, los cuales son de gran soporte al momento de trazar pautas para lograr el éxito en un negocio.

3.3 Justificación Teórica

El tejido crochet está comenzando a fomentarse en la Republica Dominicana por lo que la creación de esta microempresa de tejidos se dificulta al no existir mucha información al respecto. Para la elaboración de este plan de negocios se necesita conocer a profundidad que es este estilo de tejido, en que se basa, los materiales básicos para su elaboración y la demanda que podría tener en el país.

El blog de mis manualidades define lo que es el tejido crochet de la siguiente Manera: "El ganchillo en ocasiones llamado croché (galicismo de crochet) o tejido de gancho, es una técnica para tejer labores con hilo o lana, en la que se utiliza una aguja corta y específica, el ganchillo, de metal, plástico o madera. Esta labor, similar al tricotado, consiste en pasar un anillo de hilo por encima de otro, aunque a diferencia de este, se trabaja solamente con uno de los anillos cada vez. También se denomina ganchillo a los tejidos realizados mediante esta técnica, los cuales puedes ser desde colchas, puntillas, centro de mesa, etc[9]."

"[10]La materia prima para realizar el tejido crochet son ganchillos, hilos de preferencia. Los ganchillos se comercializan de diferentes medidas y materiales. Los empleados son los de acero, sobre todo para labores con hilo fino de y perlé. Los de aluminio son adecuados para hilos más gruesos y los de plástico para hilos de lana de grosor medio. Existen también ganchillos artesanales, la mayoría tallados en madera y algunos decorados con piedras semipreciosas o abalorios".

[9] (¿Que es crochet? (2008), recuperado de http://mis-manualidades.over-blog.com/pages/que-es-crochet-4689148.html

[10] Ganchillo, recuperado de http://es.wikipedia.org/wiki/Ganchillo

Según el Gremio Internacional Formas Libres de Crochet “Las formas libres de tejer a ganchillo (crochet) es como estar pintando. Tu objetivo final puede ser tan abstracto o realista como quieras. Todo lo que tienes que hacer es crear una muestra y seguir añadiendo a la misma. Este método te permitirá experimentar con diferentes puntadas y variedad de hilos sin estar atado a un patrón. También es perfecto para el uso de tu hilo sobrante de otros proyectos, ya que se puede utilizar pequeñas cantidades de hilo que deseas incluir”.

IV. TIPO (S) DE INVESTIGACION

El tipo de investigación a utilizar es la descriptiva debido a que este trata los hechos minuciosamente y de esta manera se podrá tratar de cerca que desean los clientes a la hora de comprar el producto, lograr sus necesidades y deseos es uno de nuestros objetivos y escuchando minuciosamente que desean podremos lograr esto. Por tal las formas de conducta y actitudes de las personas que se encuentran en el universo de la investigación, establece comportamientos concretos y la posible asociación de las variables de investigación.

V. MARCO DE REFERENCIA

5.1 Marco Teórico

En el transcurso de la historia la humanidad siempre ha necesitado el uso de la tela para la elaboración de vestimentas. A medida que se iba perfeccionando el arte de tejer surgió el estilo crochet el cual da un toque distintivo e innovador a las prendas de vestir.

En la Republica Dominicana el negocio de venta de ropas es muy común pero no tiene tanto auge la venta de prendas al estilo crochet. Por tanto se tiene la oportunidad de abrir un nuevo segmento de mercado y dirigirlo hacia esta empresa que se pretende crear.

Es importante saber el proceso que conlleva la creación de este estilo de tejido. El blog de mis manualidades enseña como tejer al estilo crochet:

"El ganchillo se sostiene con la mano derecha (o izquierda si uno es zurdo), entre el pulgar y el índice, apoyando el pulgar sobre la parte plana del ganchillo. El hilo, pasando sobre el índice de la mano izquierda, se sostiene con el dedo medio, el anular y el meñique doblados hacia la palma de la mano. Para formar el primer punto, sostener el extremo del hilo entre el pulgar y el índice de la mano izquierda, cerrando entre los otros dedos y la palma, y formar una especie de nudo corredizo. Introducir el ganchillo de delante hacia atrás. Una vez formado el primer punto, manteniendo el ganchillo horizontalmente, enganchar el hilo que sostiene la mano izquierda al ganchillo (esto se llama "echar hebra sobre el ganchillo"), y retirarlo a través del anillo sobre el ganchillo, sacando un nuevo anillo. Una vez terminado el último punto de la labor, estirar el anillo que queda sobre el ganchillo y cortarlo. Terminar el hilo restante, pasándolo entre los puntos hasta su desaparición[11]."

[11] Como tejer crochet. Recuperado de http://mis-manualidades.over-blog.com/pages/como-tejer-crochet-4689230.html

Existen un sinnúmero de páginas en el internet hablan sobre como tejer con este estilo y proveen informaciones relevantes a la hora de empezar a comercializar estas prendas. Entre estas se encuentra el sitio web de ehowenespanol, el mismo se encuentran datos para empezar esta microempresa:

Según Tania Ruiz "Se puede tener un negocio de venta de crochet sin necesidad de invertir un gran capital al principio, ya que este negocio se puede comenzar en casa. Además, se puede utilizar Internet y las redes sociales para dar a conocer los tejidos a todo el mundo y recibir pedidos de cualquier rincón del planeta.[12]"

5.2 Marco Conceptual

Técnica

Perteneciente o relativo a las aplicaciones de las ciencias y las artes.

Crochet

"Se define crochet como la labor de ganchillo. Es el arte de crear mediante el entrelazado repetido de una o varias fibras con una aguja con forma de garfio. Con el crochet podemos crear un tejido con multitud de formas y colores. El crochet es una

[12] Tania Ruiz. Como comenzar un nuevo negocio de venta crochet. Recuperado de http://www.ehowenespanol.com/comenzar-negocio-venta-crochet-como_179953/

técnica muy antigua que actualmente se encuentra recuperada en la elaboración artesanal de piezas de bisutería moderna[13]".

Tejer

"Entrelazar hilos, cordones, espartos u otro material flexible para formar diversos tipos de tejidos[14]".

Lana

"Es una fibra natural que se obtiene de los caprinae (cabra y, principalmente ovejas), y de otros animales como llamas, alpacas, vicuñas o conejos, mediante un proceso denominado esquila. Se utiliza en la industria textil para confeccionar productos tales como sacos, mantas, guantes, calcetines, suéteres, etc[15]".

Textil

"Es el término genérico aplicado originalmente a las telas tejidas, pero que hoy se utiliza también para fibras, filamentos, hilazas e hilos, así como para los materiales hilados, afieltrados o no tejidos y tejidos, acolchados, trenzados, adheridos, anudados o bordados, que se fabrican a partir de entrelazamiento de urdimbre y trama o tejido, ya sea plano o elástico"[16].

[13] Artesanum. Definición de crochet. Recuperado de http://www.artesanum.com/definicion-crochet-451.html

[14] Tejer. Recuperado de http://www.wordreference.com/definicion/tejer

[15] Lana. Recuperado de http://es.wikipedia.org/wiki/Lana#Referencias

[16] Textil. Recuperado de http://es.wikipedia.org/wiki/Textil

Hilo

"Es una hebra larga, muy larga y delgada de un material textil, especialmente la que se usa para coser"[17].

Tejidos

Un tejido puede ser un producto que alguien elaboró tejiendo (es decir, entrelazando hilos, cordones, etc., también se usa para referirse la textura que posee una determinada tela[18].

Diseño

Actividad creativa que tiene por fin proyectar objetos que sean útiles y estéticos[19].

Plan de Negocio

Un plan de negocios es una guía para el emprendedor o empresario. Se trata de un documento donde se describe un negocio, se analiza la situación del mercado y se establecen las acciones que se realizarán en el futuro, junto a las correspondientes estrategias que serán implementadas, tanto para la promoción como para la fabricación, si se tratara de un producto[20].

---

[17] Hilo. Recuperado de http://es.wikipedia.org/wiki/Hilo

18 Definición de Tejido. Recuperado de http://definicion.de/tejido/#ixzz344RIRhSE

[19] Diseño. Recuperado de https://www.google.com.do/?gws_rd=ssl#q=definicion+de+dise%C3%B1o

20 Definición de plan de negocios. Recuperado de http://definicion.de/plan-de-negocios/#ixzz344SgxP9n

Micro Empresa

Se define como Micro Empresa o Pequeña Empresa a aquella empresa que opera una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, y que desarrolla cualquier tipo de actividad de producción o de comercialización de bienes, o de prestación de servicios[21].

5.3 Marco Espacial

El lugar seleccionado es en el ensanché Naco, Distrito Nacional, Republica Dominicana.

5.4 Marco Temporal

El periodo seleccionado es 2014 para un tiempo de periodo de prueba del proyecto de tres años.

VI. METODOS, PROCEDIMIENTOS Y TECNICAS DE INVESTIGACION

6.1 Métodos

Para la obtención de los objetivos propuestos en la investigación, fueron utilizados los métodos tanto de observación y el inductivo. El método de observación es empleado debido a que por medio del mismo se podrán identificar las características de los clientes y el comportamiento adoptado en determinadas situaciones y el método inductivo estará partiendo de una situación concreta de la cual se obtendrá información para luego analizarla y de esa manera llegar a la obtención de los objetivos planteados.

[21] La microempresa es nuestro mejor producto http://microempresa.blogdiario.com/i2008-03

6.2 Procedimientos y Técnicas

Algunas de las técnicas a utilizar son:

- **Encuestas:** "método que se realiza mediante las técnicas de interrogación, procurando conocer aspectos relativos a los grupos. Sirve para conocer la opinión de los ciudadanos o su comportamiento declarado"[22].

- **Fuentes bibliográficas:** Fuente es el origen de una información para una investigación, entre ellas: libros, revistas, enciclopedias, videos, páginas web, entre otras.

- **Entrevista: "**es una herramienta fundamental para las empresas o para la persona que desea contratar un servicio o personal.
  La entrevista sirve entre otras cosas para que el responsable de la selección amplíe de una manera más personalizada la información con la que ya cuenta sobre el postulante. En estas entrevistas salen a relucir aptitudes personales que no se reflejan en los papeles, como por ejemplo carisma, proactividad, proyectos, actitud, prolijidad, facilidad de palabras, interés en el puesto, etc"[23].

[22] Martagloria Morales, ¿Para qué sirven las encuestas?, (2012), Recuperado de http://www.tribunadequeretaro.com/index.php?option=com_content&view=article&id=1145:ipara-que-sirven-las-encuestas&catid=36:opinion&Itemid=55

[23] Angeles Wolscham, Para qué sirven las entrevistas, (2008), recuperado de http://5dias.com.py/20107-para-qu-sirven-las-entrevistas

VII. TABLA DE CONTENIDO

AGRADECIMIENTOS

DEDICATORIA

INTRODUCCIÓN

1. MARCO GENERAL

1.1. Resumen ejecutivo

1.2. Definición de proyecto

1.3. Definición del equipo emprendedor

1.4. Visión

1.5. Misión

1.6. Naturaleza del negocio

1.7. Filosofía, valores y cultura

2. ANÁLISIS DEL ENTORNO

2.1. Regulaciones gubernamentales y jurídicas

2.2. Macro entorno social, político, económico y tecnológico

2.3. Tendencias

2.4. El mercado

2.5. Consumidores

2.6. Competencia

2.7. Grupo objetivos

2.8. Perfil de clientes

2.9. Perfil de consumidores

2.10. Proveedores

3. ANÁLISIS COMPARATIVO

3.1. Análisis FODA

3.2. Recursos y capacidades

3.3. Factores críticos del éxito

3.4. Análisis PORTER

4. OBJETIVOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS

5. ESTRATEGIAS GENERALES

6. PLANES OPERATIVOS

6.1. Mercadeo

6.2. Ventas

6.3. Organizacional

6.4. Investigación y desarrollo

6.5. Operación y logística

6.6. Administración y finanzas

7. EVALUACIÓN FINANCIERA

7.1. Flujo de efectivo

7.2. Inversiones

7.3. Sensibilizaciones

7.4. Calculo del VAN, TIR y otros indicadores financieros

7.5. Requerimientos de fondos de inversión

7.6. Estrategia de búsqueda de financiamiento

8. ANEXOS

8.1. Organigrama

8.2. Modelo de negocio

8.3. Flujo

8.4. Otros anexos

BIBLIOGRAFIA

- Alcaraz Rodríguez Rafael. (2000). El Emprendedor. Mexico: McGraw-Hill 4ta edicion.
- Kathlee Allen y Earl C. Meyer. (2012). Empresarismo, Construye tu negocio. México: McGraw-Hill 2da edición
- Mateo Dueñas Ricardo. (2004). Creación de Empresas, Teoría y Práctica. McGraw-Hill / Interamerica de España S. A.
- Amaru Maximiano Antonio César. (2008). Administración para Emprendedores: fundamentos para la creación y gestión de nuevos negocios. Prentice Hall 1era edición.

Fuentes Web

- ¿Qué es crochet? (2008), recuperado de http://mis-manualidades.over-blog.com/pages/que-es-crochet-4689148.html
- Ganchillo, recuperado de http://es.wikipedia.org/wiki/Ganchillo
- Como tejer crochet. Recuperado de http://mis-manualidades.over-blog.com/pages/como-tejer-crochet-4689230.html
- Tania Ruiz. Como comenzar un nuevo negocio de venta crochet. Recuperado de http://www.ehowenespanol.com/comenzar-negocio-venta-crochet-como_179953/
- Artesanum. Definición de crochet. Recuperado de http://www.artesanum.com/definicion-crochet-451.html
- Tejer. Recuperado de http://www.wordreference.com/definicion/tejer

- Lana. Recuperado de http://es.wikipedia.org/wiki/Lana#Referencias
- Textil. Recuperado de http://es.wikipedia.org/wiki/Textil
- Hilo. Recuperado de http://es.wikipedia.org/wiki/Hilo
- Definición de Tejido. Recuperado de http://definicion.de/tejido/#ixzz344RIRhSE
- Diseño. Recuperado de https://www.google.com.do/?gws_rd=ssl#q=definicion+de+dise%C3%B1o
- Definición de plan de negocios. Recuperado de http://definicion.de/plan-de-negocios/#ixzz344SgxP9n
- La microempresa es nuestro mejor producto. Recuperado de http://microempresa.blogdiario.com/i2008-03/
- Martagloria Morales, ¿Para qué sirven las encuestas?, (2012), Recuperado de http://www.tribunadequeretaro.com/index.php?option=com_content&view=article&id=1145:ipara-que-sirven-las-encuestas&catid=36:opinion&Itemid=55
- Angeles Wolscham, Para qué sirven las entrevistas, (2008), recuperado de http://5dias.com.py/20107-para-qu-sirven-las-entrevistas

Nombre: **Laura peña** **Edad: 23** **Sexo: (F) (M)**

Nivel Socioeconómico: **Media Alta** **Trabaja: (Si) (No)**

1- ¿Conoce usted el tejido crochet?
Si.

2- ¿Ha visto alguna tienda de accesorios en crochet?
No

3- ¿Donde has visto estos accesorios?

4- ¿Sus amigos compran este producto?
Si

5- ¿Que dicen sus amigos sobre este tipo de negocio?
Es un negocio popular

6- ¿Como es el servicio en este tipo de negocios?
No se. Nunca he ido a una.

7- ¿Cuales son sus preocupaciones a la hora de pedir un producto personalizado?
Que no sea costoso.

8- ¿Que le gustaría que hubiera en una tienda de accesorios de tejido crochet? ¿Cómo le gustaría que fuera el servicio?
Manteles, ropa de niños etc.

Nombre: Alicia Hidalgo **Edad: 46** **Sexo: (F) (M)**

Nivel Socioeconómico: Media **Trabaja: (Si) (No)**

1- ¿Conoce usted el tejido crochet?
Si

2- ¿Ha visto alguna tienda de accesorios en crochet?
No

3- ¿Donde has visto estos accesorios?
Casa de amigos y familiares.

4- ¿Sus amigos compran este producto?
Si

5- ¿Que dicen sus amigos sobre este tipo de negocio?
Que seria algo nuevo en este país.

6- ¿Como es el servicio en este tipo de negocios?
No he experimentado el servicio de este tipo de tiendas.

7- ¿Cuales son sus preocupaciones a la hora de pedir un producto personalizado?
Que este a mi medida y que sea de calidad.

8- ¿Que le gustaría que hubiera en una tienda de accesorios de tejido crochet? ¿Cómo le gustaría que fuera el servicio?
Cubre camas, forros de baño, blusas.

Nombre: **Laura Hidalgo** **Edad: 20** **Sexo: (F) (M)**

Nivel Socioeconómico: Media Alta **Trabaja: (Si) (No)**

1- ¿Conoce usted el tejido crochet?
Si

2- ¿Ha visto alguna tienda de accesorios en crochet?
No.

3- ¿Donde has visto estos accesorios?
En personas en la calle

4- ¿Sus amigos compran este producto?
Si

5- ¿Que dicen sus amigos sobre este tipo de negocio?
Seria una excelente idea de negocios.

6- ¿Como es el servicio en este tipo de negocios?
No podría saberlo.

7- ¿Cuales son sus preocupaciones a la hora de pedir un producto personalizado?
La calidad del producto.

8- ¿Que le gustaría que hubiera en una tienda de accesorios de tejido crochet? ¿Cómo le gustaría que fuera el servicio?
Blusas.

Nombre: **Emily Soto** **Edad: 15** **Sexo: (F) (M)**

Nivel Socioeconómico: Media Alta **Trabaja: (Si) (No)**

1- ¿Conoce usted el tejido crochet?
Si

2- ¿Ha visto alguna tienda de accesorios en crochet?
Si en internet

3- ¿Donde has visto estos accesorios?
En casas, en personas, en internet.

4- ¿Sus amigos compran este producto?
Si

5- ¿Que dicen sus amigos sobre este tipo de negocio?
Seria algo nuevo

6- ¿Como es el servicio en este tipo de negocios?
No se. Bueno creo

7- ¿Cuales son sus preocupaciones a la hora de pedir un producto personalizado?
Que sea lindo.

8- ¿Que le gustaría que hubiera en una tienda de accesorios de tejido crochet? ¿Cómo le gustaría que fuera el servicio?
De todo

Nombre: **Francisco peña** **Edad: 48** **Sexo: (F) (M)**

Nivel Socioeconómico: Media **Trabaja: (Si) (No)**

1- ¿Conoce usted el tejido crochet?
Si

2- ¿Ha visto alguna tienda de accesorios en crochet?
No

3- ¿Donde has visto estos accesorios?
En casas.

4- ¿Sus amigos compran este producto?
No tengo la certeza.

5- ¿Que dicen sus amigos sobre este tipo de negocio?
Seria innovador**.**

6- ¿Como es el servicio en este tipo de negocios?
Bueno

7- ¿Cuales son sus preocupaciones a la hora de pedir un producto personalizado?
Calidad

8- ¿Que le gustaría que hubiera en una tienda de accesorios de tejido crochet? ¿Cómo le gustaría que fuera el servicio?
Que el servicio sea excelente y me gustaría que tuvieran todos tipos de regalo para las mujeres como para el día de las madres o aniversario y eso.

Nombre: **luisanna Franco** **Edad: 19** **Sexo: (F) (M)**

Nivel Socioeconómico: **Media Alta** **Trabaja: (Si) (No)**

1- ¿Conoce usted el tejido crochet?
Si.

2- ¿Ha visto alguna tienda de accesorios en crochet?
No

3- ¿Donde has visto estos accesorios?
No los he visto aquí

4- ¿Sus amigos compran este producto?
No

5- ¿Que dicen sus amigos sobre este tipo de negocio?
Un negocio con poca clientela.

6- ¿Como es el servicio en este tipo de negocios?
Ni idea.

7- ¿Cuales son sus preocupaciones a la hora de pedir un producto personalizado?
La calidad

8- ¿Que le gustaría que hubiera en una tienda de accesorios de tejido crochet? ¿Cómo le gustaría que fuera el servicio?
Ropa, y para decorar el hogar (forros de baño etc)

Nombre: **Felix Arambilet** **Edad: 50** **Sexo: (F) (M)**

Nivel Socioeconómico: Media **Trabaja: (Si) (No)**

1- ¿Conoce usted el tejido crochet?
Si

2- ¿Ha visto alguna tienda de accesorios en crochet?
No

3- ¿Donde has visto estos accesorios?

4- ¿Sus amigos compran este producto?
No se

5- ¿Que dicen sus amigos sobre este tipo de negocio?
Seria el primero en santo domingo

6- ¿Como es el servicio en este tipo de negocios?
Bueno como debe de ser en todas en partes

7- ¿Cuales son sus preocupaciones a la hora de pedir un producto personalizado?
Que quede bien.

8- ¿Que le gustaría que hubiera en una tienda de accesorios de tejido crochet? ¿Cómo le gustaría que fuera el servicio?

Nombre: **Beatriz Stroffer** **Edad: 47** **Sexo: (F) (M)**

Nivel Socioeconómico: **Media** **Trabaja: (Si) (No)**

1- **¿Conoce usted el tejido crochet?**

Si

2- **¿Ha visto alguna tienda de accesorios en crochet?**

En el país no

3- **¿Donde has visto estos accesorios?**

En otros mercados.

4- **¿Sus amigos compran este producto?**

Si

5- **¿Que dicen sus amigos sobre este tipo de negocio?**

Seria una buena idea de negocios.

6- **¿Como es el servicio en este tipo de negocios?**

Excelente

7- **¿Cuales son sus preocupaciones a la hora de pedir un producto personalizado?**

Calidad del producto

8- **¿Que le gustaría que hubiera en una tienda de accesorios de tejido crochet? ¿Cómo le gustaría que fuera el servicio?**

Blusas, gorritos de bebe

Nombre: **John Bueno** **Edad: 26** **Sexo: (F) (M)**

Nivel Socioeconómico: Media **Trabaja: (Si) (No)**

1- ¿Conoce usted el tejido crochet?

Si

2- ¿Ha visto alguna tienda de accesorios en crochet?

No

3- ¿Donde has visto estos accesorios?

En casa de mi novia

4- ¿Sus amigos compran este producto?

No

5- ¿Que dicen sus amigos sobre este tipo de negocio?

Seria rentable

6- ¿Como es el servicio en este tipo de negocios?

No se

7- ¿Cuales son sus preocupaciones a la hora de pedir un producto personalizado?

La perfección

8- ¿Que le gustaría que hubiera en una tienda de accesorios de tejido crochet? ¿Cómo le gustaría que fuera el servicio?

Nombre: **Jacqueline Franco** **Edad: 50** **Sexo: (F) (M)**

Nivel Socioeconómico: Media Alta **Trabaja: (Si) (No)**

1- ¿Conoce usted el tejido crochet?

Si

2- ¿Ha visto alguna tienda de accesorios en crochet?

No

3- ¿Donde has visto estos accesorios?

Desde mi infancia veía a las monjitas tejiendo y hoy en día veo en pinterest y veo que esta volviendo la moda del crochet

4- ¿Sus amigos compran este producto?

Si

5- ¿Que dicen sus amigos sobre este tipo de negocio?

Que la mayoría de las personas no aprecian los trabajos manuales y no pagan un precio justo.

6- ¿Como es el servicio en este tipo de negocios?

No he visitado ninguno hasta el momento.

7- ¿Cuales son sus preocupaciones a la hora de pedir un producto personalizado?

Que sea de calidad y exclusivo

8- ¿Que le gustaría que hubiera en una tienda de accesorios de tejido crochet? ¿Cómo le gustaría que fuera el servicio?

Revistas, todos los tipos de agujas e hilos y un experto para dar orientación. Me gustaría que el servicio sea personalizado y que a las personas que compren les den lecciones básicas sobre como tejer a crochet.

Nombre: **Tara González** **Edad: 20** **Sexo: (F) (M)**

Nivel Socioeconómico: Media **Trabaja: (Si) (No)**

1. **¿Conoce usted el tejido crochet?**

Si

2. **¿Ha visto alguna tienda de accesorios en crochet?**

No

3. **¿Donde has visto estos accesorios?**

4. **¿Sus amigos compran este producto?**

Si

5. **¿Que dicen sus amigos sobre este tipo de negocio?**

Que los tejidos son originales y en los bebes se ven preciosos

6. **¿Como es el servicio en este tipo de negocios?**

No he visto uno hasta el momento

7. **¿Cuales son sus preocupaciones a la hora de pedir un producto personalizado?**

Que me quede como lo he solicitado

8. **¿Que le gustaría que hubiera en una tienda de accesorios de tejido crochet? ¿Cómo le gustaría que fuera el servicio?**

Ropa, accesorios y que el servicio sea excelente.

Nombre: **Jeimy Troncoso** **Edad: 36** **Sexo: (F) (M)**

Nivel Socioeconómico: **Clase Media** **Trabaja: (Si) (No)**

1- **¿Conoce usted el tejido crochet?**
Si

2- **¿Ha visto alguna tienda de accesorios en crochet?**
Si

3- **¿Donde has visto estos accesorios?**
Via Web por facebook

4- **¿Sus amigos compran este producto?**
Si

5- **¿Que dicen sus amigos sobre este tipo de negocio?**
Que les gusta y le recuerdan a su niñez en relación a la ropa tejida y es muy innovador.

6- **¿Como es el servicio en este tipo de negocios?**
De vez en cuanto dura mucho para hacer la entrega no es tan bueno el servicio de entrega.

7- **¿Cuales son sus preocupaciones a la hora de pedir un producto personalizado?**
Que sea de calidad y el tiempo de espera sea menos.

8- **¿Que le gustaría que hubiera en una tienda de accesorios de tejido crochet? ¿Cómo le gustaría que fuera el servicio?**
Todo tipo de ropa de mujeres, niños y bebes. Al igual que accesorios.

Nombre: **Estephany López** **Edad: 24** **Sexo: (F) (M)**

Nivel Socioeconómico: Media Alta **Trabaja: (Si) (No)**

1- ¿Conoce usted el tejido crochet?
Si

2- ¿Ha visto alguna tienda de accesorios en crochet?
No

3- ¿Donde has visto estos accesorios?
Una prima mía lo compra para su bebe

4- ¿Sus amigos compran este producto?
Si

5- ¿Que dicen sus amigos sobre este tipo de negocio?
Que se ven muy tiernos en los bebes pero que tardan mucho en entregártelo y generalmente son muy caros.

6- ¿Como es el servicio en este tipo de negocios?
No he visitado uno.

7- ¿Cuales son sus preocupaciones a la hora de pedir un producto personalizado?
Que sea único y de calidad

8- ¿Que le gustaría que hubiera en una tienda de accesorios de tejido crochet? ¿Cómo le gustaría que fuera el servicio?
Que hubiera clases particulares para que enseñaran o dieran clases para aprender.

Nombre: **Luisa Del Villar** **Edad: 36** **Sexo: (F) (M)**

Nivel Socioeconómico: Media **Trabaja: (Si) (No)**

1- **¿Conoce usted el tejido crochet?**
Si

2- **¿Ha visto alguna tienda de accesorios en crochet?**
Si

3- **¿Donde has visto estos accesorios?**
Paginas Web y facebook

4- **¿Sus amigos compran este producto?**
No

5- **¿Que dicen sus amigos sobre este tipo de negocio?**

6- **¿Como es el servicio en este tipo de negocios?**
Más o menos.

7- **¿Cuales son sus preocupaciones a la hora de pedir un producto personalizado?**
Calidad y puntualidad.

8- **¿Que le gustaría que hubiera en una tienda de accesorios de tejido crochet? ¿Cómo le gustaría que fuera el servicio?**
Que sea lo más rápido posible y que hubiera todo tipo de accesorios y cosas del hogar.

Nombre: **Sugeiry Abreu** **Edad: 23** **Sexo: (F) (M)**

Nivel Socioeconómico: Media Alta **Trabaja: (Si) (No)**

1- ¿Conoce usted el tejido crochet?
Si

2- ¿Ha visto alguna tienda de accesorios en crochet?
No

3- ¿Donde has visto estos accesorios?
Cuando era pequeña mi madre tejía.

4- ¿Sus amigos compran este producto?
No

5- ¿Que dicen sus amigos sobre este tipo de negocio?

6- ¿Como es el servicio en este tipo de negocios?
No he visto una hasta el momento.

7- ¿Cuales son sus preocupaciones a la hora de pedir un producto personalizado?
Que no lo encuentre en otra parte.

8- ¿Que le gustaría que hubiera en una tienda de accesorios de tejido crochet? ¿Cómo le gustaría que fuera el servicio?
Accesorios y ropa.

Nombre: **Patty Martinez** **Edad: 25** **Sexo: (F) (M)**

Nivel Socioeconómico: Media **Trabaja: (Si) (No)**

1- **¿Conoce usted el tejido crochet?**
Si.

2- **¿Ha visto alguna tienda de accesorios en crochet?**
No

3- **¿Donde has visto estos accesorios?**

4- **¿Sus amigos compran este producto?**
Si

5- **¿Que dicen sus amigos sobre este tipo de negocio?**
Hay pocos en el mercado.

6- **¿Como es el servicio en este tipo de negocios?**
No he ido a ninguno.

7- **¿Cuales son sus preocupaciones a la hora de pedir un producto personalizado?**
Que no sea costoso.

8- **¿Que le gustaría que hubiera en una tienda de accesorios de tejido crochet? ¿Cómo le gustaría que fuera el servicio?**
Manteles, ropa de niños etc.

Nombre: Alexandra Hernández **Edad: 46** **Sexo: (F) (M)**

Nivel Socioeconómico: Media **Trabaja: (Si) (No)**

1- **¿Conoce usted el tejido crochet?**
Si

2- **¿Ha visto alguna tienda de accesorios en crochet?**
No

3- **¿Donde has visto estos accesorios?**
Revistas y casas de amigos.

4- **¿Sus amigos compran este producto?**
Si

5- **¿Que dicen sus amigos sobre este tipo de negocio?**
Hay pocos sitios donde acudir.

6- **¿Como es el servicio en este tipo de negocios?**
No he experimentado el servicio de este tipo de tiendas.

7- **¿Cuales son sus preocupaciones a la hora de pedir un producto personalizado?**
Que este a mi medida y que sea de calidad.

8- **¿Que le gustaría que hubiera en una tienda de accesorios de tejido crochet? ¿Cómo le gustaría que fuera el servicio?**
Cubre camas, forros de baño, blusas.

Nombre: Digna Hernández **Edad: 21** **Sexo: (F) (M)**

Nivel Socioeconómico: Media Alta **Trabaja: (Si) (No)**

1- **¿Conoce usted el tejido crochet?**
Si

2- **¿Ha visto alguna tienda de accesorios en crochet?**
Si.

3- **¿Donde has visto estos accesorios?**
En personas en la calle

4- **¿Sus amigos compran este producto?**
Si

5- **¿Que dicen sus amigos sobre este tipo de negocio?**
Es una técnica muy delicada.

6- **¿Como es el servicio en este tipo de negocios?**
Muy personalizado

7- **¿Cuales son sus preocupaciones a la hora de pedir un producto personalizado?**
Que el producto quede de acuerdo a lo que yo quiero

8- **¿Que le gustaría que hubiera en una tienda de accesorios de tejido crochet? ¿Cómo le gustaría que fuera el servicio?**
Trajes de baño, ropa de bebe.

Nombre: Esperanza Domínguez **Edad: 46** **Sexo: (F) (M)**

Nivel Socioeconómico: Media **Trabaja: (Si) (No)**

1- ¿Conoce usted el tejido crochet?
Si

2- ¿Ha visto alguna tienda de accesorios en crochet?
No

3- ¿Donde has visto estos accesorios?
En familiares y yo también he tejido para mi hija

4- ¿Sus amigos compran este producto?
Si

5- ¿Que dicen sus amigos sobre este tipo de negocio?
Seria algo nuevo

6- ¿Como es el servicio en este tipo de negocios?
No tengo conocimiento

7- ¿Cuales son sus preocupaciones a la hora de pedir un producto personalizado?
Que sea bonito.

8- ¿Que le gustaría que hubiera en una tienda de accesorios de tejido crochet? ¿Cómo le gustaría que fuera el servicio?
Cosas para el hogar con esta técnica.

Nombre: **Maria Hidalgo** **Edad: 27** **Sexo: (F) (M)**

Nivel Socioeconómico: Media Alta **Trabaja: (Si) (No)**

1- ¿Conoce usted el tejido crochet?
Si

2- ¿Ha visto alguna tienda de accesorios en crochet?
No

3- ¿Donde has visto estos accesorios?
En casas.

4- ¿Sus amigos compran este producto?
No tengo la certeza.

5- ¿Que dicen sus amigos sobre este tipo de negocio?
Seria innovador.

6- ¿Como es el servicio en este tipo de negocios?
Bueno

7- ¿Cuales son sus preocupaciones a la hora de pedir un producto personalizado?
Calidad

8- ¿Que le gustaría que hubiera en una tienda de accesorios de tejido crochet? ¿Cómo le gustaría que fuera el servicio?
Accesorios para el pelo, zapatos para recién nacidos. Que tengan catálogos en internet.

Nombre: Teresa Núñez **Edad: 52** **Sexo: (F) (M)**

Nivel Socioeconómico: Media Alta **Trabaja: (Si) (No)**

1- **¿Conoce usted el tejido crochet?**
Si.

2- **¿Ha visto alguna tienda de accesorios en crochet?**
No

3- **¿Donde has visto estos accesorios?**
Tejía hace unos años atrás

4- **¿Sus amigos compran este producto?**
No

5- **¿Que dicen sus amigos sobre este tipo de negocio?**
Un negocio con poca clientela.

6- **¿Como es el servicio en este tipo de negocios?**
Ni idea.

7- **¿Cuales son sus preocupaciones a la hora de pedir un producto personalizado?**

La calidad

8- **¿Que le gustaría que hubiera en una tienda de accesorios de tejido crochet? ¿Cómo le gustaría que fuera el servicio?**

Ropa, y para decorar el hogar (forros de baño etc)

Nombre: Glady Lorenzo **Edad: 50** **Sexo: (F) (M)**

Nivel Socioeconómico: Media **Trabaja: (Si) (No)**

1- ¿Conoce usted el tejido crochet?
Si

2- ¿Ha visto alguna tienda de accesorios en crochet?
No

3- ¿Donde has visto estos accesorios?
En Familiares y amigos.

4- ¿Sus amigos compran este producto?
Si

5- ¿Que dicen sus amigos sobre este tipo de negocio?
Que solo se consigue con alguien que lo hace en su casa

6- ¿Como es el servicio en este tipo de negocios?
Muy directo con el cliente

7- ¿Cuales son sus preocupaciones a la hora de pedir un producto personalizado?
El precio

8- ¿Que le gustaría que hubiera en una tienda de accesorios de tejido crochet? ¿Cómo le gustaría que fuera el servicio?
Mucha variedad y rápida entrega

Nombre: **Buenaventura Domínguez** **Edad: 55** **Sexo: (F) (M)**

Nivel Socioeconómico: Media **Trabaja: (Si) (No)**

1- **¿Conoce usted el tejido crochet?**
Si

2- **¿Ha visto alguna tienda de accesorios en crochet?**
En el país no

3- **¿Donde has visto estos accesorios?**
Amistades

4- **¿Sus amigos compran este producto?**
Si

5- **¿Que dicen sus amigos sobre este tipo de negocio?**
Seria una buena idea de negocios.

6- **¿Como es el servicio en este tipo de negocios?**
Excelente

7- **¿Cuales son sus preocupaciones a la hora de pedir un producto personalizado?**
Calidad del producto

8- **¿Que le gustaría que hubiera en una tienda de accesorios de tejido crochet? ¿Cómo le gustaría que fuera el servicio?**
Blusas, gorritos de bebe

Nombre: Nathaly Rosa **Edad: 26** **Sexo: (F) (M)**

Nivel Socioeconómico: Media **Trabaja: (Si) (No)**

1- ¿Conoce usted el tejido crochet?
Si

2- ¿Ha visto alguna tienda de accesorios en crochet?
Si

3- ¿Donde has visto estos accesorios?
En el colegio, donde aprendí a tejer

4- ¿Sus amigos compran este producto?
No

5- ¿Que dicen sus amigos sobre este tipo de negocio?
Seria rentable

6- ¿Como es el servicio en este tipo de negocios?
Bueno

7- ¿Cuales son sus preocupaciones a la hora de pedir un producto personalizado?
El tiempo de entrega

8- ¿Que le gustaría que hubiera en una tienda de accesorios de tejido crochet? ¿Cómo le gustaría que fuera el servicio?
Amplia Variedad de productos, y que sea un servicio rápido

Nombre: Vanessa Castillo **Edad: 26** **Sexo: (F) (M)**

Nivel Socioeconómico: Media Alta **Trabaja: (Si) (No)**

1- ¿Conoce usted el tejido crochet?
Si

2- ¿Ha visto alguna tienda de accesorios en crochet?
No

3- ¿Donde has visto estos accesorios?
En el Politécnico donde también me enseñaron

4- ¿Sus amigos compran este producto?
Si

5- ¿Que dicen sus amigos sobre este tipo de negocio?
No paga el precio justo

6- ¿Como es el servicio en este tipo de negocios?
No he visitado ninguno hasta el momento.

7- ¿Cuales son sus preocupaciones a la hora de pedir un producto personalizado?
Que tenga calidad y exclusivo

8- ¿Que le gustaría que hubiera en una tienda de accesorios de tejido crochet? ¿Cómo le gustaría que fuera el servicio?
Muchas referencias para que los clientes tengas mejores opciones.

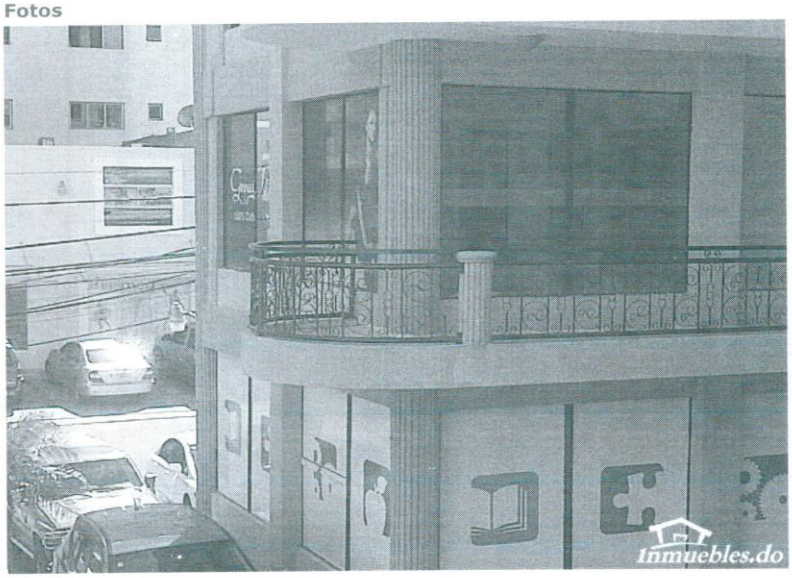
III. Cotizaciones

Inmuebles.do

LOCAL PLAZA COMERCIAL NACO, Local Comercial, Venta, Alquiler

Imprimir

Fotos



Información del Agente Inmobiliario

Foto personal

Nombre: Geraldine Cespedes
Empresa: Independiente
País: República Dominicana
Provincia: Santo Domingo
Teléfono: 8094812267

Común

Tipo:	**Local Comercial**
Inmueble en:	Venta, Alquiler
Encabezado:	LOCAL PLAZA COMERCIAL NACO
Superficie construida:	49 m2
Precio venta:	$USD 110,000.00
Precio renta:	$USD 950.00

Localización

Dirección: **2DO NIVEL IDEAL PARA OFICINA, SALON, ETC EN PLAZA COMERCIAL NACO, ASCENSOR Y PLANTA FULL**

Características del inmueble

Baños: **1**
Número de pisos: 2

Características de la propiedad

Incluye: **Agua Potable, Cisterna, Ascensor, Planta Electrica, ½ Baño**

Comunidad

Facilidades: **Universidades, Centro de Ciudad, Supermercados, Farmacias, Clínicas, Gimnasio, Hospitales, Centro de Belleza, Inst. de Recreación, Seguridad, Jardín de Infancia, Escuelas**

IMPRESORA Global

C/Juan Erazo No. 89-A Esq. Francisco Villaespesa,
Villa Juana, Santo Domingo, Republica Dominicana
Tel : 809.682.3799 / ..
Fax : 809.682.0948
impre.global@codetel.net.do
RNC : 1-01-89417-2

COTIZACION

No : 3961
Fecha : 16/07/2014
Pag 1 de 1

CLIENTE : ENTRETEJIDOS
DIRECCION : .
TEL. : 829.303.1818
CONDICION :
ANT. :

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO	SUBTOTAL
2.00	CAJA DE LAPICEROS	$ 96.00	$ 192.00
6.00	RESMA DE PAPEL	$ 360.00	$ 2,160.00
3.00	PORTA LAPICEROS	$ 48.00	$ 144.00
2.00	BANDEJA DE DOCUMENTOS	$ 634.00	$ 1,268.00
3.00	CAJA DE CLIPS	$ 76.00	$ 228.00
4.00	GRAPADORA	$ 760.00	$ 3,040.00
3.00	SACA GRAPA	$ 340.00	$ 1,020.00
6.00	CAJA DE GRAPA	$ 220.00	$ 1,320.00
100.00	SOBRES DE CARTA	$ 6.00	$ 600.00
40.00	SOBRES MANILA 8 1/2 X 11	$ 13.00	$ 520.00

SubTotal :	**$10,492.00**
ITBIS :	**$1,888.56**
TOTAL :	**$12,380.56**

Mercedes Rodriguez

Dongfeng Cargo Box 2013

US$ 11,800

Anuncio #385897 Este vehiculo se ha visitado 370 veces

Transmisión Mecánica
Tracción 2WD
Gasolina
Color Blanco

Precio: **US$ 11,800**
Uso: **0 Kms**
Color Interior: **Gris**
Combustible: **Gasolina**
Tracción: **2WD**
Puertas/Pasajeros: **3/2**

Motor: **1.1, 4 Cilindros**
Color Exterior: **Blanco**
Tipo: **Furgoneta**
Transmisión: **Mecánica**
Carga: **0 Kg.**

Observaciones:
doble puerta trasera, aire acondicionado de fabrica, cinturones de seguridad.

Accesorios y Componentes:

Información del Dealer

Transauto
809-363-1414/809-566-5566/829-328-9256 Jenny ramos/ 829-641-1354 Jean carlos peralta /829-942-9767 Fernando Cruz
Fax: 809-543-7373 Jhonny Rondon
Dirección:
Av. 27 De Febrero Casi esq. Dr. Defillo 0 Santo Domingo, Distrito Nacional, República Dominicana Santo Domingo D.N

Más Vehículos

Guardar en MySuperCarros

Ver más vehículos como este

Financiamiento $ Seguros

Te esperamos...
ven y móntate!!
MOTOR CREDITO
www.motorcredito.com.do

Bufete Jiménez García & Asociados
ABOGADOS NOTARIOS CONSULTORES

Av. de Los Próceres, Edif. Diamond I
Local 9-B, Arroyo Hondo
D. N. Republica Dominicana
Ofic.: 809-567-8825
bufeteabogados@hotmail.com
RNC: 0-01-801131

Santo Domingo, D. N.
23 de Julio del 2014.

Señores
ENTRETEJIDOS
Sus Manos.-

Tenemos a bien presentarle **los montos de constituir la Compañía ENTRETEJIDOS a una Sociedad de Responsabilidad Limitada S.R.L,** con un **Capital Social Autorizado de RD$100,000.00,** con el nombre comercial registrado:

1.- Honorarios.....**RD$15,000.00**

2.- Gastos.....**RD$5,000.00**

Total General de Inversión..... RD$20,000.00

RNC 1-01-80113-1
Bufete Jiménez García & Asociados
SANTO DOMINGO, D. N.

Detalles:

Gastos:

-Registro Mercantil emitido la
Cámara de Comercio de Santo Domingo .....**RD$2,500.00**

-Deposito de Documentos constitutivos Estatutos,
Lista de Suscripción, Acta de Asamblea,
Nomina, en la Cámara de Comercio de
Santo Domingo..... **RD$500.00**

-Pago Impuesto por Constitución de Compañía en base a
un Capital Social Autorizado de RD$100,000.00
en el Banco del Reservas.---------- **RD$1,000.00**

-Deposito de Copia de Documentos Constitutivos
debidamente registrado en la Cámara
de Comercio de Santo Domingo en la DGII con
Formulario lleno para el RNC ----------**RD$500.00**

-Encuadernación----------RD$500.00

Le entregaremos **los siguientes documentos:**

1.- Registro Mercantil emitido por la **Cámara de Comercio de Santo Domingo.**

2.- Documentos constitutivos Copia y Original de Estatutos, Lista de Suscripción, Acta de Asamblea, Nomina, debidamente registrados en la **Cámara de Comercio de Santo Domingo.**

3.- Hoja de Inscripción RNC emitida por **la Dirección de Impuestos Internos (DGII).**

4.-Documentos Encuadernados.

Entrega en <u>15 días.</u>

RNC 1-01-80113-1
SANTO DOMINGO, D. N.

Esperando por su aprobación.

Licda. Briseida Jacqueline Jiménez de Rodríguez,
Abogada, Gerente General del Bufete Jiménez García& Asociados S.R.L

IKEA Santo Domingo

Miércoles, 16 de julio de 2014

	Producto	Cantidad	Precio
Artículo:**RXB** 201.928.28	**EKBY ALEX** estante con cajón **RD$ 3,695**	1	**RD$ 3,695**
Artículo: 502.510.29	**EKBY TÖRE** soporte para tablero **RD$ 195**	3	**RD$ 585**
Artículo:**LWU** 101.928.24	**VIKA ALEX** cajonera blanco **RD$ 4,695**	1	**RD$ 4,695**
Artículo:**UHD** 902.179.72	**ADILS** pata **RD$ 195**	2	**RD$ 390**
Artículo: 202.511.39	**LINNMON** tablero **RD$ 1,995**	1	**RD$ 1,995**
Artículo:**RYE** 002.141.57	**MALM** escritorio **RD$ 8,995**	2	**RD$ 17,990**

Precio total	**RD$ 29,350**

Pagando con tu **tarjeta IKEA family VISA**
Ingresamos en tu cuenta el 5% de tus compras en IKEA **RD$ 1,468**
Solicítala si aún no la tienes

Este presupuesto sólo tiene carácter informativo, y tanto el precio como las cantidades aquí presupuestadas, vienen referidas al día de su expedición, y consecuentemente podrán ser modificadas, quedando sujetas a las existencias y a los precios del día de la realización de la compra.

© 2014 IKEA Santo Domingo

display
internacional, S.R.L.
EQUIPAMIENTO COMERCIAL

OFICINA PRINCIPAL:
Av. LOPE DE VEGA #122 CASI ESQ. AV. SAN MARTIN
SANTO DOMINGO, REP. DOMINICANA
TEL.: 809-686-8236 / 809-689-7596 / FAX: 809-686-3336
RNC.: 101662549
ventas@displayinternacional.com /

COTIZACION

Señores:

Cotizacion No. **0009356**

RNC/CED:

Fecha 16/07/2014

Cliente No.

LUZ ESTHER BATISTA

Registrado por: ELY SAVIÑON

Contacto:

Vendedor ELY SAVIÑON

Cantidad	Codigo	Descripcion	Precio	% Desc.	Valor	Itbis
1.00	25	PERCHA METALICA BLUSAS LIN/16-LH	73.50	0.00	73.50	13.23
1.00	PLA00341	PERCHA PLASTICA ROPA INTERIOR 10" - WP25	5.69	0.00	5.69	1.02
2.00	80001	RACK RCS / 1-TUBO REDONDO C/RUEDAS	5,337.50	0.00	10,675.00	1,921.50
2.00	80029	RACK K-29 ESPIRAL	4,593.75	0.00	9,187.50	1,653.75
2.00	70319	JOYAS EXH. ARETES BLANCO 7-ED202	1,227.19	0.00	2,454.38	441.79
3.00	BLA00258	JOYAS CUELLO ALTO BLANCO REF. 7-K028	2,805.25	0.00	8,415.75	1,514.84
1.00	DID00328	VITRINA TORRE MAPLE 20X20X80" CUADRADA	29,531.25	0.00	29,531.25	5,315.63
1.00	DI023M	VITRINA 48X20X38 C/GAVETAS P.C MAPLE	26,031.25	0.00	26,031.25	4,685.63
21.00	MCO00516	MANIQUI MUJER BLANCO BRILLO C/E LGL4-W	10,937.50	0.00	10,937.50	1,968.75

SUBTOTAL: 97,311.82

ITBIS:18.00% VALOR ITBIS: 17,516.14

TOTAL : 114,827.96

118,218.22

Revisado _____ Recibido _____

GRACIAS POR PERMITIRNOS COTIZARLES

corripio
Te hacemos la vida mas cómoda

RNC 1-01-00369-3

Av. John F. Kennedy, Ave.John F. Kennedy Casi Esq. Nunez De Caceres
Santo Domingo, Républica Dominicana

Teléfono: 809-472-4804
Fax: 809-472-7648

Cotización

Fecha: Julio 16 , 2014
Cotizacion No.: 0000056942
Vendedor: 24559 DOMINGO ANTONIO SUAZO CIPION

Cliente: LUZ BATISTA
.
Teléfono: 849-207-3727 Fax:
Email: .

Código	Marca	Descripción	Cantidad	Precio	Descuento	Precio S/Itbis	ITBIS	Sub-Total
AAS-AR12HVSSA	SAMSUNG	AIRE ACONDICIONADO	1	49,994.84	0.00	42,368.51	7,626.33	49,994.84
5 AÑOS DE GARANTIA EN EL COMPRESOR Y 3 EN LA CONSOLA								
AAP-CSPS12NKV	PANASONIC	AIRE ACONDICIONADO	1	47,403.73	0.00	40,172.65	7,231.08	47,403.73
1 AÑO DE GARANTIA EN PIEZAS Y SERVICIOS Y 5 AÑOS EN EL COMRESOR								
					Total		**14,857.41**	**97,398.57**

DOMINGO ANTONIO SUAZO CIPION
VENTAS

NOTA:
1. PRECIOS SUJETO A VARIACION, PRECIOS OFERTA NO APLICA PARA ORDENES DE COMPRAS.
2. TODOS NUESTROS PRECIOS INCLUYEN EL ITBIS
3. VALIDA POR 48 HORAS, TRANSPORTE INCLUIDO

cecomsa

Señor(es) : **GABRIEL RIVAS**
Dirección : SANTO DOMINGO
Teléfono : 809-627-0670
Fax :

Cotización : **0000239443**
Fecha : 16/07/2014

Distinguido(s) Señor(es):
Nuestra empresa se siente complacida en poner a su consideración la siguiente cotización para el estudio y análisis de su parte.

Cant.	Ref.	Descripción	Garantía	Precio Lista	Precio Venta	SubTotal
3	HP572	COMPUTADOR (HO) HP PAVILION SLIMLINE 400-034 PG2020/2.9GHZ/4GB/1TB/DVO/W8 (RFB)	3 Mes(es)	21,000.00	18,900.00	56,700.00
3	MON78	MONITOR FLAT HANNS 15.6" LED WD (163ABB)	1 Año(s)	4,240.00	3,815.00	11,445.00
3	TEC161	TECLADO/MOUSE KLIPX Cordless Freedom (KKW-110) USB	3 Mes(es)	1,005.00	905.00	2,715.00

**** ULTIMA LINEA ****

Descuento :	**7,875.00**
Total Importe :	**60,050.85**
Total Itbis :	**10,809.15**
Total Neto :	**RD$ 70,860.00**

Nota: En la siguiente cotizacion ya esta aplicado descuento de un 10% para pagos en efectevo y/o tarjeta. favor verificar la existencia antes de pasar a facturar.

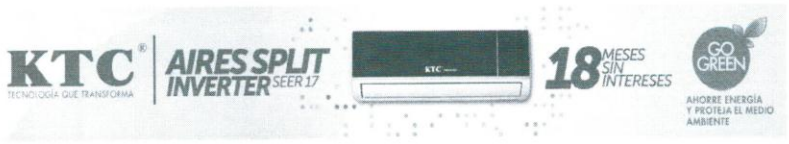
*** PRECIO SUJETO A CAMBIO SIN PREVIO AVISO.**

Esperando que nuestra propuesta sea aceptada y agradeciendo la gentileza de habernos tomado en cuenta.

PREPARADO POR :JOSE S. VARGAS
Tel/Fax: 809-581-5288, Ext.: 9106
Oficina Principal / recepcionequipos@cecomsa.net

CARRETERA LUPERON Km. 1. SANTIAGO. R.D.
RNC: 102316163

TEL:809-581-5288 / FAX:809-581-7073 / FAX-CORP:809-971-9703
info@cecomsa.com / www.cecomsa.com



Impresora HP Officejet Pro 8600 Plus (CM750A)

Imprimir

IMPRESOR (MU) HP Officejet Pro 8600 Plus (CM750A)

Additional Info

Marca:	HP		
Funciones:	Fax-Copiadora-Escaner-Impresora		
Velocidad Impresión:	Hasta 20 ppm		
Memoria:	**Velocidad de Fax:**	**Resolución :**	1200 x 600 ppp
Bandeja de Entrada:	**Conexión:**	Capacidad inalámbrica= SI	
Tamaño Impresión: Hagaki)	A4; A5; A6; B5(JIS); Sobre (DL, C5, C6, Chou #3, Chou #4); Tarjeta (Hagaki, Ofuku		

Name:	Impresora HP Officejet Pro 8600 Plus (CM750A)
Item vvv#:	IMP527
Vendor:	Cecomsa
Manufacturer:	Fabricante
Precio:	$12,950.00

Read **4237** times

Published in Impresoras Multifuncionales

Social sharing

back to top

--
Whitney Taveras
tel: 809-563-3232 x 221
fax: 809-547-3967
email: ventas@dacflex.com
web: www.dacflex.com

---

faustina batista <fluz.batista09@gmail.com> 16 de julio de 2014, 10:48
Para: Whitney Taveras / Ventas DacEasy <ventas@dacflex.com>

Dirección: Calle A edificio 50, Los Rios
Teléfono: 809-560-6757
Actividad Principal de la compañía: Creación de diseño de ropa, accesorios en crochet
Cargo: Diseñadora

Saludos,

El 16 de julio de 2014, 10:45, Whitney Taveras / Ventas DacEasy <ventas@dacflex.com> escribió:
[El texto citado está oculto]

Whitney Taveras / Ventas DacEasy <ventas@dacflex.com> 16 de julio de 2014, 10:55
Para: faustina batista <fluz.batista09@gmail.com>

Saludos,

Gusto en saludarle, la adquisicion de la licencia de Contabilidad corresponde al monto de 445.00USD + Impuesto + Plan Soporte + Entrenamiento.

El 16 de julio de 2014, 10:48, faustina batista <fluz.batista09@gmail.com> escribió:
[El texto citado está oculto]
[El texto citado está oculto]

Brochoure - DacEasy Contabilidad.pdf
325K

Gmail by Google

Flota Libre

Juan Fernandez <Juan_Fernandez@claro.com.do> 15 de julio de 2014, 15:18
Para: "fluz.batista09@gmail.com" <fluz.batista09@gmail.com>

FLOTA LIBRE.

Esta modalidad de flota posee una renta fija por unidad y dispone de minutos ilimitados para que las unidades de flota puedan comunicarse entre sí. En adición, esta modalidad permite contratar paquetes de minutos para realizar llamadas fuera de la flota.

PLAN FLOTA LIBRE 5 UNIDADES

		Precio Minutos Adicionales			
Unidades	Renta	Dentro de Flota	Fuera de Flota en la Red	Competencia	Precio Minuto Larga Distancia (EEUU y Puerto Rico)
5	$ 1250	$ -	$ 2.70	$ 3.40	$ 1.95

PAQUETE DE MINUTOS.

Cant. Mins. Contratados	Renta mensual	Precio/Min
250	$ 500.00	$ 2.00

PLAN DE DATOS BB FULL ILIMITADO RENTA RD$ 995.00

Estos precios no incluyen impuestos.

Siempre a la orden...

Juan Fernandez

Ejecutivo de Cuentas Remoto

Claro

Oficina: 809-220-5720

IP Fax: 809-473-9648

Correo: Juan_Fernandez@claro.com.do

Mi factura ecológica

Regístrate **https://www.claro.com.do/serviciosonline/**

Conoces nuestra oferta de Portabilidad?

Contáctenos al 809-220-1212 para mayor información

Este mensaje puede contener información privilegiada y confidencial. Dicha información es exclusivamente para el uso del individuo o entidad al cual es enviada. Si el lector de este mensaje no es el destinatario del mismo, queda formalmente notificado que cualquier divulgación, distribución, reproducción o copiado de esta comunicación está estrictamente prohibido. Si este es el caso, favor de eliminar el mensaje de su computadora e informar al emisor a través de un mensaje de respuesta. Las opiniones expresadas en este mensaje son propias del autor y no necesariamente coinciden con las de la Compañía Dominicana de Teléfonos.

IV. Productos Personalizados

ENTRETEJIDOS

ENTRETEJIDOS

ENTRETEJIDOS
Handmade
Tel. 809 560-6757 Cel. 809 803-6757
entretejidos.rd@gmail.com
Entretejidos
@Entretejidos

ENTRETEJIDOS

Entretejidos

Entretejidos

Entretejidos

Nada mejor para combatir este calor
Entretejidos

Entretejidos

CUAL PREFIERES?
1
2
Entretejidos

V. Portal Web

La página web es: http://entretejidos.webs.com/