

ANEXO 1

1 RESUMEN EJECUTIVO

1.1 CONCEPTO DEL NEGOCIO



EcoMuebles, creando ambientes, es una empresa colombiana productora y comercializadora de muebles en madera exclusivos.

Nace de la unión de pensamientos de tres amigos emprendedores que quieren satisfacer la necesidad del mercado mobiliario de ofrecer productos versátiles, innovadores y exclusivos con el fin de crear ambientes de acuerdo a las tendencias del momento.

1.2 JUSTIFICACIÓN Y ANTECEDENTES

Debido al descenso en la producción Estadounidense de bienes mobiliarios y al alto interés de los mercados tanto internos como externos por los productos de tipo artesanal, se ha dado lugar a una idea de negocio que incluye estas características y por la cual se sustenta el desarrollo de un plan de negocio completo que incluya entre otros temas, estudio financiero, legal, técnico y de mercado que aseguren la confiabilidad de las inversiones que se pretenden realizar para la ejecución del proyecto.

Uno de los aspectos más relevantes y que se anotan como una fortaleza del sector en apartes anteriores, es la reciente apertura por parte del SENA de nuevos congresos y talleres dedicados exclusivamente a capacitación en el sector mobiliario, todo mediante el Centro Tecnológico del Mobiliario del Sena. Este hecho facilita el reclutamiento de personal capacitado y consolida la aspiración social de la compañía referente al aporte de nuevos empleos a un país carente de estos.

Por otro lado, según Proexport Colombia, en el año 2012 se identificó un interés creciente del mercado mexicano por los muebles con diseños básicos, que podría a mediano plazo, propiciar oportunidades realmente atractivas para los fabricantes de este tipo de bienes. Los intereses mobiliarios de la población dueña de cerca del 56% del ingreso nacional mexicano, son los sofás y muebles con alto grado de diseño.

Recordemos también que hacia febrero de 2014 se finalizó la suscripción del acuerdo de exención arancelaria entre Mexico, Colombia, Chile, Perú y Costa Rica, lo que hace pensar en el aumento de las posibilidades para realizar exportaciones hacia el país Mexicano.

Como conclusión del análisis de este conjunto de datos, constituimos como pretensión final del proyecto, originar de manera formal y sólida una empresa de productos mobiliarios que sea capaz aprovechar las ventajas comerciales que ofrece el recientemente firmado TLC, para generar un crecimiento progresivo dentro de la misma y de esta manera convertirse en una industria macro, fuente de empleo y ejemplo para las demás empresas del sector; todo a partir del producto insignia, "Folder Seat".

Como antecedentes de estudio de viabilidad de proyectos que fueran similares al que aquí se propone, se encontraron tesis de grado que apoyan la creación de empresa en el sector de muebles, enfocados en diversos aspectos, atacando una que otra necesidad del momento, pero ninguna que busque involucrar todo lo que el producto "Folder Seat" ofrece. La ventaja que este proporciona en el mercado se fundamenta en la innovación y en el uso de materiales ecológicos primordialmente, aspectos que no se consideran en otro tipo de idea de negocio ya desarrollada. Sin embargo, a continuación se mostrará un panorama general de los proyectos que se han llevado a cabo en torno a nuevas ideas de negocio en el sector.

- Un Trabajo de Grado de la Universidad de la Salle se enfocó a dar el resultado de una investigación para emplear un plan de negocio para la creación de una empresa productora y comercializadora de muebles en madera en el Barrio San Ignacio de la ciudad de Bogotá, caracterizada por ofrecer productos de excelente calidad e innovadora en sus diseños, que permita satisfacer las necesidades existentes en el mercado, buscando así generar empleo y de igual forma productividad y competitividad en sus procesos. (FONSECA MOLANO & HERRERA BARRIOS, 2007)

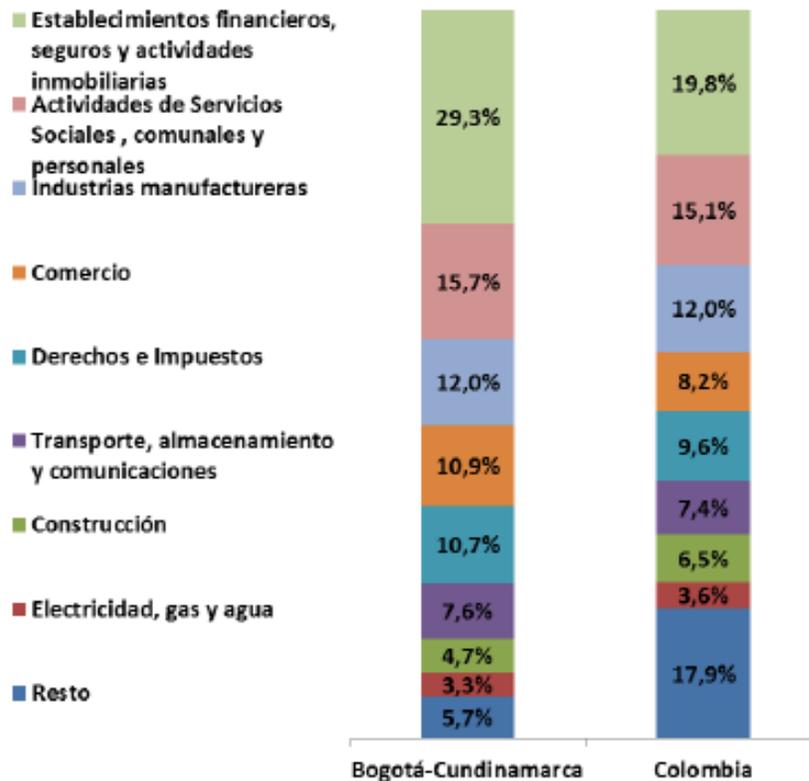
- Un informe realizado por la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Bogotá buscó evaluar las posibilidades que ofrece el mercado colombiano de muebles y artículos de decoración para la industria española, para que de una manera práctica, buscara dar un panorama general de la situación actual del mercado, identificando la composición y características de la oferta tanto doméstica como externa, particularmente de la oferta española, así como información básica sobre el acceso comercial al mercado. El estudio comprende, un breve análisis desde el punto de vista de la demanda, en el que se incluye las tendencias generales de consumo, el perfil del consumidor y la concentración geográfica del mercado. Esto demuestra el interés que presentan otros países, en este caso España, con respecto al sector mobiliario del mercado colombiano. (Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Bogotá, 2005)
- Un Trabajo de Grado de la Pontificia Universidad Javeriana buscó evaluar la factibilidad para la creación de una empresa productora de muebles fabricados a base de guadua angustifolia y la viabilidad de su exportación dirigida a países europeos. Allí se realizó un análisis de balanzas comerciales en Europa para determinar los países apropiados para la exportación de muebles artesanales fabricados a base de guadua, estableciendo los procesos productivos, definiendo los trámites y procedimientos necesarios para realizar un proyecto de exportación en el país, entre otros aspectos. De esta manera se corrobora el interés extranjero por el mercado mobiliario colombiano. (MANTILLA ZAPATA & OLAYA BUSTOS, 2004)
- Un Trabajo de Grado de la Pontificia Universidad Javeriana identificó las oportunidades que se ofrecen a los empresarios bogotanos fabricantes de muebles de madera con respecto a las exportaciones de sus productos hacia Estados Unidos, visualizando aquellos con posibilidades de acogida en el mercado estadounidense y de esta manera buscar las empresas con oportunidades de negociación dadas las características de sus productos y aprovechando a la vez todo su potencial con tal de contribuir al desarrollo económico del país. Esta investigación ofrece una base importante en el proyecto a desarrollar ya que muestra las oportunidades de incursionar en el mercado extranjero. (LEMUS ÁVILA, 2008)

1.3 ESTADO ACTUAL DEL NEGOCIO

Se considera a la fabricación de muebles como Industria manufacturera puesto que se transforma la materia prima en diferentes artículos para el consumo, por esto se inicia con un análisis al comportamiento de la Manufactura Colombiana y posteriormente se estudia específicamente lo que concierne al sector mobiliario en Colombia.

En Colombia la industria manufacturera es uno de los sectores que más aporta al PIB Colombiano representando el 12%.

Ilustración 1 Estructura PIB por sectores



Fuente: DANE – Cuentas Nacionales Departamentales, octubre de 2012

Fecha de actualización: 23 de enero de 2014

Las proyecciones presentadas por organismos multilaterales y de instituciones privadas, estiman que las economías de la región latinoamericana continuarán con la dinámica observada en los últimos años, excluyendo a Venezuela cuyos pronósticos son alrededor del 1%, por debajo del alcanzado en 2012. Las proyecciones para el 2014 muestran un mejoramiento en el crecimiento de América Latina ubicándolo en 3,9%.

Tabla 1 Pronóstico de crecimiento de las economías de la región.

PAÍSES	2012	2013 e			2014 p	
		FMI	CEPAL	Consensus Forecast	FMI	Consensus Forecast
Argentina	1,9	2,8	3,5	2,8	3,5	2,4
Brasil	0,9	3,0	3,0	3,1	4,0	3,7
Chile	5,5	4,9	5,0	5,0	4,6	4,8
Colombia	4,0	4,1	4,5	4,0	4,5	4,7
Costa Rica	5,0	4,2	3,5	4,0	4,4	4,6
Ecuador	5,0	4,4	3,5	3,8	3,9	4,1
México	3,9	3,4	3,5	3,5	3,4	3,9
Perú	6,3	6,3	6,0	6,1	6,1	6,2
Venezuela	5,5	0,1	2,0	1,3	2,3	2,4
Latinoamerica y el Caribe	3,0	3,4	3,5	3,4	3,9	3,8

Fuente: FMI (Abril – 2013) – CEPAL (Abril – 2013) – Latin American Consensus Forecast (Marzo - 2013)

Teniendo en cuenta que para el 2014 Colombia se proyecta como una de las economías con un alto crecimiento en la región junto con Perú y Chile, estimando sus crecimientos para este año cercanos a 6,1%, 4,6% y 4,5% respectivamente (MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO, 2013) y a que gracias a los acuerdos comerciales que ha suscrito Colombia y a su posición geográfica, el país se ha convertido en un centro de producción, distribución y hub de exportaciones para mercados internacionales, se presenta una gran oportunidad para que la industria manufacturera siga dando grandes aportes al PIB nacional.

Desde el punto de vista actual, el hogar se ha convertido en un elemento clave para los consumidores, dejando de lado la idea de que este y sus complementos son un mercado de segunda necesidad, para comenzar a considerarlos como un conjunto de piezas clave en la vida cotidiana, lo cual lo convierte automáticamente en objetivo de un mercado que persigue mejorar el modo de vida.

El reposicionamiento de este tipo de productos se vio manifestado en la importancia que ahora se otorga a algunos factores como el confort, la seguridad, la salud, la personalización y el impacto medio ambiental.

La reciente crisis internacional y la recesión económica ha sido divisada desde algunas personas como una oportunidad para dejar de lado los excesos y retomar un estilo de vida más simple; a partir de esto la sociedad ha adoptado una conciencia de racionalidad y ahorro con lo cual se espera equilibrar la relación entre ingresos y gastos por hogar.

La simplicidad de las cosas, es un estilo que se está imponiendo nuevamente y que en el largo plazo seguirá desarrollándose con naturalidad, ya que el mercado se encuentra saturado de una gran cantidad de productos intentando penetrar con productos cada vez más complejos, todo adherido al cambio socio cultural que afronta el mundo

Según tres de los más populares observatorios para las tendencias en muebles, se converge en la idea de que deben poseer un carácter ecológico y sostenible con líneas básicas y prácticas.

1.4 VENTAJAS COMPETITIVAS

En el marco de una sociedad cambiante e interesada en nuevas experiencias, se abren las puertas para nuevas, atrevidas y atractivas propuestas que permitan cumplir con todas aquellas expectativas que se desarrollan alrededor de la palabra “innovación”; por eso, en productos tan personales como lo son los muebles del hogar, se considera que uno de los aspectos determinantes para el público es la exclusividad.

“*Folder Seat*” surge a partir de un análisis exhaustivo del sector fabricante de muebles, por el cual se concluye que no existe en el mercado Colombiano, un producto con las características que ofrece nuestra idea y que además brinde la sensación de sentirse exclusivo.

A continuación realizaremos un análisis preliminar de algunos aspectos referentes al mercado de fabricación de muebles en Bogotá:

DOFA	Fortalezas	Debilidades
		<ul style="list-style-type: none"> * El servicio al cliente es bueno. (Preventa-Venta-Postventa) * Innovación en diseño. * Materiales más económicos y ecológicos. * Calidad y garantía en los Productos ofrecidos. * Proceso productivo sencillo. * Personal cercano a la organización con años de experiencia en el sector.
Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO
<ul style="list-style-type: none"> * Mercado laboral atractivo debido a la amplia oferta de programas técnicos y tecnológicos ofrecidos por el SENA. * La depresión en el sector de muebles americano facilita la exportación de los productos hacia ese mercado. * Apoyo de parte del gobierno a través del PTP, al pertenecer al sector de muebles, el cual es considerado como uno con alto potencial de crecimiento. * Ampliar mercado hacia clientes grandes: empresas, arquitectos, decoradores. * TLC * Tendencias actuales a que los productos sean innovadores con el fin de crear sus propios espacios y a la vez amigables con el ambiente. 	<ul style="list-style-type: none"> * Aprovechar los beneficios que otorga el PTP para exportar hacia EUA más fácilmente. * Utilizar a favor de la compañía el hecho de usar productos ecológicos para atraer la atención de clientes grandes. * Trabajo en conjunto del Personal experimentado cercano con el personal recién egresado del SENA para facilitar el aprendizaje de los procesos. * Sacar provecho del TLC y de la innovación de nuestro producto para incursionar en mercados extranjeros. 	<ul style="list-style-type: none"> * Aprovechar el TLC para adquirir tecnología más eficiente y a menor costo para reducir el nivel de desperdicios y accidentes sin dejar de lado la calidad. * Usufructuar el mercado laboral capacitado para formalizar el sector. * Aunque la competencia cuenta con experiencia en el mercado, se puede aprovechar el concepto de producto ecológico para capturar la demanda que ellos no han satisfecho. * Reducir el impacto de no contar con un gran portafolio, ofreciendo un producto innovador de acuerdo a las tendencias actuales con el que no cuente la competencia.

Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA
<p>*El sector al que pertenece se caracteriza por ser uno de competencia monopolística en el que hay Muchos productores buscando su control sobre el mercado.</p> <p>* Competir en el mercado nacional con países exportadores mundiales de muebles y acabados arquitectónicos (España, China y Chile).</p> <p>*Productos sustitutos de la madera como el plástico y el metal.</p> <p>*Mal Estado de las vías para distribución logística</p> <p>*Desconfianza de los clientes por las materias primas debido al desconocimiento de las mismas.</p>	<p>*Para combatir la desconfianza por los materiales, se ofrece el servicio Postventa para dar garantías de la calidad del producto.</p> <p>*Reducir efectos de la mala infraestructura logística, en términos de tiempo de entrega, aprovechando la facilidad del proceso.</p> <p>*Aunque usualmente se prefieren productos importados, se debe aprovechar la condición ecológica con la que no cuentan los materiales de afuera.</p> <p>*La innovación abre caminos para capturar nuevos clientes, por lo que esto reduce el impacto de la competencia monopolística.</p>	<p>*Llevar el producto a ferias de muebles para promocionar y darlo a conocer generando la confianza con respecto a la calidad de los materiales y del producto.</p> <p>*Utilizar a favor la experiencia del personal que tiene relación con el proyecto para utilizar sus ideas a fin de reducir la desventaja que se tiene en cuanto a la experiencia de la competencia.</p> <p>*La amenaza de los productos sustitutos se minimizan utilizando materiales amigables con el ambiente.</p> <p>*Al ser una PYME no cuenta con una gran capacidad instalada como probablemente la competencia tiene, por lo que es de vital importancia tener un control sobre el portafolio de clientes, lograr una fidelización mediante buen servicio y calidad.</p> <p>*Tener un control del mantenimiento de maquinaria para garantizar su buen funcionamiento y reducir el nivel de desperdicios.</p>

Fuente: Autores

1.5 CLIENTES POTENCIALES

Al analizar el mercado actual y potencial de los muebles, se halló la oportunidad de desarrollar un producto dirigido a las mujeres y a los hombres, mayores de 25 años y menores de 45 años, pertenecientes a los estratos 4 y 5 de la ciudad de Bogotá.

Con el fin de disminuir la complejidad de todo el proceso desde su producción hasta su venta, se ha decidido contactar una empresa intermediaria quien distribuirá el producto al punto de venta, a precios competitivos.

1.6 INVERSIONES REQUERIDAS

A continuación se especificarán los materiales que intervienen en la producción del producto, junto con su descripción en aspectos como el precio, el fabricante, entre otros. Adicionalmente se enlistará la maquinaria y herramienta que se emplea, dando a conocer en un principio los costos de cada una de ellas. En otro capítulo del proyecto, se explicará en detalle esta información.

Tabla 2 Lista de materiales *Folder Seat*

<u>LISTA DE MATERIALES- SILLA <i>FOLDER SEAT</i></u>				
Nombre del Artículo	Unidad de Medida	Definición	Costo Unitario	Nombre del Fabricante
Madera sintética	Lámina (cm)	Comprado	47.000 COP/lámina	RIORION S.A.
	Madero (cm)	Comprado	7.800 COP/madero	RIORION S.A.
Neogreene	Rollo	Comprado	29.000 COP/rollo	GreenSmart
Tubo metálico	m	Comprado	12.000 COP/m	Q.M.A. S.A.
Colbón	kg	Comprado	11.200 COP/kg	Carpincol
Puntilla	Lb	Comprado	2.500 COP/Lb	Caballo
Tintilla	Gal	Comprado	101.000 COP/gal	Pintuco
Sellador catalizado	Gal	Comprado	40.800 COP/gal	Pintuco

Laca catalizada	Gal	Comprado	41.500 COP/gal	Pintuco
Lija	Pliego	Comprado	1.000 COP/pliego	3M
Agua	L	Servicio	-	-

Fuente: Autores.

Tabla 3 Lista de máquinas/herramientas

<u>MÁQUINA/ HERRAMIENTA</u>	<u>COSTO</u>	<u>MÁQUINA/ HERRAMIENTA</u>	<u>COSTO</u>
Cepillo manual	\$ 30.000	Compresor	\$609.900
Sierra circular	\$ 500.000	Martillo	\$35.000
Sierra de cinta o sinfín	\$ 480.000	Formón	\$ 24.500
Trompo	\$ 3.100.000	Segueta	\$ 34.200
Lijadora de banda	\$ 122.500	Sierra caladora	\$ 119.900
Taladro	\$ 169.900	Cepillo de carpintería	\$ 3.250.000
Pistola de pintura eléctrica	\$ 196.200	Troqueladora	\$ 700.000
Ruteadora	\$ 299.000	Máquina de coser	\$ 1.100.000
Planeadora	\$ 2.800.000	Trompo	\$ 2.700.000

Fuente: Autores.