

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ACCESORIOS PARA DAMA – SANTA VIOLETA ACCESORIOS S.A.S

Carolina Suarez Marin
Nelcy Katherine Uribe Mora
Tecnólogos en Gestión Empresarial
Tecnológica FITEC
casuma51280@yahoo.es
nelcyka@hotmail.com
Colombia

RESUMEN. En este proyecto se plantea el estudio de factibilidad para la creación de un taller y comercialización de accesorios para dama. Teniendo como mercado meta mujeres de 14 a 54 años residentes de Bucaramanga y el área metropolitana.

En el mismo se realiza un estudio de mercados el cual está el producto y todos los participantes de esta industria, también mencionamos los diferentes procesos de producción, insumos, personal administrativo, materia prima y equipos necesarios para la puesta en marcha del taller.

Para demostrar que este proyecto es factible económicamente fue necesario hacer un análisis financiero teniendo en cuenta los gastos e ingresos que la empresa pueda generar enfrentándolo con los costos de producción.

Como resultado al finalizar todo este proceso se obtuvo un valor neto positivo lo que nos dice que el estudio de factibilidad es viable.

Palabras claves: *accesorios para dama, viabilidad, plan de negocios.*

ABSTRACT. This project proposes a feasibility study for the creation of a marketing workshop and accessories for women. Having as target market women from 14 to 54 living in Bucaramanga and in the metropolitan area.

At the same time performed a market study which is our product and all the participants in this industry also indicate the different production processes, which belong to this industry: inputs, administrative personnel, raw materials and equipment necessary for the implementation of a workshop.

To demonstrate that this project is economically feasible was necessary to make a financial analysis taking into account the expenses and revenues that the company can generate confronting it with the costs of production.

Keywords: women's accessories, feasibility, business plan.

1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se realizó además de proyecto de grado y proyecto personal, también con la necesidad de evaluar y saber si es o no factible la implementación de una empresa comercializadora y productora de accesorios de joyería artesanal para mujer. Este plan de negocio tiene como objetivo describir los pasos para el diseño, inversión, creación y evaluación de Santa Violeta Accesorios, además de encontrar la rentabilidad, viabilidad y sostenibilidad de empresa con estrategias realizadas con los estudios y cálculos necesarios.

Bucaramanga y su área Metropolitana, por ser una ciudad intermedia, cuenta con una gran riqueza cultural y a la vez está muy relacionada con el mundo de la moda. Por eso Santa Violeta Accesorios propone artículos de belleza para la mujer elaborados con fibras naturales, elementos que no dañan el medio ambiente y también accesorios de bisutería con diferentes materiales, para mujeres estudiantes, oficinistas, ejecutivas que están entre los 14 a los 54 años de edad, de los estratos 2 al 4; durante el trabajo se muestra fase a fase el proceso que se elabora para saber si el proyecto es factible o no. Inicialmente se elabora el estudio de mercados que arroja ser positivo para entrar al mercado y ser acogido por el nicho, se hicieron inmediatamente las estrategias de comercialización, precios y ubicación para el sostenerse en dicho mercado, mirando siempre la satisfacción de la necesidad del cliente y aprovecha la oportunidad que da el mercado por la falta de innovación y servicio de atención.

Posterior a ello se hizo el estudio técnico para saber si se contaba con la capacidad y el espacio para producir y satisfacer la demanda detectada, estableciendo que la demanda a satisfacer inicialmente será el 0,25% del mercado objetivo, para la producción se encargara una sola persona ya que mensualmente se debe fabricar 360 accesorio entre los cuales serán: collares,

pulseras y aretes; se cuenta con un planta física y maquinaria para producir la cantidad requerida y se establecen normas con el personal y funciones a desempeñar; estableciendo unos costos de producción, maquinaria y elementos de trabajo, además se hace la distribución de la planta y áreas de la empresa, estableciendo unas políticas de calidad para asegurar un mejor funcionamiento.

Por último se hace estudio financiero donde se detalla paso a paso el cálculo de costos, gastos e ingresos en que va a incurrir la empresa para su buen funcionamiento, asegurando a sus accionistas una pequeña utilidad trabajando con capital propio. Se hace énfasis en los indicadores financieros que arrojaron que la empresa es rentable y líquida.

2. METODOLOGÍA PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO

La investigación es Descriptiva: Esta investigación tiene como objetivo principal es de describir las características de la población o fenómeno que se estudia. Ella se encarga de estudiar al consumidor tratando de que responda a preguntas como: ¿Qué?, ¿Cómo?, ¿Dónde?, ¿Por qué?, ¿Cuándo?, etc. Este estudio permite al investigador tener una noción mucho más clara de las necesidades, gustos, etc., de sus posibles consumidores.

2.1 Planteamiento de la idea del proyecto.

La idea se concibe para evaluar la factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de accesorios de bisutería para dama, que tendrá como característica los estilos propios, donde el mismo cliente los podrá escoger o hacer por medio de una página web, dando estilo y originalidad a la mujer al momento de complementar sus prendas de vestir.

2.2 Marco espacial

El proyecto se llevará a cabo en la ciudad de Bucaramanga. El punto de fabricación estará

ubicado en la Calle 58A # 42W-60 del barrio Estoraques.

2.3 Marco temporal

El periodo de ejecución del estudio de factibilidad para una empresa productora y comercializadora de accesorios para dama es de enero 2010 al enero 2012 y con miras a llevar a la realidad en enero 2014

2.4 Marco legal

En Colombia la bisutería está protegida por el Ministerio de Cultura por manejar la parte artesanal, así lo dispone la constitución de 1991 donde se reconoce y protege la diversidad étnica y cultural de la Nación Colombiana, se promueve el derecho a la identidad de los diversos pueblos que habitan en el país y disfrute del conocimiento del participante; el arte, la ciencia, la tecnología, demás bienes y valores de la cultura nacional, promoviendo la intervención del Estado en la actividad económica privada, considerando el interés social y las exigencias del patrimonio cultural del Estado.

La ley 397 de 1997¹ ley General de la Cultura junto con la constitución de 1991 son los pilares de la acción cultural del país; la constitución reconoce la dimensión del desarrollo, el derecho fundamental y al país como una nación multiétnico y pluricultural y la ley general de la cultura expresa la responsabilidad del estado, los ámbitos de la cultura y aparece las ONG para apoyar el crecimiento de la cultura. Un ejemplo de apoyo, aunque no es en su totalidad es lo que hace la casa de cultura del municipio San Juan de Girón, donde al artesano se le organizan ferias empresariales donde puedan mostrar su diseños y pueda establecer conexiones comerciales para establecer ventas e incrementar el mercado. Santa Violeta accesorios va utilizar materias primas naturales, no hará ningún daño al medio ambiente y ecológico puesto que se utilizaran semillas muertas, es decir desecho de la misma naturaleza; el objetivo es

1

reutilizar y conservar el ecosistema del entorno.

3. RESULTADOS

- Al realizar el estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de accesorios para mujer se observa que si es viable la implementación de la empresa la razón cuenta con un gran número de posibles clientes en Bucaramanga y el área Metropolitana.
- Este producto es muy asequible frente al mercado debido a que los precios son módicos y los productos son variantes y exclusivos. Al realizar una evaluación de la parte financiera se observa una buena rentabilidad del 66% sobre el patrimonio es decir Santa Violeta Accesorios es una buena inversión para los futuros socios.
- El estudio de mercados nos arroja que es un mercado muy atractivo y competitivo, pero con las estrategias planteadas es posible estar en el combate dando al cliente satisfacción en su necesidad requerida.
- El mercado arroja una oportunidad de poder entrar en el mundo de la bisutería por medio de la innovación y servicio al cliente, manejando para ello pagina web y visitas domiciliarias como estrategia.
- Los clientes adquieren el producto en promedio cada dos meses y lo hacen por motivo personal, preferencialmente aretes de plata, de estilo casual y comprados en los centros comerciales. Para ellas es muy importante la exclusividad, y para ello destinan un presupuesto de \$21.000 a \$30.000 para cada compra. Son mujeres pertenecientes a estratos socioeconómicos 2, 3 y 4 y tienen ingresos promedio superior o igual a \$800.000.
- tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad.”, facilidad al momento de su creación ya que se maneja solo por medio de un contrato privado, no maneja tiempo de duración lo cual es un medio para reducir gastos en estar haciendo reformas estatutarias, son algunas de las razones por las cuales se inclino por este tipo de sociedad.
- El estudio administrativo refleja que la constitución de la empresa se puede hacer de forma legal dando al empleado calidad laboral reconociendo su trabajo y que se puede llegar hacer una compañía bien organizada con visión futurista.
- La planta física puede atender la demanda proyectada, dando excelente uso de las herramientas y el tiempo del joyero.
- La empresa puede funcionar con dos personas trabajando en ella, una como joyero y otra como administrador, para el funcionamiento del ente económico, ya que la habilidad del personal debe ser pieza clave.
- El estudio financiera arroja que el proyecto es factible y que si se hacen realidad las ventas proyectadas esta en proceso de crecimiento de la compañía y se debe ir pensando en nuevas inversiones, pero se debe tener claro que por la razón social de la empresa no se pueden negociar acciones ni tener negocios en bolsa, así que inicialmente se debe hacer inversiones internas en la empresa buscando crecimiento en tecnología y mercado para en un futuro cambiar razón social y poder negociar todo el movimiento de efectivo que muestra el flujo de efectivo, para ayudar al crecimiento del patrimonio de los acciones y el PIB del país, ayudado también al crecimiento económico de la nación y oportunidades de empleo digno para la comunidad, dando así ayudas a familias y a los jóvenes con

oportunidad de estudio por medio de dejar hacer prácticas en la compañía.

- En conclusión se debe trabajar para dar inicio a esta compañía que requiere trabajo y dedicación y sobre todo un buen manejo de las finanzas.

4. REFERENCIAS

- Centro desarrollo productivo de joyería (C.D.P.), de la ciudad de Bucaramanga, ubicado en la Universidad Cooperativa de Colombia.
- Ministerio de Educación Nacional Republica de Colombia. Colombia Aprende. Recuperado de <http://colombiaprende.edu.co>
- Etimologías. Etimología de Bisutería. País de Chile. Recuperado de <http://etimologias.dechile.net/?bisuteria.a>
- La joya de la bisutería B.A. Recuperado de <http://salmarajimdo.com/historia-de-la-joyeria/>
- Historia de la joyería. Recupero de <http://eloart.com/es/mundo-historia/joyas-con-historia/historia-de-la-evolucion-de-la-joyeria>
<http://dejoyas.com/joyeria-de-la-edad-media.php>
<http://elrincondemisalhajas.blogspot.com/2011/11/bisuteriasubisuteria.html>
http://bisuteria.pro/index.php?route=information&information_d=3
- <http://www.actualicese.com/normatividad/2008/12/05/ley-1258-de-05-12-2008/>
- Ley 397 de 1997. Ministerio de Cultura de Colombia. Acompañado de la Constitución Política de 1991 colombiana. Marco legal de la Bisutería recuperado de <http://museonacional.gov.co/inbox/files/docs/leygraldecultura.doc>
- Cámara de comercio de Bucaramanga
- Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE). Colombia estadísticas 2011. Recuperado de <http://dane.gov.co>
- Información de la competencia legal e informal se obtuvo atreves de visitar clientes de estas empresas y el haber comprado alguna vez en ella.