

FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y  
COMERCIALIZADORA DE BISUTERIA ARTESANAL EN SEMILLAS, EN EL  
MUNICIPIO DE BARBOSA SANTANDER

LUZ STELLA AGUILERA ARIZA  
ELIZABETH MOSQUERA SUAREZ

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA  
GESTION EMPRESARIAL  
BARBOSA  
2011

FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y  
COMERCIALIZADORA DE BISUTERIA ARTESANAL EN SEMILLAS, EN EL  
MUNICIPIO DE BARBOSA SANTANDER

LUZ STELLA AGUILERA ARIZA  
ELIZABETH MOSQUERA SUAREZ

Proyecto de Grado como requisito para optar el título de:  
Profesional en Gestión Empresarial

Director:  
GUILLERMO LEON CASTILLO ESTEVEZ

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA  
GESTION EMPRESARIAL  
BARBOSA  
2011

## **DEDICATORIA**

A Dios por la sabiduría que nos ha dado en la elaboración de este proyecto, por su presencia en nuestras vidas y en cada paso de nuestra formación académica.

A nuestras familias, quienes motivan cada momento de nuestra vida, por su apoyo incondicional en este proceso de formación.

A los docentes de la universidad Industrial de Santander sede Barbosa por sus orientaciones, en especial al profesor GUILLERMO LEÓN CASTILLO por su valiosa asesoría.

## **AGRADECIMIENTOS**

A la Universidad Industrial de Santander por brindarnos un espacio propicio para nuestra formación como futuras Profesionales en Gestión Empresarial.

Al doctor Guillermo León Castillo Estévez director de nuestro proyecto por sus invaluable aportes los cuales fueron significativos en la elaboración de nuestra tesis.

## CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	24
1. GENERALIDADES	25
2. ESTUDIO DE MERCADOS	58
2.1 OBJETIVOS	58
2.1.1 General	58
2.1.2 Específicos	59
2.2 DESCRIPCION DEL PRODUCTO Y SERVICIO	59
2.2.1 Definición, información, usos y especificaciones del producto/servicio	59
2.2.2 Productos sustitutos	59
2.2.3 Productos Complementarios	59
2.2.4 Atributos diferenciadores del producto y servicio con respecto a la competencia	62
2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	62
2.3.1 Mercado potencial	62
2.3.2 Mercado objetivo	62
2.4. LA DEMANDA	63
2.4.1 Investigación de mercados	63
2.4.2 Tabulación, presentación y análisis de resultados	67
2.4.3 Cálculo de la demanda	94
2.4.4 Proyección de la demanda actual	96
2.4.5 Demanda estimada	97
2.5 LA OFERTA	99
2.5.1 Necesidades de información	99
2.5.2 Ficha Técnica de la oferta	100
2.5.3 Tabulación y presentación de resultados de la oferta	101
2.5.5 Proyección de la oferta	111

2.6 RELACION ENTRE DEMANDA Y OFERTA	112
2.7 CANALES DE DISTRIBUCION	113
2.7.1 Estructura de los canales actuales	113
2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales	113
2.7.3 Selección de los canales de comercialización	114
2.8 PRECIO	117
2.8.1 Análisis de precios	117
2.8.2 Estrategias de fijación de precios.	117
2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCION	117
2.9.1 Objetivos	117
2.9.2. Logotipo	118
2.9.3 Lema	118
2.9.4 Análisis de medios	119
2.9.5. Selección de medios	119
2.9.6 Estrategias publicitarias	120
2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción	121
2.9.7.1 Presupuesto de lanzamiento	121
2.9.7.2 Presupuesto de Operación	121
2.10 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO	122
3. ESTUDIO TÉCNICO	124
3.1. TAMAÑO DEL PROYECTO	124
3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto.	124
3.1.2 Factores que determinan el tamaño de un proyecto	125
3.1.3 Cobertura del proyecto	125
3.1.3.1 Capacidad total diseñada	127
3.1.3.2 Capacidad instalada	128
3.1.3.3 Capacidad utilizada y proyectada.	130
3.2 LOCALIZACION	131
3.2.1 Macro localización (Geográfica)	131
3.2.2 Microlocalización	133
3.3 INGENIERIA DEL PROYECTO	137
3.3.1 Ficha técnica del producto	137
3.3.2 Descripción técnica del proceso	141

3.3.3 Diagrama de operación, proceso y procedimiento	145
3.3.4 Control de calidad	153
3.3.5 Recursos	154
3.3.5.1. Recurso humano	154
3.3.5.2. Recurso físico (equipos, máquinas, mantenimiento)	155
3.3.5.3. Recurso de insumos	162
3.3.6 Estudio de proveedores	165
3.3.7 Distribución de planta.	166
3.3.8 Logística de Distribución	170
3.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO.	170
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL	172
4.1. FORMA DE CONSTITUCION	172
4.2 CONSTITUCION DE LA EMPRESA	176
4.2.1 Visión	176
4.2.2 Misión	176
4.2.3. Objetivos organizacionales	176
4.2.4. Políticas de personal, compras y ventas	177
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	178
4.3.1 Organigrama	178
4.3.2 Descripción de cargos.	179
5. ESTUDIO FINANCIERO Y EVALUACIÓN FINANCIERA	195
5.1. INVERSIÓN	195
5.1.1 Inversión fija	195
5.1.1.1 Maquinaria y equipos	195
5.1.1.2 Muebles y enseres área operativa	196
5.1.1.3 Equipo de oficina Área administrativa	197
5.1.1.4 Equipo de cómputo y comunicación	197
5.1.1.5 Muebles y enseres área bienestar	198
5.1.1.6 Herramientas	199
5.1.1.7 Elementos de Seguridad Industrial	199
5.1.1.8 Total de Inversión fija	201
5.1.2 Inversión en activos diferidos	203

5.1.3 Inversión de capital de trabajo	203
5.1.3.1 Costos de producción	203
5.1.3.1.1 Materia prima.	203
5.1.3.1.2 Mano de obra directa	207
5.1.3.1.3 Costos indirectos de fabricación CIF	207
5.1.3.1.4 Total costos de producción	212
5.1.3.2 Gastos de administración y ventas	212
5.1.3.3 Total capital de Trabajo	216
5.1.4 Inversión total	216
5.1.5 Fuentes de financiación	217
5.2 COSTOS	219
5.2.1 Costos fijos	219
5.2.2 Costos y gastos variables	220
5.2.3 Costo Total Unitario	221
5.2.4 Precio de venta	223
5.3. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS	223
5.3.1 Egresos proyectados	223
5.3.2 Ingresos proyectados	225
5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO	226
5.5 FLUJO DE CAJA PROYECTADO	231
5.6 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	232
5.7. BALANCE GENERAL (PRIMER AÑO)	233
6. EVALUACION DEL PROYECTO	234
6.1. IMPACTO SOCIAL	234
6.2 IMPACTO AMBIENTAL	234
6.3 EVALUACION FINANCIERA	239
6.3.1 Valor presente neto	239
6.3.2. Tasa interna de retorno (TIR) con financiamiento	239
6.3.3. Período de recuperación	240
6.3.4. Análisis de las razones financieras	240
CONCLUSIONES	243
RECOMENDACIONES	244

BIBLIOGRAFIA	245
INFOGRAFÍA	246
ANEXOS	247

## LISTA DE CUADROS

	Pag.
Cuadro 1. Composición del empleo por actividad económica	44
Cuadro 2. Tipos de semillas empleadas en la elaboración de los accesorios.	60
Cuadro 3. Ficha técnica de la investigación de mercados	63
Cuadro 4. Calculo del tamaño de la muestra por edades.	65
Cuadro 5. Distribución de la población	66
Cuadro 6. Nivel educativo de las mujeres encuestadas	66
Cuadro 7. Nivel de ingresos de mujeres encuestadas	67
Cuadro 8. Aceptación de bisutería y/o accesorios	68
Cuadro 9. ¿Tiene alguna marca especial de bisutería?	68
Cuadro 10. Material en que se prefiere la bisutería	69
Cuadro 11. ¿Conoce el tipo de semillas?	70
Cuadro 12. Forma preferida para las piedras o cuentas de la bisutería	71
Cuadro 13. Clase de bisutería	72
Cuadro 14. Lugar de compra de la bisutería	73
Cuadro 15. Frecuencia de compra	74
Cuadro 16. Cantidad de mujeres que compran y no compran cada tipo de accesorio	75
Cuadro 17. Participación por producto según el número de mujeres que compran	76
Cuadro 18. Promedio de cantidades por tipo de producto	77
Cuadro 19. Precios promedio por tipo de producto	78
Cuadro 20. Inconvenientes en la compra de bisutería	79
Cuadro 21. Aceptación de compra futura de bisutería y accesorios elaborados en semillas y fibras naturales de la región	80
Cuadro 22. Número de mujeres que comprarían cada tipo de accesorio	81
Cuadro 23. Participación por producto según el número de mujeres que compran	82
Cuadro 24. Precios promedio por tipo de producto	83

Cuadro 25. Relación diseño - precio – color de los collares	84
Cuadro 26. Aceptación diseño de collares, según diseño.	85
Cuadro 27. Relación diseño - precio – color de las pulseras	86
Cuadro 28. Valoración positiva de los diseños de pulseras	87
Cuadro 29. Relación diseño - precio – color de los aretes	88
Cuadro 30. Diseños de aretes que compraría	89
Cuadro 31. Compraría camándulas	90
Cuadro 32. Compraría denarios	90
Cuadro 33. Promedio de cantidades por tipo de producto	91
Cuadro 34. Características que tiene en cuenta para adquirir bisutería y accesorios	92
Cuadro 35. Colores preferidos para la bisutería	93
Cuadro 36. Demanda total actual	94
Cuadro 37. Cantidad promedio por tipo de producto por mujer	94
Cuadro 38. Cantidad demandada ACTUAL anual por tipo de producto	95
Cuadro 39. Proyección de la demanda	96
Cuadro 40. Demanda estimada	97
Cuadro 41. Oferta	98
Cuadro 42. Ficha Técnica de la oferta	99
Cuadro 43. Artículos de bisutería vendidos en el establecimiento	100
Cuadro 44. Cantidades de venta mensual por docenas	101
Cuadro 45. Cantidad de ventas por unidad de producto	102
Cuadro 46. Precio promedio y precios ponderados por producto	103
Cuadro 47. Material solicitado por los compradores para la venta de bisutería	104
Cuadro 48. Factores para escoger proveedor.	105
Cuadro 49. Forma de pago de los clientes	107
Cuadro 50. Tiempo de pago	107
Cuadro 51. Margen de utilidad	108
Cuadro 52. Incremento en ventas	109
Cuadro 53. Numero de almacenes donde se prefiere bisutería en semillas	110
Cuadro 54. Cantidad promedio por tipo de producto por almacén	110
Cuadro 55. Cantidad	111

Cuadro 56. Proyección de la oferta	112
Cuadro 57. Relación entre demanda y oferta	113
Cuadro 58. Análisis de precios	116
Cuadro 59. Presupuesto de lanzamiento	121
Cuadro 60. Presupuesto de operación	121
Cuadro 61. Presupuesto total para estrategias de promoción	122
Cuadro 62. Porcentaje de preferencia de acuerdo al tipo de artículo	125
Cuadro 63. Tiempo requerido en minutos por artículo según la capacidad total diseñada	128
Cuadro 64. Capacidad total instalada para cada artículo	129
Cuadro 65. Tiempo requerido en minutos por artículo según la capacidad total instalada	130
Cuadro 66. Capacidad utilizada y proyectada.	130
Cuadro 67. Proyección crecimiento de la producción anual.	131
Cuadro 68. Selección y definición de factores que determinan la ubicación de la empresa	134
Cuadro 69. Ponderación y puntuación de factores	135
Cuadro 70. Determinación de la ubicación	136
Cuadro 71. Diseños de camándulas	137
Cuadro 72. Diseño de denario	138
Cuadro 73. Diseños de collares	138
Cuadro 74. Diseños de pulseras	139
Cuadro 75. Diseños de aretes	140
Cuadro 76. Descripción técnica del proceso, según número de actividades para su elaboración.	144
Cuadro 77. Diagrama de flujo de proceso para collares y resumen	151
Cuadro 78. Recurso humano	154
Cuadro 79. Recurso físico.	155
Cuadro 80. Muebles y enseres del área operativa	157
Cuadro 81. Herramientas	157
Cuadro 82. Equipos de oficina área administrativa	158
Cuadro 83. Equipo de cómputo y comunicaciones	158
Cuadro 84. Muebles y enseres área de bienestar	158
Cuadro 85. Elementos de seguridad	159

Cuadro 86. Papelería	159
Cuadro 87. Punto de Venta	160
Cuadro 88. Equipos de oficina	160
Cuadro 89. Elementos de seguridad	161
Cuadro 90. Papelería	161
Cuadro 91. Insumos	162
Cuadro 92. Insumos por tipo de producto	163
Cuadro 93. Estudio de proveedores	165
Cuadro 94. Dimensiones de la empresa por área	166
Cuadro 95. Descripción de cargos (gerente)	170
Cuadro 96. Descripción de cargos (secretaria)	181
Cuadro 97. Descripción de cargos (ejecutivo de ventas)	183
Cuadro 98. Descripción de cargos (Jefe de operarios)	185
Cuadro 99. Descripción de cargos (operario)	187
Cuadro 100. Descripción de cargos (operario 2)	189
Cuadro 101. Descripción de cargos (vendedor mostrador)	191
Cuadro 102. Descripción de cargos (vendedor móvil)	193
Cuadro 103. Inversión en maquinaria y equipos	196
Cuadro 104. Inversión en muebles y enseres del área operativa	196
Cuadro 105. Inversión en equipo de oficina Área administrativa	197
Cuadro 106. Inversión en equipo de cómputo y comunicación	197
Cuadro 107. Inversión en papelería	198
Cuadro 108. Inversión en muebles y enseres área bienestar	198
Cuadro 109. Inversión en herramientas	199
Cuadro 110. Inversión en elementos de seguridad industrial	199
Cuadro 111. Muebles y enseres del punto de venta	200
Cuadro 112. Equipo de computo y comunicaciones punto de venta	200
Cuadro 113. Elementos de seguridad	201
Cuadro 114. Papelería	201
Cuadro 115. Inversión Total de Inversión fija	202
Cuadro 116. Gastos pre operacionales y constitución	202
Cuadro 117. Costos de producción, materia prima	203
Cuadro 118. Costo total materia prima año 1	204
Cuadro 119. Costos mano de obra directa.	207

Cuadro 120. Otros costos indirectos de fabricación CIF	208
Cuadro 121. Costo de materiales indirectos	208
Cuadro 122. Depreciaciones y amortizaciones diferidas	210
Cuadro 123. Otros costos indirectos de fabricación CIF	212
Cuadro 124. Total costos de producción	214
Cuadro 125. Nomina administrativa	213
Cuadro 126. Amortizaciones	214
Cuadro 127. Sueldos de ventas	215
Cuadro 128. Otros gastos de ventas	215
Cuadro 129. Gastos de administración y ventas	216
Cuadro 130. Capital de trabajo	216
Cuadro 131. Inversión total	217
Cuadro 132. Costos fijos de producción para el primer año	219
Cuadro 133. Costos y gastos fijos de operación	220
Cuadro 134. Costos variables de operación	220
Cuadro 135. Costos y gastos variables de operación	221
Cuadro 136. Costos y gastos totales unitarios	222
Cuadro 137. Precio de venta	223
Cuadro 138. Egresos proyectados	224
Cuadro 139. Ingresos proyectados	225
Cuadro 140. Punto de equilibrio Camándulas	226
Cuadro 141. Punto de equilibrio Collar	227
Cuadro 142. Punto de equilibrio denarios	228
Cuadro 143. Punto de equilibrio aretes	229
Cuadro 144. Punto de equilibrio pulseras	230
Cuadro 145. Flujo de caja proyectado	231
Cuadro 146. Estado de resultados proyectado	232
Cuadro 147. Balance general (primer año), Balance inicial	233
Cuadro 148. Matriz Ambiental	236

## LISTA DE FIGURAS

	Pag.
Figura 1. Artesanos en Expoartesánias 2009.	30
Figura 2. Artesanías en fique de San Joaquín Santander.	33
Figura 3. Parque Emilio Ulloa, Barbosa -Santander	36
Figura 4. Puente Nacional, Fiestas del Tiple y del Requinto	37
Figura 5. Puente Nacional-Santander	38
Figura 6. Vélez –Santander, Desfile de las flores	39
Figura 7. Moniquirá- Boyacá	39
Figura 8. Grafica de principales sectores económicos de Barbosa, Santander	42
Figura 9. Grafica de sectores y empleo generado	44
Figura 10. Ubicación municipio de Barbosa, Santander	45
Figura 11. División por regiones de Santander y distribución de cabeceras municipales.	46
Figura 12. Aspectos socioeconómicos del departamento de Santander	47
Figura 13. División política de Boyacá, provincia Ricaurte	48
Figura 14. Collares, camándulas y aretes en semillas diseñados a base de semillas	58
Figura 15. Pulseras y aretes elaborados a base de semillas	59
Figura 16. Nivel educativo	67
Figura 17. Nivel de ingresos	67
Figura 18. Aceptación de accesorios y/o bisutería	68
Figura 19. Marca de bisutería	69
Figura 20. Material de bisutería	70
Figura 21. Conoce el tipo de semillas de la bisutería que utiliza.	71
Figura 22. Formas preferida para las piedras o cuentas de la bisutería	72
Figura 23. Clase de bisutería que utiliza.	73

Figura 24. Lugar de compra de la bisutería.	74
Figura 25. Frecuencia de compra de la bisutería	75
Figura 26. Participación por clase de accesorio	76
Figura 27. Participación por clase de accesorio	79
Figura 28. Inconvenientes en la compra de bisutería	80
Figura 29. Aceptación de bisutería artesanal	81
Figura 30. Participación por clase de accesorio	82
Figura 31. Valoración positiva de los diseños de collares	85
Figura 32. Valoración positiva de los diseños de pulseras	87
Figura 33. Valoración positiva de los aretes diseñados	89
Figura 34. Compraría camándulas	90
Figura 35. Compraría denarios	91
Figura 36. Características que tiene en cuenta para adquirir bisutería y accesorios.	92
Figura 37. Colores preferidos para la bisutería	93
Figura 38. Participación Artículos de bisutería.	100
Figura 39. Cantidades de venta mensual por docenas.	101
Figura 40. Material solicitado por los compradores para la venta de bisutería	104
Figura 41. Factores de preferencia	105
Figura 42. Forma de pago de los clientes.	107
Figura 43. Tiempo de pago	108
Figura 44. Margen de utilidad	108
Figura 45. Incremento en ventas	109
Figura 46. Diseño del local	115
Figura 47. Diseño de vitrinas	116
Figura 48. Logo joya y naturaleza	118
Figura 49. Pendón de lanzamiento	119
Figura 50. Mapa de Santander y ruta para acceder a Barbosa.	132
Figura 51. Plano del casco urbano de Barbosa, Santander	133
Figura 52. Ensartado	142
Figura 53. Adición de apliques	142
Figura 54. Limpieza y brillo	143
Figura 55. Afición de etiquetas	143

Figura 56. Empaque	144
Figura 57. Diagrama de operación, proceso y procedimiento de camándulas	145
Figura 58. Diagrama de operación, proceso y procedimiento de pulseras	147
Figura 59. Diagrama de operación, proceso y procedimiento de denarios	149
Figura 60. Diagrama de operación, proceso y procedimiento de aretes	149
Figura 61. Empaques para accesorios	154
Figura 62. Taladro vertical	155
Figura 63. Pirograbador	156
Figura 64. Pinzas	156
Figura 65. Prensa	157
Figura 66. Distribución de planta	166
Figura 67. Distribución del punto de venta	167
Figura 68. Fachada de la empresa	169
Figura 69. Organigrama Joya y Naturaleza Ltda	178
Figura 70. Punto de equilibrio Camándulas	222
Figura 71. Punto de equilibrio Collar	227
Figura 72. Punto de equilibrio denarios.	228
Figura 73. Punto de equilibrio aretes	229
Figura 74. Punto de equilibrio pulseras	230
Figura 75. Valor presente neto	239

## LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Asociaciones de artesanos en Santander	246
Anexo B. Reconocimiento Hecho A Mano	253
Anexo C. Datos Poblacionales de los Municipios de Cobertura	254
Anexo D. Oferta – Almacenes	258
Anexo E. Datos de las representantes	259
Anexo F. Encuesta Dirigida Los Clientes	260
Anexo G. Encuesta Dirigida La Oferta	266
Anexo H. Cotizaciones	268
Anexo I. Registro de dominio	270

## RESUMEN

**TITULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE BISUTERIA ARTESANAL EN SEMILLAS, EN EL MUNICIPIO DE BARBOSA SANTANDER.\*<sup>1</sup>**

**AUTORES:** AGUILERA ARIZA, Luz Stella  
MOSQUERA SUAREZ, Elizabeth\*\*

**PALABRAS CLAVES:** Factibilidad, artesanía, bisutería, semillas, accesorios, Barbosa.

### DESCRIPCIÓN:

El objetivo del proyecto es determinar la viabilidad desde la perspectiva de aceptación en el mercado, la capacidad técnica y la posibilidad financiera para la creación de una empresa que produzca y comercialice bisutería artesanal en semillas, creando conciencia ambiental en el buen uso de los recursos naturales y la sostenibilidad desde la producción de artículos de tendencias reciclables y biodegradables.

La cobertura del proyecto abarca los municipios de Barbosa, Vélez, Puente Nacional (Santander) y Moniquirá, (Boyacá). El estudio comienza con un análisis del sector y de la aceptación de la bisutería artesanal como accesorio femenino, en el cual se evidenció la aprobación de los nuevos artículos de bisutería en cada una de sus clases y diseños. Posteriormente se determina la capacidad de producción de la empresa y la disponibilidad de los recursos físicos y humanos para la ejecución de una producción que cubra inicialmente el 38 % del mercado en Barbosa y los municipios de cobertura.

En el estudio administrativo se establecen los cargos y funciones de cada uno de ellos de acuerdo a las necesidades de personal de la empresa. Se realiza un estudio para determinar la viabilidad financiera de la empresa, en el cual se obtuvo como resultado un indicador favorable en lo referente a la rentabilidad del proyecto. Finalmente se evalúa el impacto social y ambiental del proyecto. Los estudios y análisis efectuados para el proyecto de muestra la factibilidad para la creación de la empresa.

---

\* Proyecto de grado

\*\* Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. Gestión Empresarial. Director: CASTILLO ESTÉVEZ, Guillermo León.

## ABSTRAC

**TITLE: FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A PRODUCER AND TRADER COMPANY OF ARTISAN JEWELRY MADE WITH SEEDS, IN BARBOSA SANTANDER MUNICIPALITY\* .**

**AUTHOR:** AGUILERA ARIZA, Luz Stella  
MOSQUERA SUAREZ, Elizabeth\*\*

**KEYWORDS:** Feasibility, Craftsmanship, jewelry, Seeds, Accessories, Barbosa.

### DESCRIPTION:

The objective of the project is to determine if is viable since the perspective of acceptance on the market, the technique capacity and the financial viability for the creation of a company that will produce and will trade artisan jewelry made with seeds, creating eco-friendly conscience for the correct use of nature's recourses y the sustainable company since the production of articles of recyclables and biodegradables tendencies.

The extent of the Project includes the Barbosa, Vélez, Puente Nacional (Santander) municipalities y Moniquirá, (Boyacá) municipality. The study begin with a analysis of the economic sector and of the acceptance of the artisan jewelry like female accessory, this study evidenced the approval of the new articles of jewelry in each one of its classes and designs. Later determined he capacity of production of the company and the available physicals and humans recourses for the execution of a production that will satisfy initially the 38 % of the market in Barbosa and the municipalities of extent.

In the administrative study stablishingt the posts and the responsibilities of each one of those, in agreement with the staff's necessities of the company. Is realized it a study for to determine financial possibility for the company, in this study was obtained like result a favorable economic indicator of the profitability. And finally was evaluated the impact in the society and the impact in the environment. Each one of this studies and the analysis of the project demonstrates the feasibility for the creation of the company.

---

\* Grade Work

\*\* Institute of Regional Projection and Education at a Distance. Enterprise management. Director: CASTILLO ESTÉVEZ, Guillermo León.

## INTRODUCCIÓN

El proyecto para la creación de una empresa productora y comercializadora de accesorios femeninos y bisutería artesanal en semillas, en el municipio de Barbosa, Santander, tiene como objetivo elaborar artículos con materias primas naturales ofreciendo a las mujeres una nueva tendencia en este tipo de accesorios.

En la región (Provincia de Vélez) no se encuentra una empresa que promueva la elaboración de bisutería con semillas y fibras originarias de los municipios que la conforman, por lo tanto no se puede fomentar la creación de nuevos diseños de accesorios que suplan las necesidades en el complemento de vestuario de las mujeres que están a la vanguardia de las tendencias en moda al natural. De igual forma no se explota el ingenio y la creatividad de las madres cabezas de familia para brindarles una oportunidad laboral y de este manera generar una fuente de empleo desde un enfoque ambientalista, que falta de conciencia hacia la conservación del medio ambiente y el desarrollo sostenible.

El texto presenta una breve descripción del sector de la bisutería artesanal en Colombia y contiene los estudios de mercados, técnico, administrativo financiero y la evaluación del proyecto desde su impacto ambiental y social, en donde se evidencia la viabilidad del proyecto desde cada uno de sus factores.

## 1. GENERALIDADES

La joyería a través del tiempo ha tenido gran importancia en la cultura de los países y regiones desde las primeras civilizaciones, las mujeres en todos los tiempos han buscado decorar su cuerpo y vestuario con accesorios, adornos y objetos que resalten rasgos de su cultura y personalidad. Las mujeres hebreas vestían una camisa blanca con mangas y se cubrían con mantas de colores. Rizaban sus cabellos formando pequeños bucles, que trenzaban o los disponían en diadema alrededor de la raya. Usaban sandalias con correas, cadenillas de oro y lentejuelas.

En la cultura griega las mujeres usaban pendientes, collares, brazaletes y anillos que tenían gran importancia y eran de una belleza incomparable dentro del arte griego<sup>3</sup>. Y en América las culturas indígenas desarrollaron majestuosas figuras decorativas en metales preciosos para decorar sus cuerpos para ritos y cultos religiosos.

Desde ahí nace la cultura de los accesorios y las joyas que, dependiendo del material empleado reciben la denominación de bisutería o joyería, las cuales se pueden clasificar en diversos estilos como lo es el artesanal resaltado por su manufactura y uso de materiales autóctonos de una región o país.

### ANALISIS DEL SECTOR

“El sector de Artesanías de Colombia es uno de los que más atención y apoyo ha venido recibiendo en los últimos años debido, entre otros factores, a su gran demanda de mano de obra, que lo ubica en participación con un 15% en la ocupación en el sector manufacturero con 350.000 personas aproximadamente y de las cuales un 70% son de dedicación exclusiva; favoreciendo también las

---

<sup>3</sup> [www.españolsinfronteras.com/culturaespañola19modaespañola.htm](http://www.españolsinfronteras.com/culturaespañola19modaespañola.htm)

políticas de empleo nacionales, ya que no sólo les permite mantener una ocupación sino generar nuevos puestos de trabajo a los artesanos colombianos.

Un mapa artesanal de Colombia mostraría bien definidas las zonas productoras. Al sur, el departamento de Nariño es el núcleo principal, con un 14% de participación en el número de artesanos del país. En el centro, Boyacá y Tolima representan respectivamente el 8% y el 5% del total nacional. El resto se lo llevan cuatro de los departamentos de la costa atlántica. Sucre con el 10%, Córdoba con el 9%, Cesar con el 7% y Atlántico con el 16%.

Según estimaciones de Artesanías de Colombia 260.000 personas producen artesanías. Cifra que representa un 15% de la población de la industria manufacturera<sup>4</sup>. Después de lo expuesto (anteriormente) sobre las Artesanías, es claro evidenciar que es un sector en crecimiento lo que se constituye en una gran oportunidad para nuevos oferentes que quieren ingresar en el mercado. La provincia de Vélez en Santander cuenta con atractivos turísticos, en el ámbito geográfico por su riqueza hídrica y su paisaje natural, y en el ámbito cultural por sus festividades reconocidas a nivel local y nacional.

## MARCO TEORICO

**Artesanía y sector artesanal<sup>5</sup>** Aunque existe una relación integral entre artesanía y sector artesanal, cada término se puede explicar independientemente, ya que constituye un campo específico para la formulación de estrategias de desarrollo. La artesanía, por ejemplo, se relaciona con el tema del diseño, en cuanto es un factor determinante del aspecto formal del producto y su relación con las funciones reales y potenciales, prácticas y estéticas. Es decir, su aspecto cultural, además de constituir un espacio para el ejercicio de la expresión estética, se configura en la síntesis de sus cargas de significación,

---

<sup>4</sup>

[http://www.artesantiasdecolombia.com.co/cliente/disenio/plantilla/.jsp?idi\\_id=1&idpublicacion=5389&plaid=2&sec\\_sec\\_id=2406&sec\\_nombre=Oficios%20%20Artesanales](http://www.artesantiasdecolombia.com.co/cliente/disenio/plantilla/.jsp?idi_id=1&idpublicacion=5389&plaid=2&sec_sec_id=2406&sec_nombre=Oficios%20%20Artesanales)

<sup>5</sup> [www.artesantiasdecolombia.com.co](http://www.artesantiasdecolombia.com.co)

mediante la operacionalización simbólica, las cuales, a su vez, dan forma a una visión particular del mundo que marca el desarrollo de una historia social.

De otra parte, la connotación más destacada de la noción de sector es de carácter poblacional y económico, así como de desarrollo tecnológico y productivo. Es decir, el concepto de sector artesanal hace referencia a la disposición de un capital humano y productivo aplicado a la generación de riqueza para el logro inmediato del bienestar social de la población artesanal.

En síntesis, el sector artesanal es la fuerza productiva, compuesta por la población y sus recursos cognoscitivos y tecnológicos, con los cuales se genera la artesanía (bienes de uso y consumo) dentro de un marco geográfico, histórico, social y cultural.

## **CONTEXTO DEL SECTOR BISUTERÍA**

El sector de la bisutería y los accesorios de origen natural (perteneciente al campo de las artesanías), respaldan la protección y correcta utilización del medio ambiente y cobran fuerza en las tendencias de joyería y moda en el ámbito internacional, haciendo resaltar las tradiciones y cultura de los diferentes países y sus respectivas regiones.

Dentro de la estrategia del estado a través de Artesanías de Colombia y el SENA, la bisutería se viene impulsando con el propósito de generar un mayor valor agregado a la joyería colombiana, en especial los artículos elaborados en metales, piedras, semillas, materiales sintéticos y las diferentes fibras y semillas que se extraen de nuestro país, se cuenta con el apoyo del estado en los talleres de bisutería, como una de las acciones específicas para lograr enfrentar con mayores posibilidad de éxito los retos que imponen los mercados y el consumo de la población nacional.

Así mismo se busca dar cumplimiento al objetivo trazado por parte el mercado nacional de la cadena de la joyería, metales, pedrería y bisutería, el cual se

enfoca en la contribución para el mejoramiento de los niveles de productividad y compatibilidad de la cadena<sup>6</sup>.

### **Bisutería colombiana, gran negocio exportador<sup>7</sup>**

**Proexport** plantea, que la bisutería colombiana se está convirtiendo en un gran negocio exportador. Esa industria que produce objetos de adorno (aretes, collares, prendedores, pulseras, entre otros) hechos de materiales no preciosos, vendió al exterior el año pasado 7,41 millones de dólares, lo que significó un crecimiento de 34 por ciento con respecto a las exportaciones del sector en el 2003 que llegaron a 5,52 millones de dólares 183 empresas colombianas registraron exportaciones en joyería y bisutería durante el 2004, lo que muestra un crecimiento paulatino en los últimos años.

Un informe de la entidad promotora de exportaciones, revela que este crecimiento reflejado en 1,88 millones de dólares adicionales con respecto a las ventas totales de 2005, obedecieron en buena medida al crecimiento del mercado venezolano.

“El país más dinámico fue Venezuela con un incremento en las exportaciones de 900 mil dólares con respecto a los 2,1 millones de dólares que se vendieron en el 2005”.

De hecho, el 39 por ciento de las ventas de bisutería al mercado externo se dirigieron a Venezuela, mientras que el 15,9 por ciento a Ecuador, el 11 por ciento a Puerto Rico y el 7 por ciento a Guatemala.

De acuerdo con el análisis que realiza Proexport del mercado ecuatoriano de joyas y bisutería, existen oportunidades para comercializar productos, con bajo precio y alto contenido de diseño, a pesar que en el consumo interno se está viendo contraído debido a la pérdida del poder adquisitivo del dólar en el mercado.

---

<sup>6</sup> [www.productosdecolombia.com](http://www.productosdecolombia.com)

<sup>7</sup> Proexport Noviembre 2007

“La penetración en este mercado para los diseñadores de joyas y bisutería colombianos, se convierte en una oportunidad, teniendo en cuenta la fortaleza que tiene Colombia en materia de moda femenina”, asegura el estudio. El principal renglón de bisutería exportado el año pasado corresponde a objetos de adorno de metal común incluso plateado, dorado o platinado con una participación dentro del total exportado de 83 por ciento, seguido de las demás bisuterías con una participación de 10 por ciento.

### **Artesanías de Santander estarán en la vitrina mundial de CORFERIAS<sup>8</sup>**

#### **19 artesanos de la región participarán en Expoartesanías 2009, en Bogotá**

Con la expectativa de duplicar las ventas directas y los negocios a futuro, respecto a los buenos resultados alcanzados el año pasado, 19 artesanos de Santander participarán en la versión XIX de Expoartesanías, que se realizará en el Centro Internacional de Negocios y Exposiciones de Bogotá -Corferias-, desde este lunes 7 hasta el 20 de diciembre.

Según informó la coordinadora del Centro Internacional de Negocios de la Cámara de Comercio de Bucaramanga, Edith Damaris González Pineda, en Expoartesanías 2009 participarán artesanos de Bucaramanga, San Gil, Curití, Charalá, Socorro y Barichara, quienes serán los encargados de dar a conocer, a nivel nacional e internacional, lo más representativo de la producción santandereana en materia de artesanía. Los artesanos escogidos para representar a Santander en este evento fueron: Arte & Talento, que elabora pesebres en barro y figuras decorativas; Geoman Arte & Oficios, taller que fabrica figuras decorativas móviles en fique; Diseño Artesanal XAK, empresa que usa fibra natural para la producción de hamacas, mochilas y bolsos, entre otros productos, y Artesanías San Nicolás, con sus bolsos, zapatos y accesorios elaborados en fique, cuero y madera.

---

<sup>8</sup> [http://www.elfrente.com.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=9280:artesanias-de-santander-estaran-en-la-vitrina-mundial-de-corferias&catid=39:ciudad&Itemid=73](http://www.elfrente.com.co/index.php?option=com_content&view=article&id=9280:artesanias-de-santander-estaran-en-la-vitrina-mundial-de-corferias&catid=39:ciudad&Itemid=73)

También estarán en Corferias las empresas Tejarhi, Pencas de Santander, Arte y Naturaleza, Corpolienzo, Kalait'os, Tierrarte, Doris Herrera, Anudados y Trenzados, Aregua, Terracota de Barirí, la Asociación de Mujeres Artesanales 'Luz y Vida', Arte Sua-ty, Chandé Artesanías, Ecofibra Ltda. y Formas de Luz. Estos artesanos fueron escogidos después de superar un dispendioso proceso de selección, el cual inició a principios de este año por parte de funcionarios de Artesanías de Colombia, con el apoyo de la Cámara de Comercio de Bucaramanga.

### **Se esperan ventas por más de \$140 millones**

Según dijo Edith Damaris González Pineda, el año pasado participaron en Expoartesanías sólo 9 artesanos de Santander, quienes realizaron ventas directas por 71 millones de pesos, razón por la cual, este año, con la asistencia de 19 representantes del departamento, se espera por lo menos duplicar las ventas y los contactos para negocios futuros.

Con la participación de los artesanos de Santander en Expoartesanías 2009 en CORFERIAS de Bogotá, se busca promocionar la oferta exportable de las artesanías de la región, debido a que este evento tiene gran posicionamiento a nivel nacional e internacional.

Figura 1. Artesanos en Expoartesanias 2009.



Fuente: Vanguardia liberal

En la XIX versión de Expoartesanías, que se constituye en la plataforma que dinamiza las economías regionales del país, estarán presentes más de 25.000 productos de 852 artesanos de todo el territorio nacional, y lo mismo que representantes de países como Bolivia, Brasil, Guatemala, Indonesia, México, Paraguay, Uruguay, Ecuador, India, Irán, Pakistán y Perú.

Se prevé que este año Expoartesanías tendrá 89.000 visitantes. El evento comercial se complementará con una completa agenda académica, en donde se expondrán temas sobre tendencias, joyería en Colombia, mercados verdes y el manejo de herramientas para la promoción de productos artesanales en internet, para lo cual se contará con expertos nacionales e internacionales que trabajan para el sector. Como parte de la celebración de los 50 años de relaciones diplomáticas entre Colombia e India, este último país, con 34 expositores en las áreas de textil, mármoles, vidrio, cerámica, madera, bisutería, entre otros, será el invitado de honor a Expoartesanías 2009.

**Evolución de la actividad artesanal: Joyas, Bisutería y Accesorios artesanales en Colombia.** La orfebrería prehispánica de Colombia se desarrolló especialmente en las regiones andinas y zonas aledañas, donde habitaron los grupos aborígenes dedicados a la agricultura. La disponibilidad de recursos minerales en sus territorios, como el cobre y el oro, impulsó el progreso de esta industria entre los nativos. Las avanzadas técnicas que se advierten en sus productos y las figuras y símbolos que éstos representan, indican la existencia entre ellos de una verdadera especialización del trabajo y de una larga y compleja tradición cultural.

La bisutería es trabajada prácticamente en gran parte del territorio colombiano. Durante los años setenta, con el "hipismo" y el turismo, comenzaron a llegar joyeros y se comenzó a hacer bisutería en la región de San Andrés y Providencia extendiéndose con el transcurrir del tiempo por todo el país. Podemos decir que la bisutería ha sido la artesanía comercial más fuerte que ha habido en las Islas. También cabe mencionar que algunos artesanos (nacionales y extranjeros) trabajan una artesanía muy pulida, elaborada con materias primas locales.

Los grupos artesanales de bisutería trabajan las técnicas básicas de la joyería especialmente elaborando piezas como: gargantillas y anillos, collares, aretes, broches utilizando como materia prima semillas, fibras naturales, plata, guaya, chaquiras plásticas, resina y materiales sintéticos entre otras. En los diseños se puede hacer de una pieza o en series de bisutería, una joya barata o cara con características especiales y en distintas gamas de colores<sup>9</sup>.

## **ORÍGENES DE LA ARTESANÍA EN SANTANDER<sup>10</sup>**

La artesanía de los Guanes, gracias a los cultivos de algodón, se basaba en la industria textil con la fabricación de mantas, también trabajaron el fique y la fibra de ceiba para fabricar hamacas, costales y mochilas. Para decorar sus telas utilizaban pinturas naturales, pinceles y rodillos. La cerámica decorada y la fabricación de utensilios de barro de uso doméstico y ritual eran muy comunes. Los productos artesanales eran utilizados para el trueque de oro y sal con otros grupos indígenas de la región.

Las artesanías de Santander juegan un papel importante en el desarrollo de la región porque son la imagen de la cultura y laboriosidad que la caracteriza. Muestra de ello es la creciente participación de Santander en los principales eventos artesanales a nivel nacional y el incremento del número de artesanos y comunidades artesanales con productos que conservan los métodos tradicionales, así como los que sobresalen con diseños más contemporáneos.

La Cámara de Comercio de Bucaramanga y el Programa Negocios en Santander, permanentemente brindan apoyo a la labor artesanal; por eso se ha preocupado por propiciar la participación en diversos eventos feriales y programas de capacitación en temas de desarrollo, diseño, exhibición de productos y catálogos virtuales.

---

<sup>9</sup> [http://www.artesaniasdecolombia.com.co/cliente/disenio/plantilla.jsp?idi\\_id=1&idPublicacion=3707&pla\\_id=2&sec\\_sec\\_id=2406&sec\\_nombre=Definición y clasificación, septiembre 2009](http://www.artesaniasdecolombia.com.co/cliente/disenio/plantilla.jsp?idi_id=1&idPublicacion=3707&pla_id=2&sec_sec_id=2406&sec_nombre=Definición y clasificación, septiembre 2009)

<sup>10</sup> [www.sinic.gov.co/octubre](http://www.sinic.gov.co/octubre) 2009

## SECTOR ARTESANAL EL SANTANDER

Actualmente la industria artesanal del departamento es muy amplia y abarca diversos sectores como son: textil y confección, joyería, bisutería, alimentos, cuero y marroquinería, tejeduría, madera, cerámica, entre otros.

En Santander existen gran variedad de plantas que producen fibras y semillas con las cuales se pueden elaborar diversos artículos, textiles y accesorios, pero en varias regiones como la Provincia de Vélez no se les da la importancia y el uso adecuado a éstas, en la producción de objetos tradicionales y símbolos de la cultura y la tradición nacional; y la región no es la excepción, en ella existen diversidad de plantas que producen fibras y semillas, y puedan ser empleadas de una forma sostenible y a favor de la protección de estos recursos naturales, en la elaboración de artículos de bisutería y accesorios; así mismo la región cuenta con personas creativas e ingeniosas en las áreas del diseño y la manufactura de accesorios que se verían beneficiadas con una oportunidad de empleo para satisfacer sus necesidades.

Figura 2. Artesanías en fique de San Joaquín Santander.



Los artículos elaborados con recursos naturales impulsan el desarrollo de una conciencia social no sólo en las personas de alto poder adquisitivo y nivel de educación, por el contrario, también en los habitantes de la región desde la

siembra de las plantas productoras de semillas y de fibras, algunas en vía de extinción y que en su mayoría crecen cerca de fuentes de agua.

### **Asociaciones de Artesanías en Santander**<sup>11</sup>

De las 31 asociaciones santandereanas de artesanos registradas en Artesanías de Colombia, solo 2 (Taller KIKERIAS y **Doris Herrera Accesorios** en Bucaramanga), están dedicadas a la bisutería y a la elaboración de artículos en semillas y fibras naturales específicamente ubicadas en Bucaramanga, en las demás provincias existe asociaciones dedicada a los tejidos en fique, la cerámica, tejidos en lana y otros materiales, trabajo en madera y piedra, telas y otros materiales, pero de la provincia de Vélez no se encuentran registros en esta entidad, teniendo presente el apoyo que artesanías de Colombia presta a las empresas dedicadas al sector artesanal. (Ver anexo A).

### **PROYECTO SELLO DE CALIDAD HECHO A MANO**<sup>12</sup>

“Sello de calidad Hecho a Mano” es un proyecto conjunto de Artesanías de Colombia e ICONTEC, que tiene como objetivo general incrementar la competitividad de las comunidades artesanales a través de la implementación de un esquema de certificación.

El proyecto se orienta a la estructuración de procesos en los cuales las comunidades artesanales, con el apoyo de Artesanías de Colombia, generen dinámicas de reconocimiento y mejoramiento de los procesos óptimos de elaboración de los productos artesanales y establezcan compromisos concretos frente a las implicaciones de obtener un sello de calidad que los posicionen en el mercado y aumente su competitividad.

---

<sup>11</sup> [www.artesantiasdecolombia.com.co](http://www.artesantiasdecolombia.com.co)

<sup>12</sup> [http://www.artesantiasdecolombia.com.co/cliente/disenio/plantilla.jsp?idi\\_id=1&idPublicacion=4527&plaid=2&sec\\_id=2406&sec\\_nombre=Sello de Calidad Hecho a Mano, septiembre 2009.](http://www.artesantiasdecolombia.com.co/cliente/disenio/plantilla.jsp?idi_id=1&idPublicacion=4527&plaid=2&sec_id=2406&sec_nombre=Sello de Calidad Hecho a Mano, septiembre 2009.)

El Sello de Calidad Hecho a Mano es una certificación de carácter permanente, otorgada a productos artesanales elaborados a mano, de acuerdo a parámetros de calidad y tradición, que permite diferenciarlos de los productos elaborados industrialmente y reconocer su valor como expresión de identidad y cultura. Este reconocimiento trae las siguientes ventajas:

### **Ventajas para el artesano**

- Aumenta su competitividad al diferenciar sus productos, frente a artesanías no certificadas.
- Permite diferenciar los productos artesanales de aquellos elaborados industrialmente, reconociendo su valor de tradición y cultura.
- Permite identificar y cuantificar el comercio de productos artesanales, así mismo favorece su circulación en mercados internacionales y logra posiciones arancelarias especiales.

### **Ventajas para el comprador**

- Facilita la identificación de artesanías hechas a mano frente a productos industriales.
- Garantiza la obtención de productos de buena calidad.
- Facilita la introducción de las artesanías en nuevos mercados.

En el mes de junio de 2009, Artesanías de Colombia, a través de su proyecto estratégico **Sello de Calidad “Hecho a Mano para la Artesanía”**, recibió un galardón como iniciativa sobresaliente en el Premio Internacional de Dubái a las Mejores Prácticas que contribuyen a optimizar las Condiciones de Vida de los artesanos, este reconocimiento como una de las mejores 50 prácticas empleadas en el mundo, otorgado por Naciones Unidas UN-HABITAT, a través del Premio Dubái, es el resultado del compromiso continuo de Artesanías de Colombia, en el fortalecimiento del sector artesanal del país<sup>13</sup>(Anexo B).

---

<sup>13</sup> Ver anexo, reconocimiento

## TURISMO REGIONAL

Figura 3. Parque Emilio Ulloa, Barbosa -Santander



Las alcaldías de los municipios de la provincia, promueven el turismo en la región mediante festivales de verano, como es el caso de Monquirá, las ferias y fiestas de los respectivos municipios, festivales folklóricos en Vélez y Puente Nacional, y el festival del río en Barbosa, actividades que atraen un gran número de turistas, en busca de espacios culturales y recreativos, y conocimiento de la cultura de la región a través de los productos y artículos artesanales elaborados por los habitantes de la misma; existe en la región una amplia gama de comestibles dentro de la industria de la confitería y bocadillo en todos los municipios mencionados y la producción de calzado típico artesanal. Así mismo “La Gobernación de Santander celebró el convenio marco de cooperación con el Ministerio de Comercio Industria y Turismo y la Comisión Europea, para dar apoyo a las cadenas productivas de la provincia como la guayaba-bocadillo, la panela y el agroturismo. El objetivo de esta alianza es lograr el mejoramiento de las capacidades institucionales, locales, públicas y privadas de apoyo a las ‘Mipymes’ de Colombia –provincia de Vélez y su zona de influencia. Para tal

efecto, se llevó a cabo una convocatoria pública para aprobación de proyectos a ser cofinanciados, aprobándose los siguientes:

- Fortalecimiento de la estructura empresarial, productiva y comercial de los productores de la panela en cinco municipios de la provincia de Vélez, al cual el departamento ha destinado \$59'405.000.
- Fortalecimiento de la agroindustria del bocadillo en la provincia de Vélez, departamento de Santander, para el cual la gobernación dispuso \$47'920.000.
- Turismo comunitario como estrategia de desarrollo local en la subregión de Vélez, al cual se le otorgó \$27'675.000.
- Y la adquisición y puesta en marcha de una planta deshidratadora de guayaba para seis asociaciones de siete municipios de la Hoya del río Suárez, en la cual la gobernación entregó \$31'400.000.

Cabe resaltar que La Agencia de Desarrollo Económico Local Adel Vélez, es socia de los proyectos aprobados y el convenio se logró gracias a la gestión preliminar de la Agencia con la Comisión Europea, el Ministerio de Comercio, industria y turismo y la Gobernación de Santander.<sup>14</sup>”

Figura 4. Puente Nacional –Festival del Tiple y el Requito



Fuente: alcaldía municipal .Puente Nacional

<sup>14</sup> [www.vanguardia.com/.../velez/52372-aprobados-4-proyectos-para-fortalecer-cadenas-productivas](http://www.vanguardia.com/.../velez/52372-aprobados-4-proyectos-para-fortalecer-cadenas-productivas)

Figura 5. Puente Nacional-Santander



En esta zona del departamento, hace falta aprovechar la oportunidad de negocio para el manejo sostenible de semillas tales como platanillo, pionía y lágrima de san Pedro (entre otras) en la elaboración de bisutería artesanal y accesorios femeninos, que genere una alternativa adicional de ingresos para las madres cabeza de familia de la región y así mismo se convierta en un complemento a las políticas gubernamentales de apoyo al turismo y el trabajo artesanal en la región, en especial el municipio de Barbosa y la cobertura de este proyecto (Vélez, Monquirá y Puente Nacional) debido a la poca generación de empleo.

Es pertinente destacar que existe abundancia de semillas en fincas en Puente Nacional y Barbosa, aproximadamente 50 kilos de semillas de Lagrima de San Pedro semestralmente, y la misma cantidad para el Platanillo.

Cabe agregar que en la elaboración de artículos artesanales en la región, hace falta mayor implementación de herramientas que promuevan la incursión de la tecnología en la producción así como la aplicación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICS) para la promoción y publicidad de los productos, el proyecto para la creación de una empresa productora y

comercializadora de accesorios y bisutería en semillas busca incluir en la producción soluciones para la incursión de la tecnología en el caso específico de la bisutería artesanal, taladros verticales elaborados en la en la región, para el proceso de agujereado de las semillas, prensas y otras herramientas que facilitan el proceso de producción, así mismo es fundamental el apoyo de cada una de las propuestas de la empresa en las TICS.

Figura 6. Vélez –Santander, Desfile de las flores



Figura 7. Moniquirá- Boyacá



## CONTEXTO GEOGRAFICO REGIONAL

### Provincia de Vélez (Santander)<sup>15</sup>

Situada al sur del departamento de Santander, su capital es el municipio de Vélez, fundada el 3 de julio de 1539 por el español Martín Galeano y registrada en todas las crónicas de la conquista española del Nuevo Reino de Granada.

En la economía destacan las artesanías de las conservas de frutas, bocadillo, el azúcar, las mieles de caña, los lienzos de algodón, alpargatas, cabuyas de fique y cerámicas de arcilla.

Los municipios de esta provincia son: Aguada, Albania, Barbosa, Bolívar, Cimitarra, El Peñón, Chipatá, Florián, Guavatá, Güepesa, Jesús María, La Belleza, La Paz, Landázuri, Puente Nacional, Puerto Parra, San Benito, Sucre y Vélez.

Los municipios de cobertura del proyecto en esta provincia son Barbosa, Vélez, Puente Nacional.

El municipio de **Barbosa** está localizado en el extremo sur del departamento de Santander, en límites con el departamento de Boyacá, en la provincia de Vélez y Ricaurte, sobre la ribera del río Suárez entre las montañas que conforman la cordillera Oriental, a una distancia de la capital del país de 285 Km y de Bucaramanga a 214 Km. Territorialmente posee una ubicación estratégica sobre la vía principal pavimentada nacional N° 45 que comunica a Bogotá con Bucaramanga, por lo que a Barbosa se le conoce como la “Puerta de Oro de Santander”<sup>16</sup>. Vélez, se halla situado en el extremo sur del Departamento de Santander, en límites con Boyacá en la Provincia de Vélez y Ricaurte. La altitud de la cabecera Municipal es de 2140 m.s.n.m. Tiene una extensión de 29.848 hectáreas, localizado en el centro de la provincia y el sur del Departamento de Santander. Desde el Siglo XVI, se ha constituido en el centro de referencia

---

<sup>15</sup> <http://velezco.galeon.com/>,

[http://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n\\_territorial\\_de\\_Santander\\_\(Colombia\)#Provincia\\_de\\_V.C3.A9lez](http://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n_territorial_de_Santander_(Colombia)#Provincia_de_V.C3.A9lez)

<sup>16</sup> [http://www.dnp.gov.co/paginas\\_detalle.aspx?idp=186](http://www.dnp.gov.co/paginas_detalle.aspx?idp=186)

administrativa más importante de la provincia, como quiera que todo el territorio que ocupan los 19 municipios reciba el nombre de provincia de Vélez, Con el Magdalena Medio se comunica con la carretera del Carare a 100 Km. De Cimitarra y 230 Km a Puerto Berrío<sup>17</sup>.

Límites del municipio: Barbosa limita por el norte, con el municipio de Güepesa; por el sur con el municipio de Puente Nacional, por el oriente con el río Suárez y el municipio de Moniquirá (Boyacá) y por el occidente con los municipios de Vélez y Guavatá. Con Vélez, limita a lo largo de la cuchilla de Santa Rosa, en una longitud de 7.5 kilómetros; hacia el extremo SW, con Guavatá en cerca de medio kilómetro, por el Sur con Puente Nacional a lo largo de la quebrada Semisa, en un trayecto de tres y medio kilómetros, hasta su afluencia con el río Suárez. De allí, con el río Suárez de por medio, limita con el departamento de Boyacá, el cual a la altura del puente de la Libertad, sobre la vía nacional (Tunja-Bucaramanga), describe un amplio arco con dirección norte. La longitud del límite oriental sobre la ribera es de unos 14,3 kilómetros.

El municipio de Barbosa se comunica con Bogotá por Chiquinquirá, carretera pavimentada en su mayor parte y da inicio a la transversal del Carare (Puerto Berrío, sobre el río Magdalena). También posee un Aeropuerto, de utilidad para equipos de aviación bimotor.

- Extensión total: 46.43 Km<sup>2</sup>
- Altitud (metros sobre el nivel del mar): 1610
- Temperatura media: 21 Centígrados
- Población: Barbosa tiene una población de 26.557 habitantes según el censo de 2005.

---

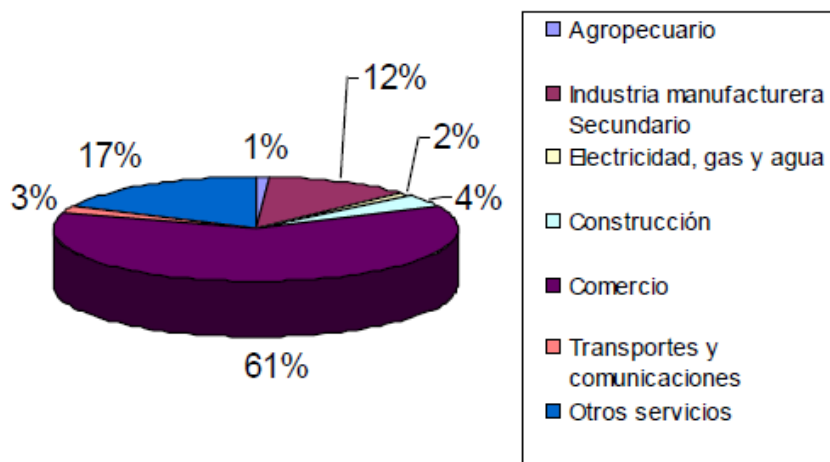
<sup>17</sup> <http://velezco.galeon.com/>,  
[http://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n\\_territorial\\_de\\_Santander\\_\(Colombia\)#Provincia\\_de\\_V.C3.A9lez](http://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n_territorial_de_Santander_(Colombia)#Provincia_de_V.C3.A9lez)

**Sector económico**<sup>18</sup>: El municipio de Barbosa ha tenido en los últimos años una dinámica poblacional positiva, como resultado de la tasa de crecimiento natural y de los procesos de inmigración que se han registrado. Este crecimiento se traduce en la configuración de una sociedad más compleja desde el punto de vista sociopolítico y económico, que ha potencializado la demanda de servicios públicos y sociales básicos y la existencia de una infraestructura física y vial adecuada, además de aumentar los niveles de empleo. La dinámica económica del municipio está basada fundamentalmente en el papel que cumple como gran centro catalizador de la producción regional, lo que hace que los sectores comercial y de transporte sean importantes, al lado de la construcción y de las oportunidades de empleo que genera el mismo sector público.

### Principales sectores económicos del municipio de Barbosa

El sector económico más representativo del municipio corresponde al comercio, actividad ejercida por el 61% de las empresas, el sector secundario por su parte se encuentra constituido por empresas manufactureras, de construcción agropecuaria y prestadora de servicios.

Figura 8. Gráfica de principales sectores económicos de Barbosa, Santander <sup>19</sup>



<sup>18</sup> PLANEACION MUNICIPAL. Esquema de ordenamiento territorial, municipio de Barbosa, 2006.

<sup>19</sup> Equipo de investigación CER, a partir de la información Cámara de Comercio Bucaramanga

Examinando la información suministrada por la Cámara de Comercio de la ciudad de Bucaramanga para el año de 2002 y comparando su comportamiento en relación con el caso nacional, en cuanto hace referencia al tamaño promedio por establecimiento de las diferentes actividades económicas desarrolladas con el personal que ocupan, se observa que en promedio se emplean 2,3 personas por establecimiento siendo el del sector primario de 1.1, el de la industria manufacturera de 2.4 y el del sector servicios o terciario de 1.9, destacándose en este último el del comercio con 1.5 y el de suministro de electricidad de gas y agua con 10.7.

Estos registros son inferiores a los registrados a nivel nacional que en términos generales era de 4 empleados por establecimiento, el de la industria manufacturera de 9.2 y el de comercio de 2.4. Es de anotar además que del total de 450 establecimientos que registró la información de la Cámara de Comercio, solo 382 reportaron personal empleado, ocupando cerca de 909 personas. Además se pudo establecer que un 97.3% de los establecimientos tenían menos de 10 empleados y absorbían 81.3% del total del personal ocupado con 739 empleados y que tan solo el 2.7% de los establecimientos ocupaba entre 10 y menos de 49 empleados absorbiendo el 18.7% del total de empleo formal del municipio.

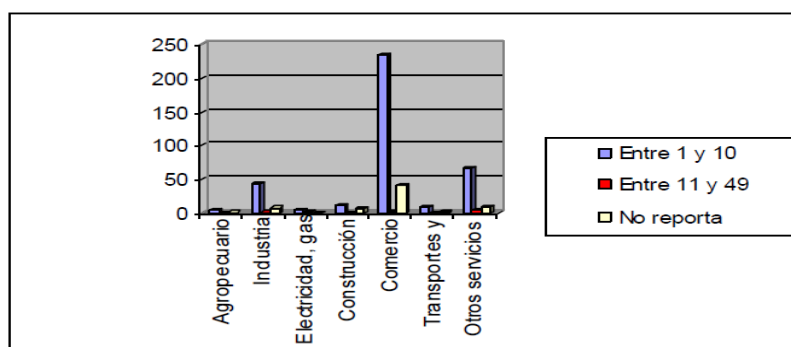
Lo anterior determina que la base empresarial y por consiguiente económica del municipio de Barbosa gira básicamente sobre la microempresa y en menor grado sobre la pequeña empresa, lo que explica la baja generación de empleo directo de este sector en el municipio, lo que de alguna manera implica la necesidad de plantear una política integral con el objeto de fomentar y generar mejores fuentes de empleo que redunden en el mejoramiento de la calidad de vida de sus pobladores.

Respecto a la forma de organización empresarial, cerca del 83% de las unidades empresariales eran de propiedad individual, un 11% de sociedad limitada, un

3.3% de sociedad anónima y un 1.3 sociedad de hecho, las restantes eran empresas asociativas.

La estructura del empleo industrial presenta también una preocupante concentración sectorial. La actividad de alimentos especialmente la relacionada con la de elaboración de confites y bocadillos, que representa el 46.1% de este sector, ocupa el 57% del personal industrial, dado que de 128 puestos de trabajos generados 73 son ofertado por este subsector.

Figura 9. Grafica de sectores y empleo generado



**Fuente:** Equipo de investigación CER, a partir de la información del registro de la Cámara de Comercio de la ciudad de Bucaramanga.

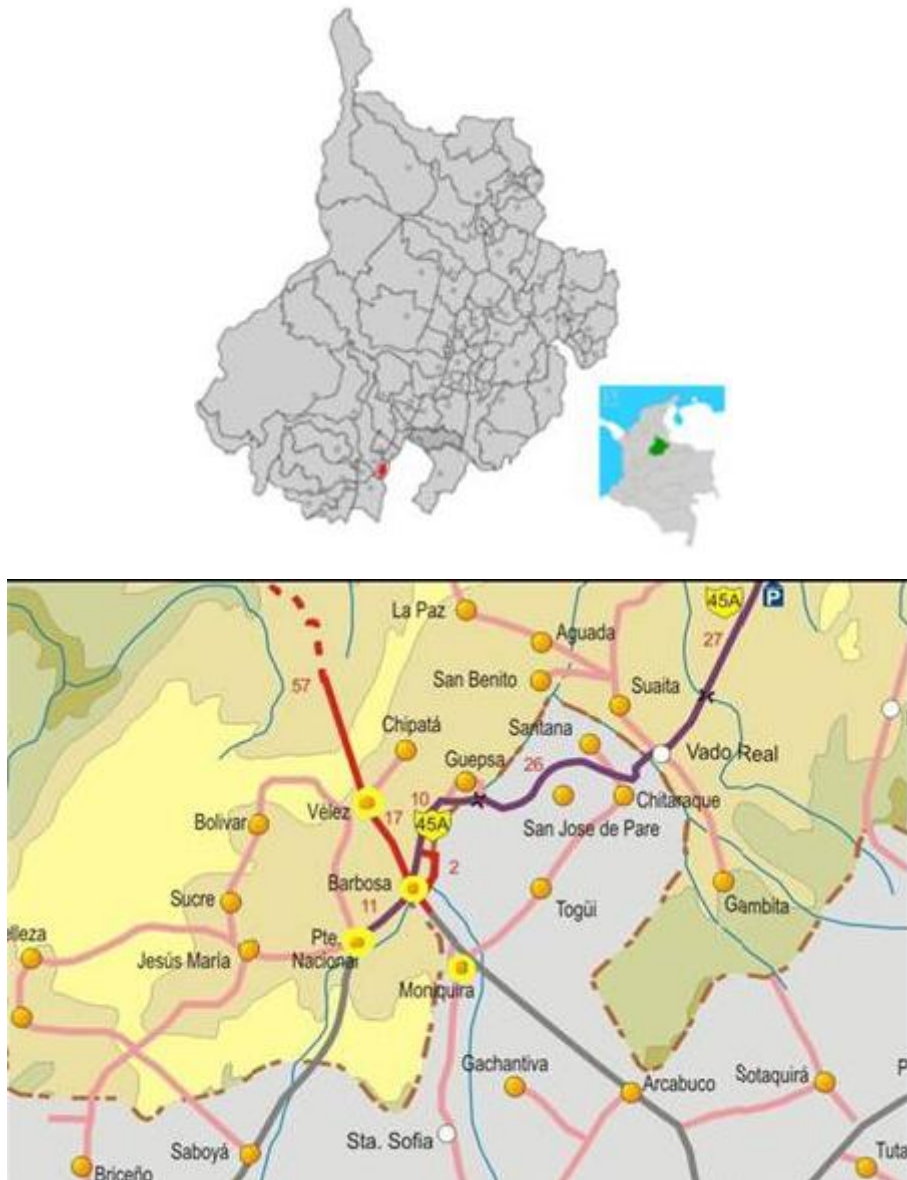
Cuadro 1. Composición del empleo por actividad económica

%	No. Empresas		No de empresa según personal ocupado			Total personal ocupado por actividad	
	No. Empresas	%	Entre 1 y 10	Entre 11 y 49	No reporta	Total personal ocupado	%
Agropecuario	5	1.2%	4	0	1	6	0.7%
<b>Industria manufacturera Secundario</b>	<b>52</b>	<b>11.5%</b>	<b>43</b>	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>128</b>	<b>14.1%</b>
Electricidad, gas y agua	7	1.5%	5	2	0	75	8.2%
Construcción	17	3.9%	11	0	6	18	2.0%
Comercio	277	61.5%	234	2	41	423	46.5%
Transportes y comunicaciones	12	2.7%	10	0	2	18	2.0%
Otros servicios	80	17.7%	66	4	10	241	26.5%
<b>Total</b>	<b>450</b>	<b>100</b>	<b>373</b>	<b>9</b>	<b>68</b>	<b>909</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Equipo de investigación CER, a partir de la información del registro de la Cámara de Comercio de la ciudad de Bucaramanga.

## UBICACIÓN GEOGRÁFICA.

Figura 10. Ubicación municipio de Barbosa, Santander

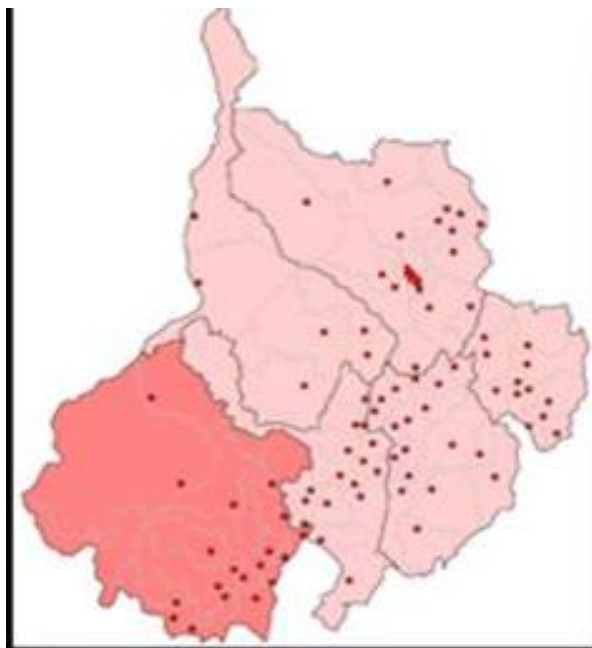


**Puente Nacional**, se encuentra ubicado al Sur del Departamento de Santander. La Cabecera dista a 225 Km, de la Capital Bucaramanga y 165 Km de Santafé de Bogotá. Limita Políticamente por el Norte con Guavatá y Barbosa, por el Oriente con Monquirá y Santa Sofía que pertenece al departamento de Boyacá

al igual que Saboyá que limita con Puente Nacional por el Sur, y al Occidente limita con Albania y Jesús María. La cabecera municipal está situada a 1590 metros sobre el nivel del mar, tiene una Temperatura media de 22 Grados Centígrados, Hidrográficamente el municipio se localiza sobre la Cuenca del Rio Suarez<sup>20</sup>.

**Vélez**, se haya situado en el extremo sur del Departamento de Santander, en límites con Boyacá en la Provincia de Vélez y Ricaurte. Vélez tiene una extensión de 29848 hectáreas, localizado en el centro de la provincia y el sur del Departamento de Santander. Desde el Siglo XVI, se ha constituido en el centro de referencia administrativa más importante de la provincia, como quiera que todo el territorio que ocupan los 19 municipios reciba el nombre de Vélez. El municipio de Vélez es el eje central de la economía de la provincia hacia allí confluyen las personas de los diferentes municipios a comercializar los productos agrícolas y pecuarios, es considerado como el principal mercado regional de bovinos, equinos, porcinos y un excelente distribuidor de productos agrícolas.

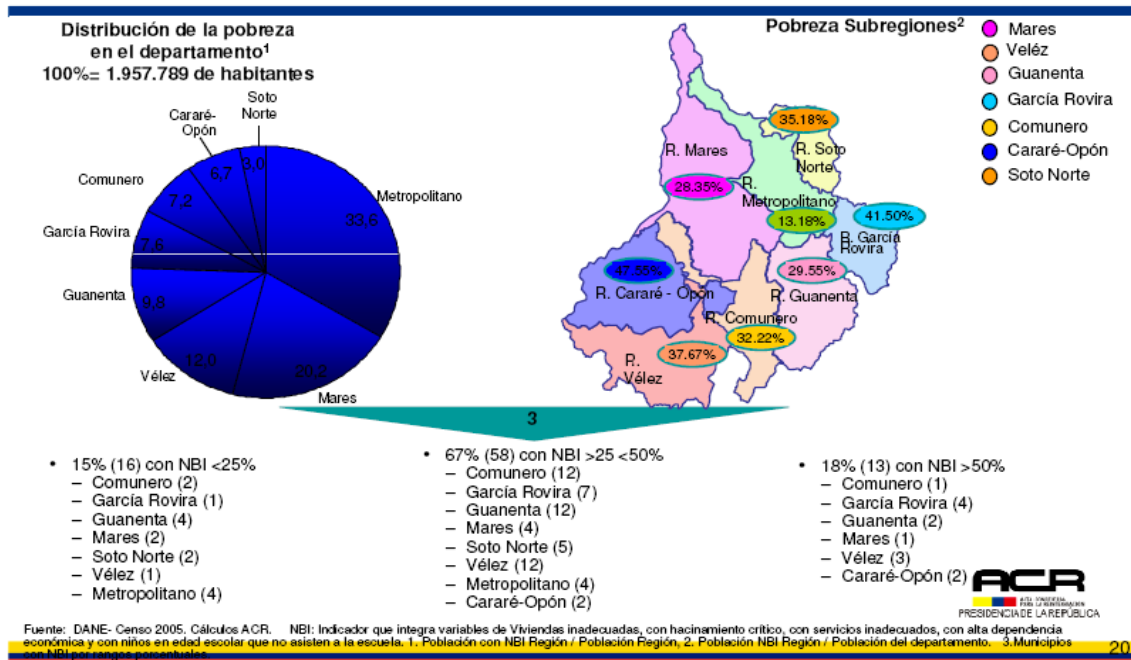
Figura 11. División por regiones de Santander y distribución de cabeceras municipales.



<sup>20</sup> <http://www.puentenacional-santander.gov.co/index.shtml>

- Aspectos social y económico Provincia de Vélez<sup>21</sup>:

Figura 12. Aspectos socioeconómicos del departamento de Santander



<b>Población y número de municipios</b>	137.432 Personas 46.807 Personas en Cabecera 90.625 Personas en Resto	16 municipios
<b>Municipios</b>	Aguada, Albania, Barbosa, Bolivar, Chipatá, El Peñón, Florián, Guavatá, Güepsa, Jesús María, La Belleza, La Paz, Puente Nacional, San Benito, Sucre, Vélez. 18 corregimientos – 53 caseríos – 7 inspecciones de policía – 10 centro pob.	
<b>Vocación económica</b>	Agropecuaria, caña panelera Comercializadora de bocadillo <sup>1</sup> .	

<b>Indicadores sociodemográficos</b>	<b>Población SISBEN Niveles 1,2 y 3 Jul. 2007</b>	129.844 personas (8,91% de inscritos en el dpto)	Nivel 1: 67.264 personas 51,80%	Nivel 2: 49.000 personas 37,74%	Nivel 3: 13.580 personas 10,46%
	<b>NBI (2005)</b>	51.776 personas - 40,99% de la Población Total 9.536 personas - 20,37% de la población en Cabecera 42.501 personas - 46,90% de la población en Resto			

<sup>21</sup> Diagnóstico Socioeconómico Departamento de Santander, Bogotá D.C, Junio 2008

## Provincia de Ricaurte (Boyacá)<sup>22</sup>

La provincia de Ricaurte es una de las 15 provincias del departamento de Boyacá (Colombia). Es una de las más turísticas del departamento. Está conformada por 13 municipios que son: Arcabuco, Chitaraque, Gachantivá, Moniquirá (Capital Provincial), Ráquira, Sáchica, San José de Pare, Santana, Santa Sofía, Sutarmachán, Tinjacá, Togüí, Villa de Leyva.

Figura 13. División política de Boyacá, provincia Ricaurte



**Moniquirá**, ubicada en la parte Noroccidental del departamento Boyacá, es la capital de la provincia de Ricaurte, con una temperatura de 20°C. Limita al norte con San José de Pare, por el oriente con Togüí y Arcabuco, por el sur con Gachantivá y Santa Sofía y por el Occidente con el departamento de Santander tiene una Extensión total: 220 Km<sup>2</sup>, y la altitud de la cabecera municipal es de 1700 m.s.n.m.

<sup>22</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Categor%C3%ADa:Provincias de Boyac%C3%A1](http://es.wikipedia.org/wiki/Categor%C3%ADa:Provincias_de_Boyac%C3%A1)

## MARCO DE REFERENCIA LEGAL

### **Constitución Política de 1991.**

Que consagra como obligación del Estado y de las personas, proteger las riquezas culturales y naturales de la nación y reconoce a Colombia como país multicultural y diverso. Estos principios sirven de base para la definición del papel del Estado sobre la cultura y para fijar políticas de desarrollo en torno a la cultura, Igualmente la Carta Magna, en su artículo 333, que destaca la función social de la empresa como base del desarrollo, criterio fundamental de la responsabilidad del sector privado del turismo y de las artesanías.

### **Fundamentos constitucionales**

Debido a la importancia que tiene en la sociedad las entidades sin ánimo de lucro, la Constitución Política establece los criterios que guían su creación. El artículo 2 le da un especial carácter a la participación de la ciudadanía en la vida económica, política, administrativa y cultural de la Nación: **Art. 2º. Fines del Estado.** Son fines esenciales del Estado: Servir a la comunidad, promover la prosperidad general y garantizar la efectividad de los principios, derechos y deberes consagrados en la Constitución; facilitar la participación de todos en las decisiones que los afectan y en la vida económica, política, administrativa y cultural de la nación; defender la independencia nacional, mantener la integridad territorial y asegurar la convivencia pacífica y la vigencia de un orden justo.

De igual forma la misma Carta Política consagra como derecho fundamental el derecho de asociación: **Art. 38. Derecho de asociación.** Se garantiza el derecho de libre asociación para el desarrollo de las distintas actividades que las personas realizan en la sociedad. Este derecho es el principal argumento para darle vida jurídica a las entidades sin ánimo de lucro, pues es el respaldo para cualquier grupo de personas que se reúnan bajo un ideal y propósito común con el fin de alcanzar un fin a favor de la sociedad y sin interés alguno de percibir lucro por el mismo.

Con el fin de garantizar el uso debido de las rentas de estas entidades, la Constitución le encarga directamente al Presidente de la República ejercer la inspección y vigilancia sobre las mismas. De esta forma el numeral 26 del artículo 189 prevé: **Art. 189. Calidades y Competencias Presidenciales.** Corresponde al Presidente de la República como jefe de Estado, jefe del gobierno y suprema autoridad administrativa: 26) Ejercer la inspección y vigilancia sobre instituciones de utilidad común para que sus rentas se conserven y sean debidamente aplicadas y para que en todo lo esencial se cumpla con la voluntad de los fundadores. Esta facultad ha sido delegada por el Presidente de la República en cabeza de los gobernadores de los departamentos y en el caso de Bogotá, Distrito Capital, esta facultad la ejerce el Alcalde Mayor de Bogotá.

### **Convención de la UNESCO para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial**

Suscrita por Colombia como Estado Miembro de esta organización, donde se compromete a desarrollar programas y acciones para contribuir a la creación o a la consolidación de industrias culturales y cooperar en el desarrollo de las infraestructuras y las competencias necesarias a apoyar la creación de mercados locales viables y facilitar el acceso de los bienes culturales de Colombia al mercado mundial y a los circuitos internacionales de distribución. A través de este instrumento internacional, el Gobierno Colombiano ha obtenido la declaración del Carnaval de Barranquilla como Obra Maestra del Patrimonio oral e Intangible de la Humanidad y del Palenque de San Basilio en la categoría de Espacio Cultural, expresiones que incorporan el elemento artesanal en los trajes, instrumentos musicales, saberes prácticos y demás tradiciones que integran el conglomerado de manifestaciones populares de las mismas, configurando excelentes oportunidades para el tema turístico en estas regiones.

**Ley 36 de 1984 "Ley del Artesano":** mediante la cual se reglamenta la profesión de artesano. Se considera artesano a la persona que ejerce una actividad profesional creativa en torno a un oficio concreto en un nivel

preponderantemente manual y conforme a sus conocimientos y habilidades técnicas y artísticas, dentro de un proceso de producción.

**Ley 300 de 1996.** Ley General de Turismo, que reconoce al turismo como una actividad prioritaria para el desarrollo económico del país y de sus regiones e identifica las modalidades de turismo relacionadas con el aprovechamiento del patrimonio cultural, La norma establece igualmente que a través del Plan Sectorial de Turismo se deben definir los elementos para que el turismo encuentre condiciones favorables para su desarrollo en el ámbito cultural.

**Ley 397 de 1997.** Ley General de Cultura, que de acuerdo con el mandato constitucional, estableció los roles de actuación del Estado frente a la cultura, a partir de la función social del patrimonio, su reconocimiento, aprovechamiento y protección, en coordinación con las entidades territoriales, estableciendo como principios, entre otros, la difusión del patrimonio cultural de la Nación. Esta norma señala, en su artículo 18, a la artesanía como una -expresión cultural tradicional" objeto de estímulos por parte del Estado, en desarrollo de los artículos 70, 71, y 72 de la Constitución Política de Colombia.

**Leyes 590 de 2000 y su reforma a través de la Ley 205 de 2004,** donde se dictan disposiciones para la promoción y el fomento de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se establece su clasificación según sus activos y número de trabajadores, la cual regula las principales actuaciones de las empresas artesanales y turísticas.

**Ley 1101 de 2006,** por la cual se modifica la Ley General de Turismo, en especial sus artículos 4, 5 y 6, que establecen el impuesto con destino al turismo como inversión social, su recaudo y destinación a la promoción y competitividad del sector.

**La Ley 1185 de 2008,** que modifica la Ley General de Cultura, definiendo el patrimonio cultural y con base en este concepto amplía la gestión y la función del

mismo para la sociedad colombiana .

**Decreto 258 de 1987**, que reglamenta la ley 36 de 1984 y organiza el registro nacional de artesanos gremiales de artesanos como función de la sociedad, en su artículo 30.

**El documento CONPES 3484 de 2007**, Política Nacional para la transformación productiva y la promoción de las micro, pequeñas y medianas empresas, como un esfuerzo público-privado, donde se promueven estrategias que impactan tanto al turismo como a la artesanía, dada su alta participación en el sector de las MIPYMES.

**Plan Decenal de Cultura 2001-2010**, Hacia la construcción de una ciudadanía democrática cultural", que destaca la producción artesanal como valiosa para la construcción de proyectos colectivos de Nación, en la que se generan condiciones para la sostenibilidad de la diversidad y el diálogo cultural, sin desconocer su importante papel como dinamizador de la economía.

**Plan Nacional de Desarrollo 2007-2010 "Estado Comunitario: desarrollo para todos"** que da especial trascendencia al turismo, como sector exportador y de gran importancia para la recuperación de la economía y la confianza de las regiones. Así mismo destaca al sector artesanal como fundamental para la productividad y la generación de empleo en las comunidades. Este plan establece los lineamientos para la política de desarrollo empresarial, donde se contempla el diseño e implementación de "estrategias específicas de productividad y competitividad para las micro, pequeñas y medianas empresas, para el sector artesanal, para el turismo y la producción de energías alternativas"<sup>23</sup>.

**Plan Sectorial de Turismo 2008-2010**. "Colombia, destino turístico de clase mundial", que tiene como objetivo, consolidar los procesos regionales de

---

<sup>23</sup> Colombia, Departamento Nacional de Planeación. DNP. Plan Nacional de Desarrollo 2007 2010 "Estado comunitario: desarrollo para todos". Bogotá, 2007.

turismo de tal manera que se disponga de una oferta de productos y destinos altamente competitivos de clase mundial para los mercados nacionales e internacionales. Este Plan contempla como lineamiento específico la definición de políticas para los p<sup>r</sup>oductos de turismo especializado, como es el caso del turismo cultural.

**Política de Turismo Cultural, identidad y desarrollo competitivo del patrimonio**", que traza unos lineamientos estratégicos para articular las iniciativas de los sectores turístico y cultural de manera sostenible, fortaleciendo la gestión y promoción turística cultural; así como la organización y mejora de la oferta, diseñando productos de turismo cultural atractivos y diferenciados, que sean el mejor vehículo de comunicación de la enorme riqueza cultural del país. Una de las estrategias que promueve esta política se enuncia como "Fortalecimiento de la **cadena productiva artesanal en** destinos turísticos culturales"<sup>24</sup>

#### **Las artesanías y el derecho de autor**<sup>25</sup>

El concepto de producción artesanal, definido de la manera más simple, nos remite a la fabricación de objetos en donde predomina el trabajo manual, complementado, en muchos casos, con el uso de máquinas o herramientas rudimentarias. El producto del trabajo artesanal suele combinar cualidades utilitarias con expresiones artísticas, casi siempre relacionadas con la tradición, el folclor y la cultura de un entorno geográfico particular.

El trabajo artesanal visto desde una perspectiva socio-económica, no solamente constituye un ámbito importante de generación de empleo, especialmente para amplios conglomerados de la población colombiana que tienen asentamiento en la provincia, sino que, además, forma parte de la cultura de los pueblos, y en tal calidad, preservador y transmisor de valores y contenidos simbólicos que nos

---

<sup>24</sup> Colombia. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo — Ministerio de Cultura. Política de Turismo Cultural identidad y desarrollo competitivo del patrimonio

<sup>25</sup> **DIRECCION NACIONAL DE DERECHO DE AUTOR CIRCULAR No. 10**, Para: Artesanos y cadenas productivas de las artesanías, De: Unidad Administrativa Especial Dirección Nacional de Derecho Autor, 5 de Diciembre de 2003

identifican como nación, definiendo, a la vez, perfiles concretos de nuestra diversidad étnica y cultural.

Las expresiones artísticas involucradas en el trabajo artesanal, constituyen el objetivo central de la circular (DIRECCION NACIONAL DE DERECHOS DE AUTOR CIRCULAR No. 10, Para: Artesanos y cadenas productivas de las artesanías, De: Unidad Administrativa Especial Dirección Nacional de Derecho Autor, 5 de Diciembre de 2003), toda vez que las mismas forman parte de la protección del derecho de autor. Dentro de este contexto, se buscará precisar bajo qué circunstancias especiales el artesano se convierte en autor; cuáles son las expresiones artísticas protegidas; cuáles son las prerrogativas que la legislación autoral de nuestro país le concede en su favor y, finalmente, cuáles son las condiciones para el apropiado ejercicio de dichas prerrogativas.

### **El derecho de autor en el ámbito de la producción artesanal**

Por obra artística entendemos que es aquella creación cuya finalidad es la de apelar al sentido estético de la persona que la contempla<sup>26</sup>. Definición ésta que es recogida por el artículo 3 de la Decisión 351 de 1993 en su apartado “obras plásticas o de bellas artes”, y en donde se agrega, que éstas son las pinturas, los dibujos, la escultura, los grabados y la litografía.

Otra categoría de obras artísticas, son las obras de “arte aplicado”, entendidas como aquellas creaciones artísticas con funciones utilitarias o incorporadas en un artículo útil, ya sea una obra de artesanía o producida a escala industrial, como la define la norma comunitaria.

La creación artística se nutre y se vale de muchos elementos que permiten ser transformados y que pueden convertirse en obras artísticas. Es importante recabar que ni los materiales, la forma de producción o transformación, el aspecto de un producto, el principio técnico que rige su funcionamiento, ni la función técnica de la forma del producto alcanzan per sé la condición de obra.

---

<sup>26</sup> OMPI- Glosario de Derecho de Autor y derechos conexos, Ginebra 1980, pag13 voz 13

En este contexto, serán las “expresiones artísticas”, como los dibujos, las esculturas, los grabados, las litografías, entre otras, incorporadas en los objetos artesanales como obras de arte aplicada a la industria, las llamadas a ser protegidas por el derecho de autor.

### **La obra de arte aplicado**

Nuestra legislación comunitaria en derecho de autor y derechos conexos considera como obra de arte aplicado a la industria, las obras artísticas incorporadas en un artículo útil, ya sea en una obra de artesanía o producida a escala industrial.

Adicionalmente es oportuno recordar que se entiende por artesanía el arte manual consistente en producir a mano objetos elaborados en madera, piedra, metales u otros elementos, a través de diferentes oficios realizados por el hombre, como el tallado, la orfebrería, la cestería, la cerámica entre otros.

Así las cosas, en la categoría de obra de arte aplicado se encuentra la gran mayoría de las creaciones que producen los artesanos como son los diseños o modelos de bisutería, joyería, orfebrería, fabricación de muebles, papeles pintados, ornamentos, prendas de vestir, etc. Sin embargo, es oportuno mencionar que el derecho de autor concede un reconocimiento a la obra incorporada en el elemento utilitario y no a este en si mismo considerado.

### **Artesanías de Colombia<sup>27</sup>**

Es una empresa de economía mixta, adscrita al Ministerio de Comercio Industria y Turismo. Contribuye al progreso del sector artesanal mediante el mejoramiento tecnológico, la investigación, el desarrollo de productos y la capacitación del recurso humano, impulsando la comercialización de artesanías colombianas. Su misión es Contribuir al mejoramiento integral del sector artesanal estimulando el desarrollo profesional del recurso humano y garantizando la sostenibilidad del medio ambiente y la preservación del patrimonio cultural vivo, con el fin de elevar su competitividad.

---

<sup>27</sup> [http://www.artesantiasdecolombia.com.co/cliente/quienes/plantilla.jsp?idi\\_id=1&idPublicacion=2760&pla\\_id=2&sec\\_id=2385&sec\\_nombre=Identidad corporativa](http://www.artesantiasdecolombia.com.co/cliente/quienes/plantilla.jsp?idi_id=1&idPublicacion=2760&pla_id=2&sec_id=2385&sec_nombre=Identidad corporativa)

## **Asociaciones**

La creación de una entidad sin ánimo de lucro, ESAL, es relativamente sencilla en Colombia, pero deben atenderse las normas legales sobre el tema.

Para apoyar a los interesados en el proceso de crear una fundación o una corporación, a continuación presentamos información sobre: Sus fundamentos constitucionales y legales, Qué tipo de ESAL crear ¿fundación o corporación?, Cómo constituir una entidad sin ánimo de lucro, , Libros de las entidades sin ánimo de lucro, ESAL, Inspección, vigilancia y control por parte de las entidades gubernamentales.

## **Fundamentos legales**

De igual forma el Código Civil contempla expresamente las fundaciones y corporaciones como dos especies de personas jurídicas. De acuerdo con el artículo 633 de dicho Código, entendemos por persona jurídica "una persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones civiles y de ser representada judicial y extrajudicialmente". No obstante el Código Civil solo contempla las fundaciones y las corporaciones o asociaciones como personas jurídicas, es importante tener presente que también existen otras figuras que no tienen ánimo de lucro como son las entidades de naturaleza cooperativa y las iglesias y confesiones religiosas.

## **2. ESTUDIO DE MERCADOS**

### **2.1 OBJETIVOS**

#### **2.1.1 General**

Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda, la oferta, los canales de comercialización, los precios y la publicidad de artículos de bisutería artesanal, elaborados con semillas y fibras naturales. Y de esta forma determinar su viabilidad para la creación de la empresa.

#### **2.1.2 Específicos**

- Cuantificar la demanda actual y futura de artículos de bisutería y demás accesorios elaborados en semillas en Barbosa Santander y su área de influencia.
- Analizar la oferta de empresas similares y determinar el nivel de satisfacción de los clientes en lo que se refiere a la bisutería, para conocer cuáles son sus fortalezas y debilidades.
- Identificar los canales de comercialización actuales y de la empresa para garantizar a sus clientes cobertura y rapidez en las entregas.
- Analizar los precios del mercado y diseñar una estrategia para la fijación de precios que sea competitiva en el mercado
- Diseñar un programa publicitario y promocional, para dar a conocer la empresa y los productos en el mercado.

## 2.2 DESCRIPCION DEL PRODUCTO Y SERVICIO

### 2.2.1 Definición, información, usos y especificaciones del producto/servicio

#### Definición del producto

La empresa estará dedicada a la producción y comercialización de bisutería artesanal tales como collares, pulseras, aretes, accesorios religiosos (denarios y camándulas), elaborados con semillas vegetales como las lágrimas de San Pedro, Pionías, platanillo, camajuro, estas semillas y los demás insumos con los que son 80% biodegradables y 20% reciclables por ese motivo contribuyen con las políticas de protección y conservación del medio ambiente y están a la vanguardia con las tendencias internacionales de la moda que promueven la utilización de accesorios biodegradables.

Figura 14. Collares, camándulas y aretes en semillas diseñados a base de semillas

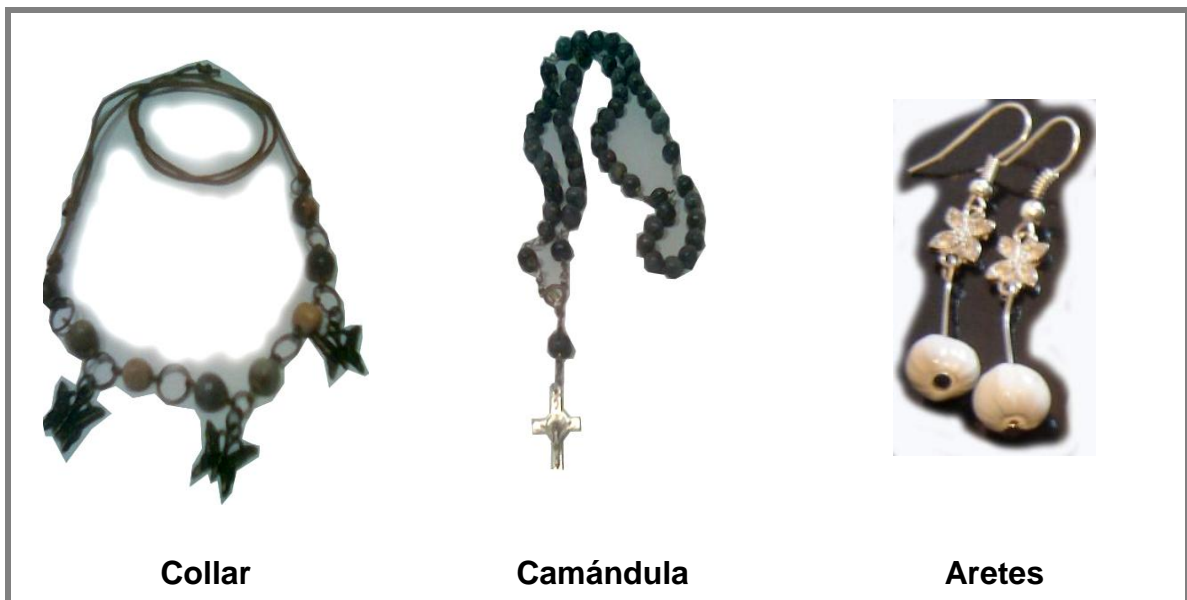


Figura 15. Pulseras y aretes elaborados a base de semillas



**Definición de servicio:**

Una empresa dedicada a la producción y comercialización de accesorios y bisutería con diseños innovadores y precios asequibles.

**Usos del producto:**

La bisutería y accesorios a base de semillas y fibras constituyen un complemento para el vestuario de las mujeres, generando una sensación de satisfacción a la necesidad de estética y armonía femenina. Los accesorios se venderán por separado para que las mujeres armen juegos según su gusto.





**Usos del servicio:**

La empresa prestara el servicio de comercialización de bisutería artesanal al mayor y al detal.

**Especificación del producto:**

**Material.** El 80% de los accesorios serán elaborados en semillas vegetales, y el 20% tendrá ensambles metálicos o elásticos y fibras como el fique, cáñamo, otras a base de algodón.

**Cuadro 2. Tipos de semillas empleadas en la elaboración de los accesorios.**

<b>SEMILLAS</b>			
			
<p><b>Nombre común :</b> Lágrima de San Pedro</p> <p><b>Nombre científico :</b> Coix lacryma-jobi</p> <p><b>Colores :</b> café y gris</p>	<p><b>Nombre común:</b> pionia, chocha, chocho</p> <p><b>Nombre científico:</b> LupinusmutabilisSweet.</p> <p><b>Colores:</b> escala de rojos a naranja</p>	<p><b>Nombre común:</b> platanillo</p> <p><b>Nombre científico :</b> Canna indica.</p> <p><b>Colores:</b> negro</p>	<p><b>Nombre común:</b> camajuro</p> <p><b>Colores:</b> todos</p>

**Especificaciones del servicio:**

El servicio se prestara persona a persona, directamente en la fábrica o vía e-mail por orden de pedido.

**2.2.2 Productos sustitutos**

Los productos sustitutos son los accesorios elaborados en otras clases de semillas y materiales como Tagua, semillas de frutas, pipas (semillas), corteza de coco, etc.

**2.2.3 Productos Complementarios**

Los accesorios elaborados en semillas y fibras naturales( collares, aretes, pulseras, denarios y camándulas ) serán el complemento de vestuario, tales como correas, sandalias que hacen parte de un conjunto de elementos que visten elegantemente a la mujer.

## **2.2.4 Atributos diferenciadores del producto y servicio con respecto a la competencia**

Los accesorios son elaborados con semillas y recursos propios de la provincia de Vélez, uno de los aspectos que los diferencian de los demás accesorios que se venden en la región, creando una conciencia de pertenencia y ambientalista con el entorno, con diseños adaptables a los estilos que impone la moda. Las clientes podrán conformar los juegos de accesorios que deseen, siendo una característica nueva y diferente en el sector de la bisutería de la región.

La empresa será pionera en la región en lo referente a la adecuada utilización de los recursos naturales y en la contribución a la reforestación de plantas en vía de extinción. Así mismo se establecerán y tendrán en cuenta los estándares de calidad en la producción de cada artículo, en su empaque.

En lo que respecta al servicio al empresa busca competir con el servicio post venta, asesoría en el uso de accesorios y combinación de los mismos de acuerdo al vestuario, cumplimiento de las condiciones de entrega de los accesorios.

## **2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO**

### **2.3.1 Mercado potencial**

Mujeres mayores de 15 años de las ciudades capitales como Bogotá, Bucaramanga, Medellín con proyección al mercado internacional (Estados Unidos, México y España)

### **2.3.2 Mercado objetivo**

El mercado objetivo de la empresa son 9249 mujeres de Barbosa Santander y su cobertura, los municipios de Vélez, Puente Nacional Santander y Moniquirá Boyacá, se concentrara en mujeres entre los 15 a 45 años, que cumplan los diferente roles dentro de la sociedad como ejecutivas, estudiantes, amas de casa que tengan su propio estilo y quieran lucir diseños innovadores y llamativos.

Las mujeres de los municipios mencionados se desplazan con regularidad a comprar en el municipio de Barbosa (Santander) porque es considerado el epicentro comercial más importante de la región, razón por la cual se estima tener un punto de venta en este municipio y posteriormente posicionar diferentes puntos de venta a los municipios de cobertura.





## **2.4. LA DEMANDA**

### **2.4.1 Investigación de mercados**

**Planteamiento del problema.** Actualmente se evidencia que Barbosa Santander como epicentro comercial de la región ha tenido un gran crecimiento en el sector de los accesorios femeninos artesanales e industrializados que provienen de otras ciudades del país. Es necesario realizar una investigación para valorar la aceptación de los accesorios en cada una de sus clases, artesanales, elegantes, formales e informales.

Se hace necesario desarrollar un proceso de investigación que lleve a encontrar una oportunidad comercial que promueva la elaboración de artículos de bisutería artesanal.

#### **Necesidades de información**

-  Intención de compra actual y futura de las mujeres de los municipios de cobertura, mediante encuestas y demostraciones de los accesorios.
-  Empresas dedicadas a la producción y/ o comercialización de bisutería en la región, y empresas proveedoras de accesorios. Mediante encuestas y entrevistas, consultas en internet, encuestas
-  Canales de comercialización empleados en la distribución de la bisutería, mediante encuestas y entrevistas.
-  Precios del mercado y estrategias de fijación de precios mediante encuestas y entrevistas.

### Consumidor final

Conocer las inclinaciones respecto a la moda en accesorios y bisutería.  
Determinar los gustos de las mujeres que compran accesorios y bisutería.  
Medir la aceptación de los nuevos productos.

### Ficha Técnica de la demanda

**Cuadro 3. Ficha técnica de la investigación de mercados**

<b>Consumidor</b>	
<b>Tipo de investigación.</b>	<b>Descriptiva y concluyente</b> : Porque permite identificar características del mercado preferencia, hábitos de compra y gustos, y permite concluir acerca de las mejores opciones desde su selección y evaluación.
<b>Método de investigación</b>	<b>Deductivo:</b> Inicia con el análisis de fenómenos como la oferta y la demanda con el propósito de llegar a conclusiones específicas en cada uno de ellos, empleando las fuentes primarias y secundarias de la región.
<b>Fuentes y técnicas de recolección de la información</b>	<b>Fuentes primarias.</b> Se recopiló información a través de encuestas dirigidas a mujeres entre 15 y 45 años en el municipio de Barbosa Santander y su área de cobertura (Monquirá, Puente Nacional, y Vélez), <b>Fuentes secundarias.</b> Para esta investigación se buscó apoyo en las páginas Web del DANE. <a href="http://puentenacional-santander.gov.co/index.shtml">http://puentenacional-santander.gov.co/index.shtml</a> <a href="http://www.barbosa-santander.gov.co/index.shtml">http://www.barbosa-santander.gov.co/index.shtml</a> <a href="http://velez-santander.gov.co/index.shtml">http://velez-santander.gov.co/index.shtml</a> <a href="http://www.moniquira.net/">http://www.moniquira.net/</a>

**Cuadro 3. (Continuación)**

<b>Instrumento</b>	Cuestionario (ver anexo E)
<b>Modo de aplicación</b>	Directa
<b>Definición de la población</b>	<p><b>Población:</b> La población de la demanda son 9249 mujeres entre los 15 y 45 años de edad que usen bisutería, residentes en Barbosa, Vélez, Puente Nacional ( Santander) y Moniquirá (Boyacá)</p> <p><b>Elemento:</b> mujeres entre los 15 y 45 años de edad que usen bisutería</p> <p><b>Unidad:</b> mujeres</p>
<b>Alcance</b>	Geográficamente la investigación se desarrolla en el municipio de Barbosa y su área de cobertura Vélez, Puente Nacional ( Santander)y Moniquirá (Boyacá)
<b>Tiempo de Aplicación:</b>	Periodo de tiempo. 15 de abril al 20 de mayo de 2010.
<p><b>Proceso de Muestreo</b></p> <p>Para calcular la muestra representativa de la población, se empleó la fórmula de muestreo aleatorio simple, con un margen de error del 5 %.</p> $n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{e^2 (N - 1) + Z^2 * Q * P}$ <p>Z= 1.96      P= Probabilidad de éxito</p> <p>Q= Probabilidad de fracaso</p> <p>e= Margen de error</p> <p>N= total de la población (mujeres)</p> <p><b>Calculo de la Muestra (n)</b></p> <p style="text-align: center;"><b>n= muestra</b></p> $n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 9.249}{0.05^2 (9.249 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5} = 369 \rightarrow 370$	

## Proceso de muestreo y determinación del tamaño de la muestra

**Cuadro 4. Calculo del tamaño de la muestra por edades.**

MUNICIPIO	POBLACIÓN TOTAL	% HOMBRES	% MUJERES
Barbosa	26.557	48.3%	51.7%
Puente Nacional	14.062	49.4%	50.6%
Vélez	19.590	49.8%	50.2%
Moniquirá	21.852	49.7%	50.3%

Fuente: DANE

MUNICIPIO	POBLACIÓN TOTAL MUJERES	% MUJERES EN EDADES DE 15 A 45 AÑOS <sup>28</sup>	POBLACION REAL SEGMENTO
Barbosa	13.740	23.5 %	<b>3.229</b>
Puente Nacional	7.115	22.4 %	<b>1.594</b>
Vélez	9.834	23.1 %	<b>2.272</b>
Moniquirá	10.991	19.6 %	<b>2.154</b>
<b>TOTAL POBLACION MUJERES, SEGMENTO EDADES 15 A 45 AÑOS.</b>			<b>9.249</b>

Fuente: DANE

<sup>28</sup> [www.dane.gov.co](http://www.dane.gov.co)- COLOMBIA. Censo General 2005

**Cuadro 5. Distribución de la población**

MUNICIPIO	POBLACION REAL SEGMENTO	Porcentaje de participación en la muestra	Numero de encuestas por municipio (muestra 370 mujeres)
Barbosa	3.229	35%	130
Puente Nacional	1.594	17%	63
Vélez	2.272	25%	92
Moniquirá	2.154	23%	85
TOTAL	9.249	100%	370

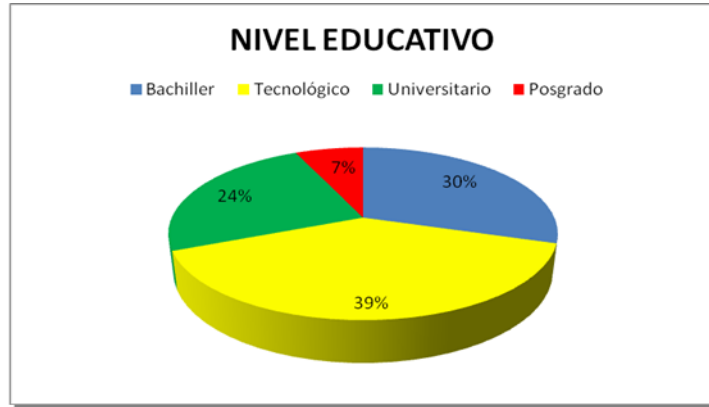
#### 2.4.2 Tabulación, presentación y análisis de resultados

**Nivel educativo:** La mayoría de las mujeres encuestadas, 63%, tienen una formación tecnológica y universitaria. Factor relevante para la empresa en la medida en que se puede promover el uso de accesorios biodegradables apoyada en la educación ambiental.

**Cuadro 6. Nivel educativo de las mujeres encuestadas**

Nivel Educativo	No. Personas	%
Bachiller	110	30%
Tecnológico	145	39%
Universitario	90	24%
Posgrado	25	7%
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

Figura 16. Nivel educativo



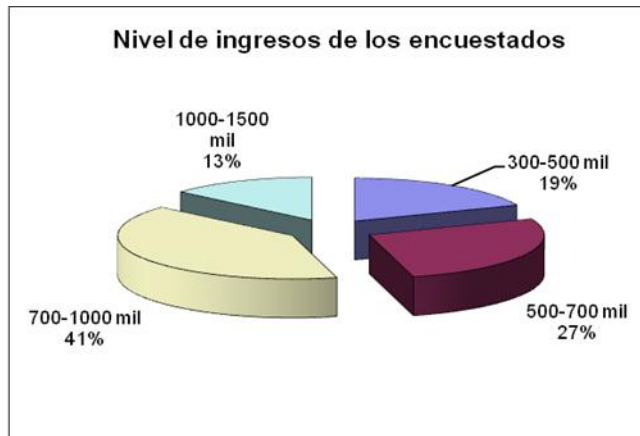
### NIVEL DE INGRESOS

El 41% de las mujeres tienen ingresos entre \$700.001 y \$1'000.000 condición relevante para la adquisición de accesorios y bisutería.

Cuadro 7. Nivel de ingresos de mujeres encuestadas

Nivel Ingresos	No. Personas	%
Entre \$300.000 y \$500.000	70	19%
Entre \$500.001 y \$700.000	100	27%
Entre \$700.001 y \$1.000.000	150	41%
Entre \$1.000.000 y \$1.500.000	50	14%
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

Figura 17. Nivel de ingresos



## ACEPTACIÓN DE BISUTERÍA Y/O ACCESORIOS

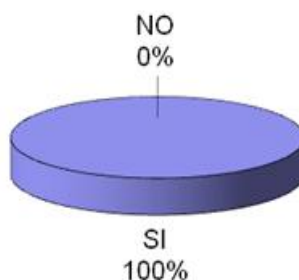
El 100% de las mujeres compran algún tipo de accesorios y bisutería, un buen indicador para esta nueva propuesta.

**Cuadro 8. Aceptación de bisutería y/o accesorios**

Aceptación de Bisutería y/o Accesorios	No. Personas	%
Si	370	100%
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

Figura 18. Aceptación de accesorios y/o bisutería

Suele comprar bisutería?



## MARCA DE BISUTERIA

El 84% de las mujeres encuestadas manifiestan no tener ningún tipo de preferencia en marca al comprar la bisutería que usa. Aspecto relevante para la incursión de una nueva empresa.

**Cuadro 9. ¿Tiene alguna marca especial de bisutería?**

Tiene alguna marca especial de bisutería?	No. Personas	%
SI	60	16%
NO	310	84%
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

Figura 19. Marca de bisutería



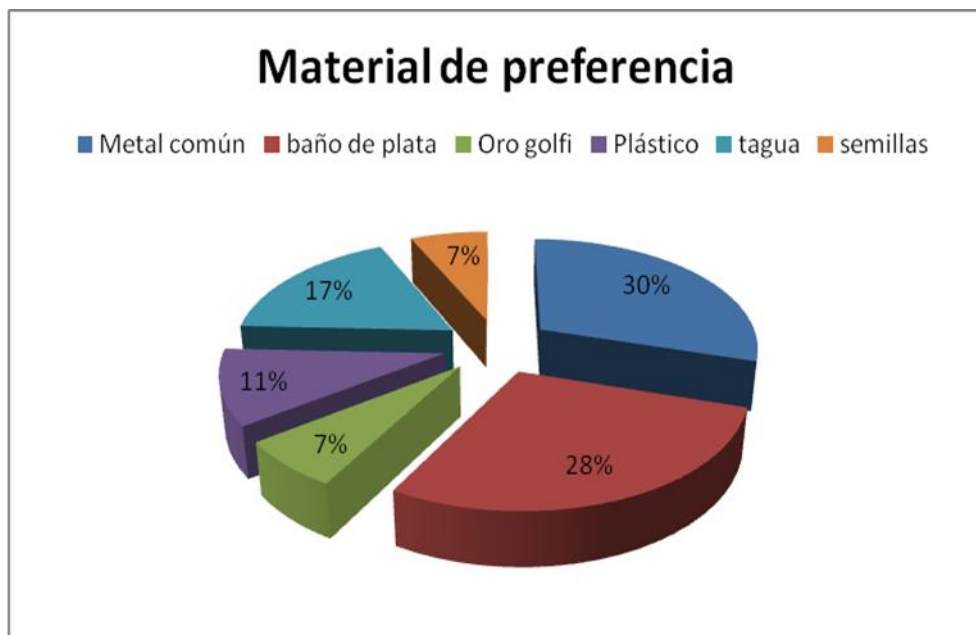
## MATERIAL BISUTERIA

El 65% de las mujeres encuestadas prefiere la bisutería elaborada en materiales asociados a un estilo elegante (metal común, baño en plata, oro golfi); un 35 % gusta de materiales empleados en bisutería más informal (plástico, tagua y semillas) lo que se considera un porcentaje significativo. Cabe aclarar que la empresa utiliza metal común como complemento en la elaboración de los accesorios.

**Cuadro 10. Material en que se prefiere la bisutería**

En que material prefiere la bisutería?		No. Personas	%
Elegant	Metal común	220	30%
	baño de plata	210	28%
	Oro golfield	50	7%
Informal	Plástico	80	11%
	Tagua (artesanal)	130	17%
	Semillas(artesanal)	50	7%
<b>TOTAL respuestas</b>		<b>840</b>	<b>100%</b>

Figura 20. Material de bisutería



### TIPO DE SEMILLAS

El 97% de las mujeres que afirman comprar bisutería en semillas desconoce el tipo de semillas. Oportunidad para la empresa de promover el conocimiento de los recursos naturales de la región.

### Cuadro 11. ¿Conoce el tipo de semillas?

¿Conoce el tipo de semillas?	
Si	360
No	10
<b>Total</b>	<b>370</b>

Figura 21. Conoce el tipo de semillas de la bisutería que utiliza.



#### FORMA PREFERIDA PARA LAS PIEDRAS O CUENTAS DE LA BISUTERIA

La encuesta demostró que las mujeres no tienen preferencia respecto a la forma de las piedras o cuentas de la bisutería que usan solo un bajo porcentaje tiene en cuenta ese aspecto. Oportunidad para la empresa de incursionar con semillas de diferentes formas.

Cuadro 12. Forma preferida para las piedras o cuentas de la bisutería

Forma	No. Personas	%
Redonda	10	3%
Cuadrada	0	0%
Ovalada	10	3%
Rombo	0	0%
Asimétrica	20	5%
No tiene preferencia	330	89%
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

Figura 22. Formas preferida para las piedras o cuentas de la bisutería



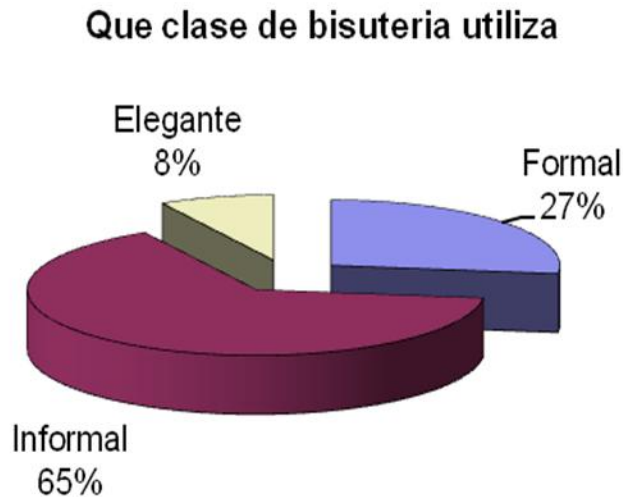
### CLASE DE BISUTERÍA

El 65% de la mujeres encuestadas prefieren la bisutería informal( artesanal) por su comodidad respecto al precio para la empresa es importante este aspecto debido a que la mayoría de la bisutería que se pretende elaborar es artesanal. Aunque como se aclaró anteriormente el metal común aunque se clasifica para un estilo elegante y formal es empleado por la empresa para elaborar algunos de sus accesorios.

### Cuadro 13. Clase de bisutería

Clase de bisutería	No. Personas	%
Formal	100	27%
Informal(artesanal)	240	65%
Elegante	30	8%
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

Figura 23. Clase de bisutería que utiliza.



## LUGAR DE COMPRA

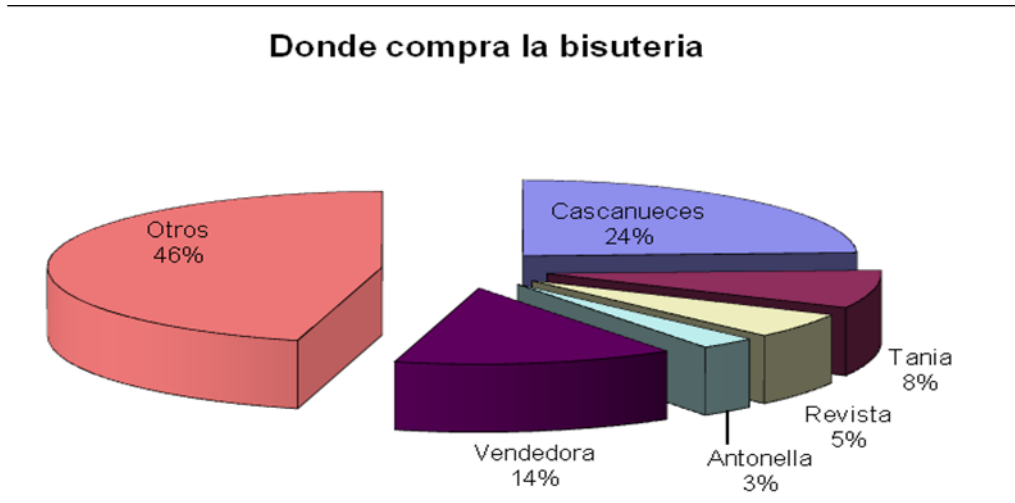
El 46% de las mujeres encuestadas no hacen referencia específica a un lugar de compra la empresa debe aprovechar este aspecto para posicionarse como un punto reconocido dentro del mercado, que le permita ser recordado por sus consumidores o clientes. Así mismo se muestra la inclinación de las clientes por un lugar específico (Cascanueces), que sería la principal competencia.

**Cuadro 14. Lugar de compra de la bisutería**

Lugar	No. Personas	%
Cascanueces	90	24%
Tania	30	8%
Revista	20	5%
Antonella	10	3%
Ventas de accesorios	50	14%
Otros <sup>29</sup>	170	45.9%
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

<sup>29</sup> Lugares de los cuales las consumidoras no recuerdan el nombre, no reparan en esos detalles.

Figura 24. Lugar de compra de la bisutería.



## FRECUENCIA DE COMPRA

El 76% de las mujeres encuestadas compran cada 2 meses bisutería, y en promedio las mujeres encuestadas compran 5 veces en el año, es una frecuencia favorable para el sector dedicado a la producción y comercialización de estos artículos.

**Cuadro 15. Frecuencia de compra**

Frecuencia	Frecuencia en días	No. Personas	%	Promedio ponderado
1 vez al mes	Cada 30 días	30	8%	$30 \times 0.08 = 2.4$
Cada 2 meses	Cada 60 días	280	76%	$60 \times 0.76 = 45.6$
Cada 5 meses	Cada 150 días	60	16%	$150 \times 0.16 = 24$
<b>TOTAL</b>		<b>370</b>	<b>100%</b>	Cada 72 días

**360 días /72 días =5 veces al año**

Figura 25. Frecuencia de compra de la bisutería



### CANTIDADES DE COMPRA ACTUAL

La encuesta demostró la preferencia de las mujeres por comprar aretes y pulseras con un porcentaje de 100 % y 76 % respectivamente del total de la muestra, esta preferencia determina el nivel de producción de cada artículo en una empresa. En la siguiente tabla se muestra el número de mujeres que compran y no compran cada tipo de accesorio

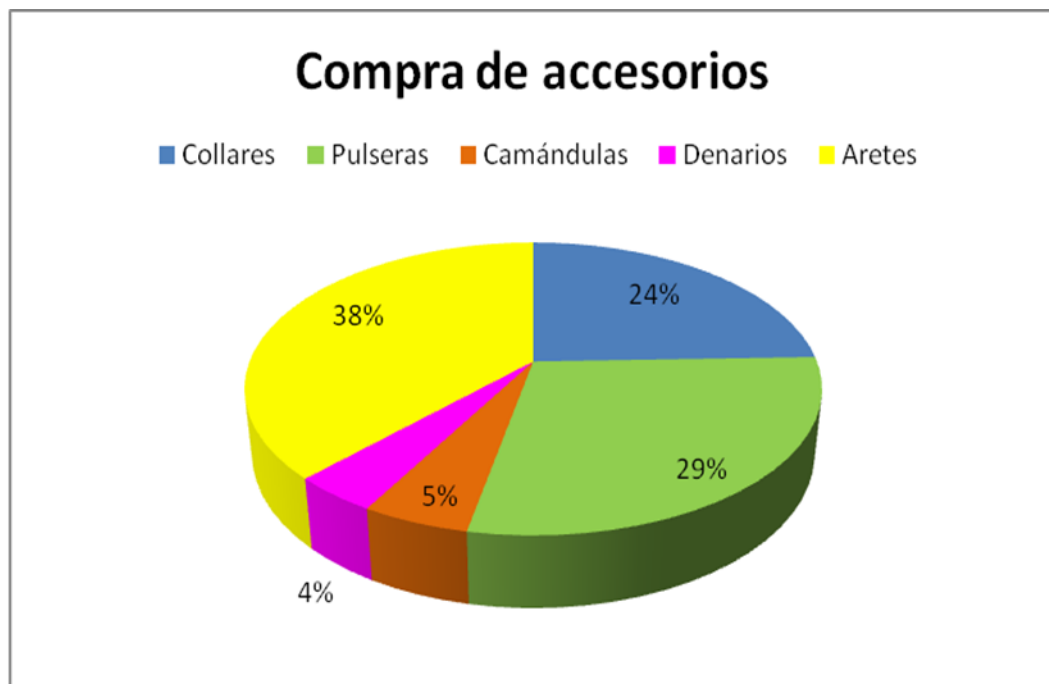
**Cuadro 16. Cantidad de mujeres que compran y no compran cada tipo de accesorio**

TIPO DE ACCESORIO	# MUJERES SI COMPRAN	%	# MUJERES NO COMPRAN	%	Total
Collares	240	65%	130	35%	370
Pulseras	280	76%	90	24%	370
Camándulas	50	13.5%	320	86.5%	370
Denarios	40	11%	330	89%	370
Aretes	370	100%	0	0%	370

**Cuadro 17. Participación por producto según el número de mujeres que compran**

TIPO DE PRODUCTO	PARTICIPACION DEL PRODUCTO CON RESPECTO A LOS OTROS	%
Collares	240	24%
Pulseras	280	29%
Camándulas	50	5%
Denarios	40	4%
Aretes	370	38%
Total	980	100%

Figura 26. Participación por clase de accesorio



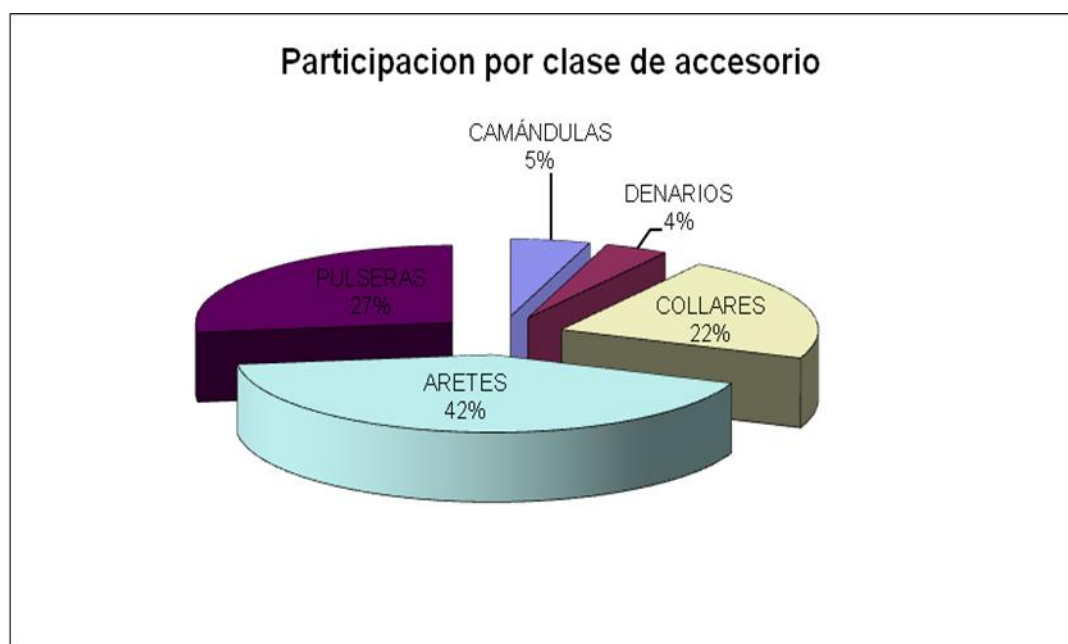
**Cuadro 18. Promedio de cantidades por tipo de producto**

TIPO DE PRODUCTO	CANTIDADES POR PRODUCTO	# MUJERES	CANTIDAD PROMEDIO X MUJER
Collares	240	240	1 (240/240)
Pulseras	280	280	1 (280/280)
Camándulas	50	50	1(50/50)
Denarios	40	40	1 (40/40)
Aretes	430	370	1.2 (430/370)

**Cuadro 19. Precios promedio por tipo de producto**

<b>COLLARES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>Precio Ponderado</b>
	20	18.000	8%	\$ 18.000X0.08 = \$ 1.440
	60	6.000	25%	\$ 6.000X0.25 = \$1.500
	40	20.000	17%	\$ 20.000X0.17 = \$3.400
	30	12.000	10%	\$ 12.000X0.10 = \$1.200
	40	15.000	17%	\$ 15.000X0.17= \$ 2.550
	10	5.000	4%	\$ 200
	40	8.000	17%	\$1.360
<b>TOTAL</b>	<b>240</b>		<b>100%</b>	<b>\$11.650</b>
<b>PULSERAS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>Precio ponderado\$</b>
	120	8.000	42%	3.360
	70	10.000	25%	2.500
	30	7.000	11%	770
	20	15.000	7%	1.050
	10	18.000	4%	720
	10	12.000	4%	480
	20	6.000	7%	420
<b>TOTAL</b>	<b>280</b>		<b>100%</b>	<b>\$9.300</b>
<b>CAMANDULAS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>Precio ponderado \$</b>
	20	12.000	40%	4.800
	20	10.000	40%	4.000
	10	17.000	20%	3.400
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>		<b>100%</b>	<b>\$12.200</b>
<b>DENARIOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>Precio ponderado \$</b>
	20	10.000	50%	5.000
	10	8.000	25%	2.000
	10	6.000	25%	1.500
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>		<b>100%</b>	<b>\$8.500</b>
<b>ARETES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>Precio ponderado \$</b>
	180	5.000	48,6%	2.450
	80	6.000	21,6%	1.320
	70	8.000	18,9%	1.520
	10	20.000	2,7%	540
	20	3.000	5,41%	123
80	7.000	2,7%	189	
<b>TOTAL</b>	<b>430</b>		<b>100%</b>	<b>\$6.142</b>

Figura 27. Participación por clase de accesorio



### INCOVENIENTES EN LA COMPRA DE BISUTERIA

El 84% de las mujeres encuestadas no ha tenido ningún tipo de inconveniente con la bisutería que ha comprado, el 16% de las mujeres que afirman si haberlo tenido, se refieren a falta de buen acabado en los artículos y ensambles mal hechos.

Cuadro 20. Inconvenientes en la compra de bisutería

Inconvenientes	No. Personas	%
Si	60	16%
No	0	0%
No responde	310	84%
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

Figura 28. Inconvenientes en la compra de bisutería.



**ACEPTACION DE COMPRA FUTURA DE BISUTERIA Y ACCESORIOS ELABORADOS EN SEMILLAS Y FIBRAS NATURALES DE LA REGION**

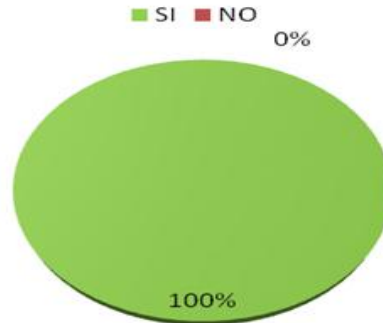
El 100% de las mujeres encuestadas afirmó que le gustaría adquirir bisutería artesanal en semillas propias de la región, aspecto positivo para el desarrollo de la nueva empresa.

**Cuadro 21. Aceptación de compra futura de bisutería y accesorios elaborados en semillas y fibras naturales de la región.**

ACEPTACION	NUMERO DE PERSONAS	%
SI	370	100%
NO	0	0%
TOTAL	370	100%

Figura 29. Aceptación de bisutería artesanal

ACEPTACION DE BISUTERIA ARTESANAL



**ARTICULOS DE BISUTERIA ARTESANAL QUE COMPRARIA**

**Demostración**

Dentro de los artículos de bisutería artesanal en semillas mostrados a las encuestadas, se destacó la preferencia de las mujeres por los aretes y pulseras de diferentes precios que se relacionan más adelante, en donde se puede apreciar la afinidad con los precios que están entre los valores medios y altos.

En lo que se refiere a los diseños se resalta la preferencia por los diseños que contenían una amplia cantidad de semillas y apliques, este aspecto es el punto de partida para la empresa en el diseño de los accesorios.

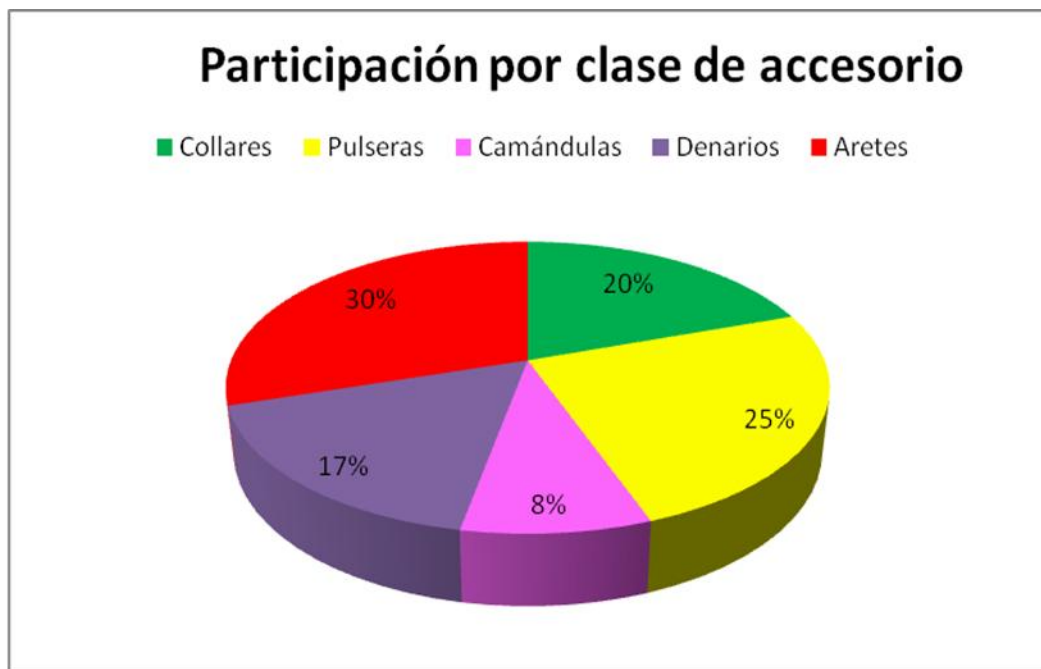
**Cuadro 22. Número de mujeres que comprarían cada tipo de accesorio**

TIPO DE ACCESORIO	# mujeres si comprarían	%	# mujeres no comprarían	%	Total
Collares	230	62%	140	38%	370
Pulseras	290	78%	80	22%	370
Camándulas	100	27%	270	73%	370
Denarios	200	54%	170	46%	370
Aretes	350	95%	20	5%	370

**Cuadro 23. Participación por producto según el número de mujeres que compran**

<b>TIPO DE PRODUCTO</b>	<b>PARTICIPACION DEL PRODUCTO CON RESPECTO A LOS OTROS</b>	<b>%</b>
Collares	230	20%
Pulseras	290	25%
Camándulas	100	8%
Denarios	200	17%
Aretes	350	30%
Total		100%

**Figura 30. Participacion por clase de accesorio**



**Cuadro 24. Precios promedio por tipo de producto**

<b>CAMANDULA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>Precio promedio ponderado \$</b>
	60	13.000	60%	7800
	30	10.000	30%	3000
	10	18.000	10%	1800
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>		<b>100%</b>	<b>\$12.600</b>
<b>DENARIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>Precio promedio ponderado \$</b>
	100	8.000	50%	4000
	50	6.000	25%	1500
	50	10.000	25%	2500
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>		<b>100%</b>	<b>\$8.000</b>
<b>COLLARES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>Precio promedio ponderado \$</b>
	130	10.000	57%	5700
	70	15.000	30%	4500
	30	8.000	13%	1040
<b>TOTAL</b>	<b>230</b>		<b>100%</b>	<b>\$11.240</b>
<b>ARETES</b>	<b>ANTIDAD</b>	<b>PRECIO</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>Precio promedio ponderado \$</b>
	60	5.000	17 %	850
	150	10.000	43 %	4300
	140	8.000	40%	3200
<b>TOTAL</b>	<b>350</b>		<b>100%</b>	<b>\$8.350</b>
<b>PULSERAS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>Precio promedio ponderado \$</b>
	40	4.000	13%	520
	180	8.000	62%	4960
	70	6.000	24%	1440
	<b>290</b>		<b>100%</b>	<b>\$6.920</b>

**RELACION DISEÑO - PRECIO – COLOR DE LOS COLLARES**

**Cuadro 25. Relación diseño - precio – color de los collares**

<b>RELACION DISEÑO - PRECIO – COLOR DE LOS COLLARES</b>					
<b>COLLARES</b>					
	<b>CANTIDAD TOTAL</b>	<b>PRECIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PORCENTAJE</b>	
<b>DISEÑO 1</b>	120	15.000	70	58%	
		10.000	50	42 %	
		TOTAL	120	100 %	
		<b>COLOR</b>			
		CAFÉ	40	33 %	
		NEGRO	40	33 %	
		ROJO	40	33 %	
		TOTAL	120	100 %	
	<b>CANTIDAD TOTAL</b>	<b>PRECIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PORCENTAJE</b>	
<b>DISEÑO 2</b>	140	10.000	100	71 %	
		15.000	30	21 %	
		8.000	10	8%	
		TOTAL	140	100%	
		<b>COLOR</b>			
		CAFÉ	40	28%	
		NEGRO	80	57%	
		ROJO	20	15%	
TOTAL	140	100%			
	<b>CANTIDAD TOTAL</b>	<b>PRECIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PORCENTAJE</b>	
<b>DISEÑO 3</b>	80	10.000	40	50%	
		15.000	30	38%	
		8.000	10	12%	
		TOTAL	80	100%	
		<b>COLOR</b>			
		CAFÉ	20	20	
		NEGRO	30	40	
		ROJO	30	40	
TOTAL	80	100%			

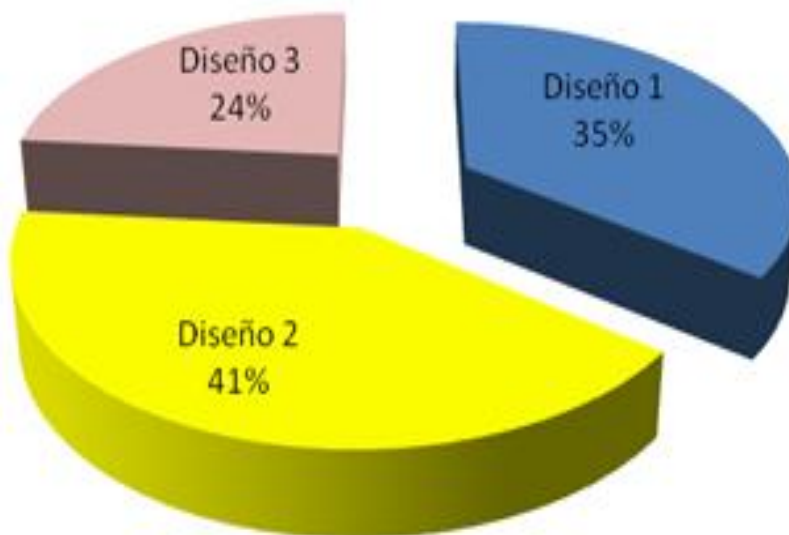
## DISEÑO COLLARES

Cuadro 26. Aceptación diseño de collares, según diseño.

Diseños de collares	Cantidad	%
Diseño 1	120	35%
Diseño 2	140	41%
Diseño 3	80	24%
<b>TOTAL</b>	<b>340</b>	<b>100%</b>

Figura 31. Valoración positiva de los diseños de collares

## DISEÑOS COLLARES



**Cuadro 27. Relación diseño - precio – color de las pulseras**

<b>RELACION DISEÑO - PRECIO – COLOR DE LAS PULSERAS</b>					
<b>PULSERAS</b>					
	<b>CANTIDAD TOTAL</b>	<b>PRECIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PORCENTAJE</b>	
<b>DISEÑO 1</b>	50	\$ 4.000	30	60%	
		\$ 6.000	20	40%	
		<b>TOTAL</b>	50	100%	
		<b>COLOR</b>			
		CAFÉ	10	20 %	
		NEGRO	20	40%	
		ROJO	20	40%	
		TOTAL	50	100%	
	<b>CANTIDAD TOTAL</b>	<b>PRECIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PORCENTAJE</b>	
<b>DISEÑO 2</b>	200	\$4.000	50	25%	
		\$8.000	80	40%	
		\$6.000	70	35%	
		<b>TOTAL</b>	200	100%	
		<b>COLOR</b>			
		CAFÉ	50	25%	
		NEGRO	70	35%	
		ROJO	80	40%	
TOTAL	200	100%			
	<b>CANTIDAD TOTAL</b>	<b>PRECIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PORCENTAJE</b>	
<b>DISEÑO 3</b>	250	\$4.000	20	8%	
		\$8.000	150	60%	
		\$6.000	80	32%	
		<b>TOTAL</b>	250	100%	
		<b>COLOR</b>			
		CAFÉ	30	12%	
		NEGRO	70	28%	
		ROJO	140	56%	
		GRIS	10	4%	
		<b>TOTAL</b>	250	100%	

## DISEÑOS DE PULSERAS COMPRARÍA

**Cuadro 28. Valoración positiva de los diseños de pulseras**

Diseños de pulseras	Cantidad	%
Diseño 1	50	10%
Diseño 2	200	40%
Diseño 3	250	46%
<b>TOTAL</b>	<b>500</b>	<b>100%</b>

Figura 32. Valoración positiva de los diseños de pulseras



## RELACION DISEÑO - PRECIO – COLOR DE LOS ARETES

**Cuadro 29. Relación diseño - precio – color de los aretes**

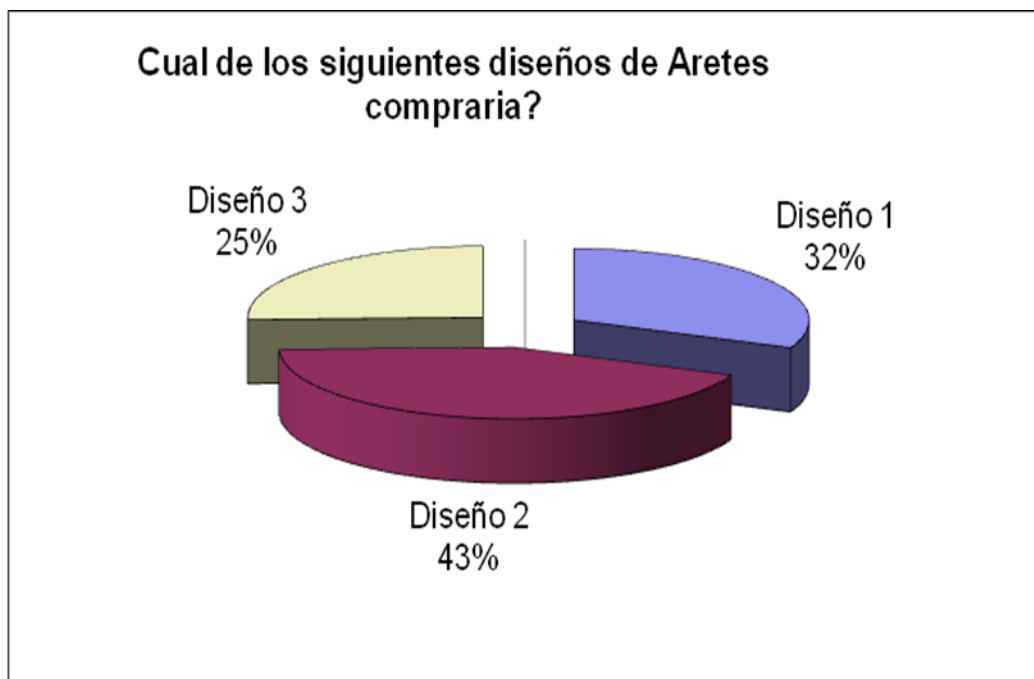
<b>ARETES</b>					
	<b>CANTIDAD TOTAL</b>	<b>PRECIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PORCENTAJE</b>	
<b>DISEÑO 1</b>	160	\$8000	20	12%	
		\$10000	140	88%	
		\$5000	0	0%	
		<b>TOTAL</b>	160	100%	
		<b>COLOR</b>			
		CAFÉ	0	0%	
		NEGRO	90	65%	
		ROJO	70	35%	
		<b>TOTAL</b>	160	100%	
<b>ARETES</b>					
	<b>CANTIDAD TOTAL</b>	<b>PRECIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PORCENTAJE</b>	
<b>DISEÑO 2</b>	220	\$8000	70	32%	
		\$10000	130	59%	
		\$5000	20	9%	
		<b>TOTAL</b>	220	100%	
		<b>COLOR</b>			
		CAFÉ	30	14	
		NEGRO	120	55	
		ROJO	70	32	
		<b>TOTAL</b>	220		
	<b>CANTIDAD TOTAL</b>	<b>PRECIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PORCENTAJE</b>	
<b>DISEÑO 3</b>	130	\$8000	30	23%	
		\$10000	40	31%	
		\$5000	60	46%	
		<b>TOTAL</b>	130	100%	
		<b>COLOR</b>			
		CAFÉ	30	23	
		NEGRO	70	54	
		ROJO	20	15	
		GRIS	10	8	
<b>TOTAL</b>	130	100%			

## DISEÑOS DE ARETES QUE COMPRARÍA

**Cuadro 30. Diseños de aretes que compraría**

Diseños de aretes	Cantidad	%
Diseño 1	160	32%
Diseño 2	220	43%
Diseño 3	130	25%
<b>TOTAL</b>	<b>510</b>	<b>100%</b>

Figura 33. Valoración positiva de los aretes diseñados

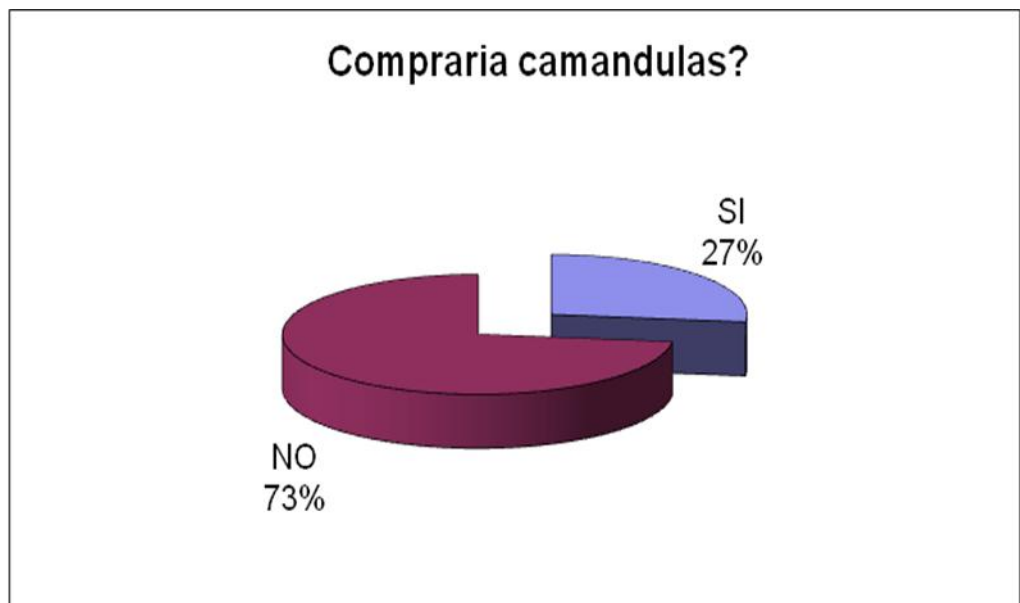


## COMPRARIA CAMANDULAS

Cuadro 31. Compraría camándulas

Compraría camándulas	Cantidad	%
Si	100	27%
No	270	73%
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

Figura 34. Compraría camándulas

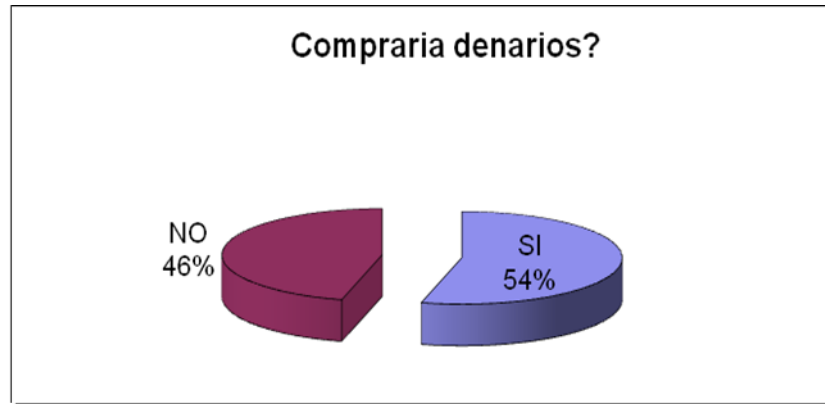


## COMPRARIA DENARIOS

Cuadro 32. Compraría denarios

Compraría denarios	Cantidad	%
Si	200	54%
No	170	46%
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

Figura 35. Compraría denarios



Cuadro 33. Promedio de cantidades por tipo de producto

TIPO DE PRODUCTO	CANTIDADES POR PRODUCTO	# MUJERES	CANTIDAD PROMEDIO X MUJER
Collares	340	230	1.5 (340/230)
Pulseras	500	290	1.7
Camándulas	100	100	1
Denarios	200	200	1
Aretes	510	350	1,5

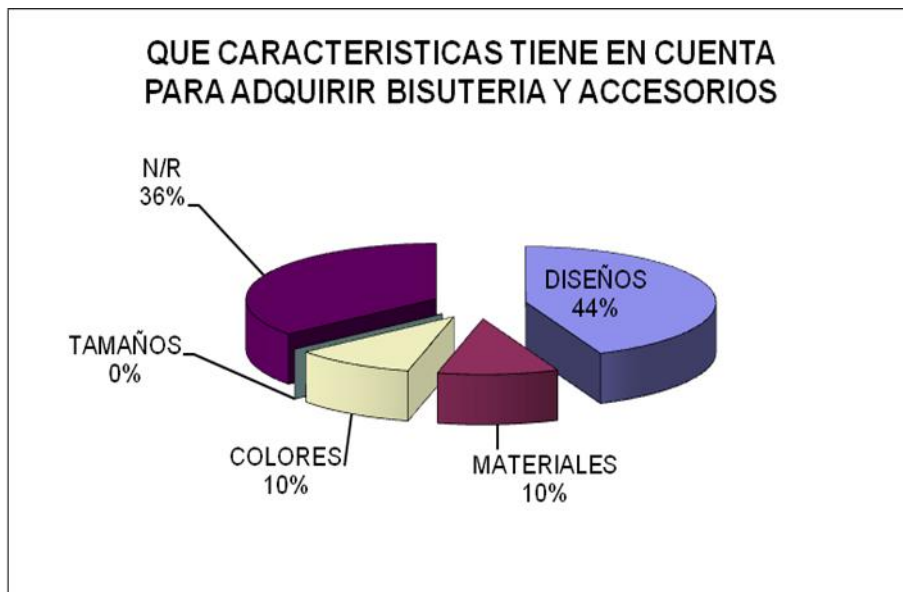
### CARACTERISTICAS TENIDAS EN CUENTA PARA ADQUIRIR BISUTERIA Y ACCESORIOS

De las mujeres encuestadas el 44 % tiene como característica principal a la hora de comprar la bisutería los diseños. Aunque el 36 % no manifiesta característica específica por tal motivo la empresa debe esforzarse en el diseño de los accesorios. Cabe aclarar que 2 mujeres tomaron dos características como respuesta.

**Cuadro 34. Características que tiene en cuenta para adquirir bisutería y accesorios**

Características	No. Personas	%
Diseños Innovadores	170	44%
Materiales	40	10%
Colores	40	10%
Tamaños	0	0%
N/R	140	36%
<b>TOTAL</b>	<b>390</b>	<b>100%</b>

Figura 36. Características que tiene en cuenta para adquirir bisutería y accesorios.



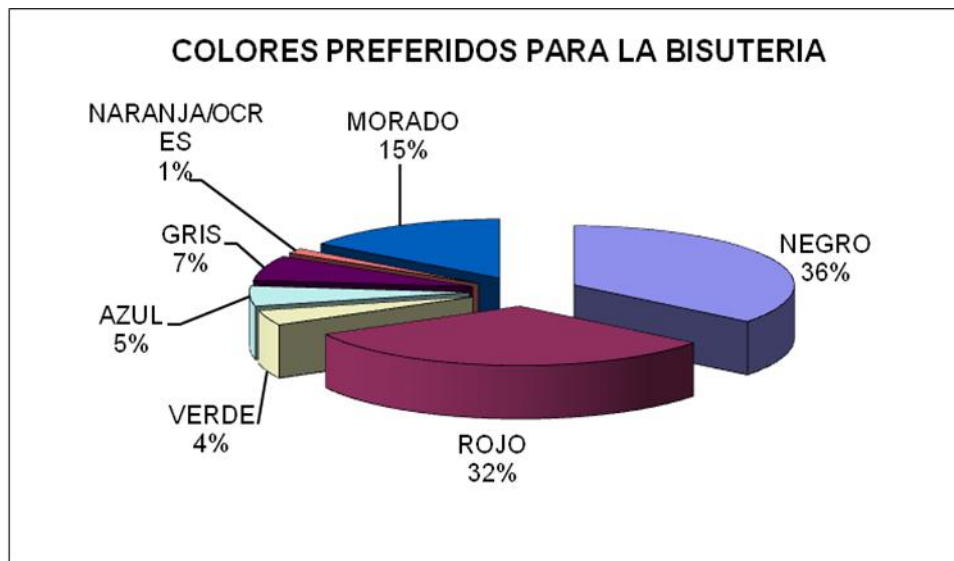
### COLORES PREFERIDOS PARA LA BISUTERIA

La tendencia actual respecto a los colores de preferencia se inclina por el color negro en un 36% y por el rojo en un 32% para la empresa es favorable ya que las semillas que se utilizan se encuentran en esos dos colores.

**Cuadro 35. Colores preferidos para la bisutería**

Colores preferidos para la bisutería	No. Personas	%
Negro	260	36%
Rojo	230	32%
Verde	30	4%
Azul	40	5%
Gris	50	7%
Naranja/ocres	10	1%
Morado	110	15%
<b>TOTAL</b>	<b>730</b>	<b>100%</b>

Figura 37. Colores preferidos para la bisutería



### 2.4.3 Cálculo de la demanda

No se registra información en las fuentes consultadas acerca de una demanda histórica de cantidades de los tipos de accesorios mencionados en semillas, las fuentes consultadas fueron almacenes de los municipios de cobertura del proyecto.

## **Demanda total actual**

**Cuadro 36. Demanda total actual**

Población total mujeres en edades seleccionadas	Número de mujeres que compran bisutería en semillas
9.249	$9.249 \times 7\% = 647$ mujeres

El 7% de las mujeres compra bisutería en semillas (647 mujeres). La frecuencia promedio de compra anual es 5. Y la cantidad promedio da cada producto se presenta a continuación.

## **Cantidad promedio por tipo de producto por mujer**

**Cuadro 37. Cantidad promedio por tipo de producto por mujer**

TIPO DE ACCESORIO	CANTIDAD PROMEDIO X MUJER
Collares	1 (240/240)
Pulseras	1 (280/280)
Camándulas	1(50/50)
Denarios	1 (40/40)
Aretes	1.2 (430/370)

## Cantidad demandada ACTUAL anual por tipo de producto

**Cuadro 38. Cantidad demandada ACTUAL anual por tipo de producto**

ARTÍCULO	CANTIDAD DEMANDADA ACTUAL ANUAL	CANTIDAD DEMANDADA PERCAPITA ACTUAL ANUAL <sup>30</sup>
Camándulas	3.235 = (647 x 1 x5)	5
Collares	3.235	5
Denarios	3.235	5
Aretes (pares)	3.882 = (647 x1,2 x 5)	6
Pulseras	3.235	5

### 2.4.4 Proyección de la demanda

A continuación se presenta la proyección de la demanda a 5 años, de los artículos más solicitados según la investigación de mercados, a partir del crecimiento de la población (2.3%)<sup>31</sup>

<sup>30</sup> Cantidad demandada actual anual /mujeres que compran bisutería en semillas (647)

<sup>31</sup> [www.dane.gov.co](http://www.dane.gov.co)

**Cuadro 39. Proyección de la demanda**

ARTÍCULO	CANTIDAD(Unidades) DEMANDA ACTUAL ANUAL (Población real)					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Camándulas</b>	3.235	3.309	3.385	3.463	3.543	3.624
<b>collares</b>	3.235	3.309	3.385	3.463	3.543	3.624
<b>Denarios</b>	3.235	3.309	3.385	3.463	3.543	3.624
<b>Aretes (pares)</b>	3.882	3.971	4.062	4.155	4.251	4.349
<b>Pulseras</b>	3.235	3.309	3.385	3.463	3.543	3.624

#### 2.4.5 Demanda estimada

Hace referencia a las cantidades de artículos por tipo de producto que comprarían las mujeres a la nueva empresa.

**Cuadro 40. Demanda estimada**

ARTÍCULO	CANTIDAD ESTIMADA DEMANDADA ANUAL (muestra)	Participación de cada producto - MUJERES	POBLACIÓN 9.249 mujeres	DEMANDA ESTIMADA ANUAL UNIDADES <sup>32</sup>
collares	<b>2550</b> (340 <sup>33</sup> X 1.5 <sup>34</sup> X 5 <sup>35</sup> )	62%	5.734 <sup>36</sup>	<b>43.005</b>
Pulseras	<b>4250</b>	78%	7.214	<b>61.319</b>
Camándulas	<b>500</b>	27%	2.497	<b>12.485</b>
Denarios	<b>1000</b>	54%	4.994	<b>24.970</b>
Aretes (pares)	<b>3825</b>	95%	8.787	<b>65.903</b>

## 2.5 LA OFERTA

Los principales oferentes de bisutería están conformados por almacenes distribuidores de bisutería ubicados en el área de cobertura del proyecto, empresas de ventas por catalogo como EBEL, AVON, YAMBAL, empresas fabricantes y comercializadoras ubicadas en las ciudades de Tunja, Chiquinquirá Bogotá y Bucaramanga, y vendedores informales. En lo que respecta a las ventas por catalogo no es posible determinar las ventas en cantidades de artículos de bisutería, debido a que las ventas están enfocadas a los productos cosméticos y se estima un total de ventas de los productos en general, según la información aportada por representantes de las empresas (EBEL, AVON, YAMBAL) encargadas de la zona. (Ver anexo E Datos de las representantes). De la misma forma no es accesible recopilar información de cuales empresas

<sup>32</sup>Porcentaje de mujeres que comprarían el tipo de artículo aplicado a la población real X cantidad promedio por mujer X Frecuencia de compra anual

<sup>33</sup> Cantidad por producto

<sup>34</sup> Cantidad promedio por mujer

<sup>35</sup> Frecuencia de compra anual

<sup>36</sup> Porcentaje de mujeres que compran el tipo de artículo aplicado a la población real

fabricantes y comercializadoras de las ciudades Tunja, Chiquinquirá Bogotá y Bucaramanga son específicamente competidores, sin embargo se pueden mencionar algunas empresas mayoristas. (Ver anexo E).

Teniendo en cuenta que el proyecto se especializara en bisutería con semillas se tomará a 15 almacenes que ofrecen bisutería en alguna clase de semillas o elemento natural para determinar una parte de la oferta, localizados en Barbosa y municipios aledaños, los almacenes encuestados ofrecen accesorios en diversos materiales combinando elementos naturales y sintéticos, predominando los accesorios femeninos y bisutería elaborados en tagua<sup>37</sup> entre otras semillas. En dialogo informal con los representantes de los establecimientos, ellos manifestaron que los accesorios ofrecidos son traídos de ciudades como Bogotá y Bucaramanga, algunos de ciudades de Boyacá como Tunja y Chiquinquirá. Como ya se expuso anteriormente no es posible determinar cuantitativamente la oferta solo una parte de ella constituida por 15 almacenes localizados en los municipios de Barbosa, Vélez, Puente Nacional (Santander) y Moniquirá (Boyacá), distribuida así:

**Cuadro 41. Oferta**

<b>Municipio</b>	<b>Cantidad de almacenes</b>
Barbosa	6
Vélez	3
Puente Nacional	2
Moniquirá	4

**2.5.1 Necesidades de información**

**Establecimientos de comercio**

---

<sup>37</sup> Árbol americano se conoce también como marfil vegetal y cabeza de negro. Antes de madurar, las semillas están llenas de un líquido o de una pasta aguada que después se endurece y adquiere la consistencia del marfil. **Microsoft® Encarta® 2008. © 1993-2007 Microsoft Corporation.**

- Identificar las características que tienen en cuenta los almacenes de accesorios para la selección del producto.
- Conocer la frecuencia y cantidades de compra de bisutería.
- Conocer el tipo de materiales más vendidos.
- Conocer los precios de venta
- Identificar las formas de pago de los clientes.

## 2.5.2 Ficha Técnica de la oferta

**Cuadro 42. Ficha Técnica de la oferta**

<b>Establecimientos comerciales</b>	
<b>Tipo de investigación.</b>	<b>Descriptiva:</b> Permite -identificar características del mercado preferencia, hábitos de compra de la competencia, y permite concluir acerca de las mejores opciones desde su selección y evaluación.
<b>Método de investigación</b>	El método empleado es deductivo por que inicia con el análisis de fenómenos como la oferta con el propósito de llegar a conclusiones específicas en cada uno de ellos, empleando las fuentes primarias y secundarias de la región.
<b>Fuentes</b>	Encuesta a 15 almacenes distribuidores de bisutería y accesorios en los municipios de Barbosa, Puente Nacional, Vélez y Moniquirá. Mediante una encuesta.(ver anexo D)
<b>Técnicas de recolección de la información</b>	Censo
<b>Instrumento</b>	Cuestionario (ver anexo F)
<b>Modo de aplicación</b>	Directa
<b>Definición de la población</b>	Total de 15 almacenes que comercializan accesorios femeninos y bisutería en los municipios de Barbosa, Vélez , Puente Nacional, y Moniquirá (Anexo D)
<b>Elemento</b>	<b>Administrador</b> o propietario del establecimiento
<b>Unidad de Muestreo</b>	Almacenes de accesorios y bisutería.
<b>Tiempo de Aplicación</b>	Periodo de tiempo. 15 de abril al 20 de mayo de 2010.

### 2.5.3 Tabulación y presentación de resultados de la oferta

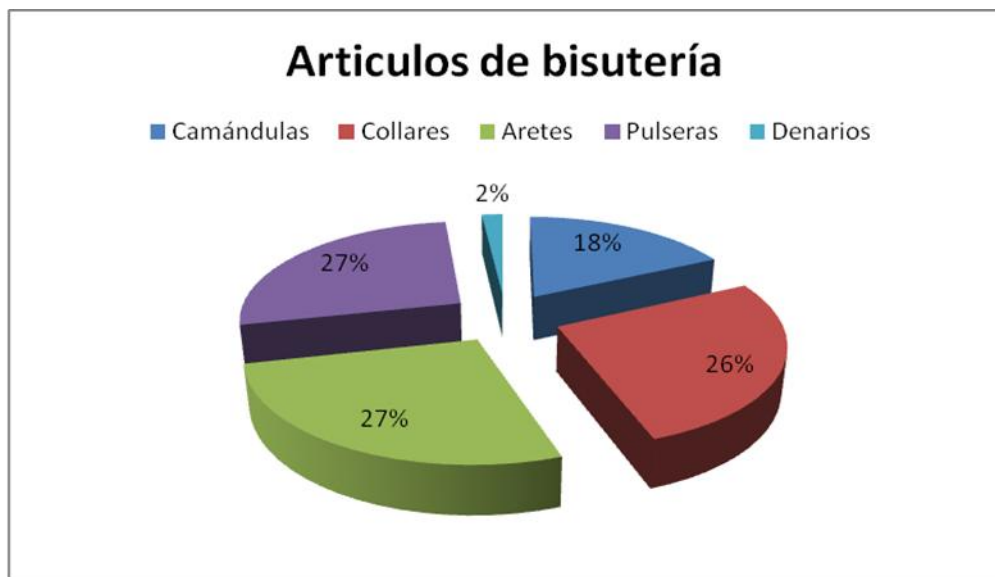
#### ARTICULOS DE BISUTERIA VENDIDOS EN EL ESTABLECIMIENTO

Los almacenes encuestados manifiestan vender de cada uno de los artículos ofrecidos por la empresa.

**Cuadro 43. Artículos de bisutería vendidos en el establecimiento**

<b>Artículos de bisutería</b>	<b>No. De almacenes si venden</b>	<b>%</b>	<b>No. De almacenes que no venden</b>	<b>%</b>
Camándulas	10	67%	5	33%
Collares	15	100%	0	0%
Aretes	15	100%	0	0%
Pulseras	15	100%	0	0%
Denarios	1	7%	14	93%

Figura 38. Participación Artículos de bisutería.



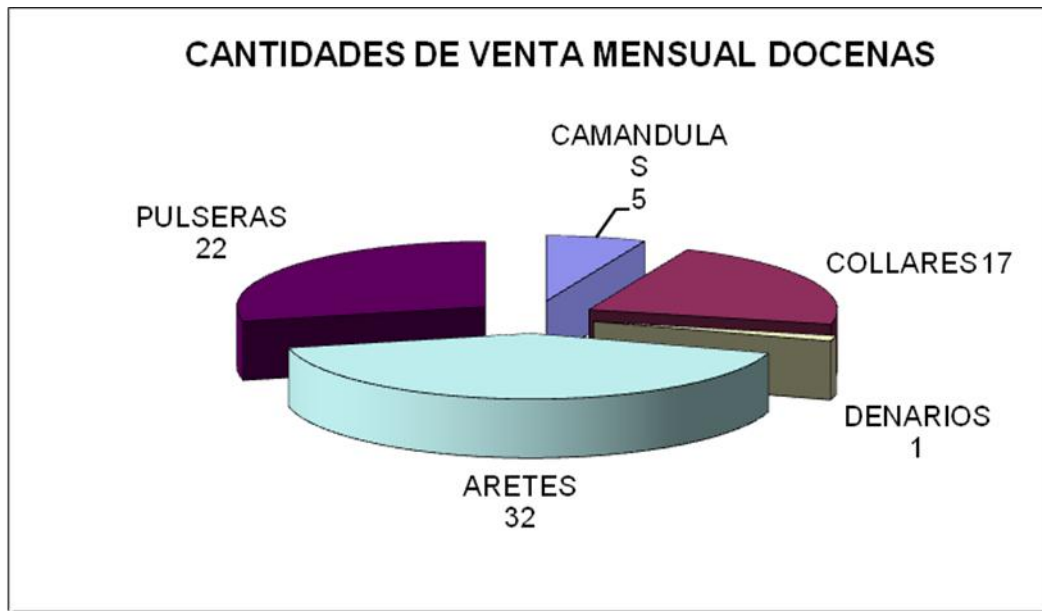
#### CANTIDADES DE VENTA MENSUAL DOCENAS

Los artículos que más se venden son los aretes y pulseras según lo manifestado por los almacenes entrevistados.

**Cuadro 44. Cantidades de venta mensual por docenas**

Artículos de venta mensual docenas	No. De Docenas	%
Camándulas	5	7
Collares	16	21
Aretes	32	42
Pulseras	22	29
Denarios	1	1

Figura 39. Cantidades de venta mensual por docenas.



**Cuadro 45. Cantidad de ventas por unidad de producto**

TIPO DE PRODUCTO	CANTIDADES (unidades)POR PRODUCTO	# ALMACENES	CANTIDAD PROMEDIO X ALMACÉN
Camándulas	60	10	$(60/10) = 6$
Collares	192	15	12.8
Aretes	384	15	25.6
Pulseras	264	15	17.6

Denarios	12	1	12
----------	----	---	----

## RANGOS DE PRECIO PROMEDIO Y PRECIOS PONDERADOS POR PRODUCTO

En el Cuadro 46, se puede observar el precio promedio y los precios ponderados por producto; al igual que el número de respuestas obtenidas.

A partir del análisis de la información recolectada se obtiene que el precio ponderado para los collares es de \$11.500, para las camándulas de \$ 11.899, para las pulseras de \$12.833 y para los aretes de \$ 4.262

**Cuadro 46. Precio promedio y precios ponderados por producto**

COLLARES	RANGO	PRECIO PROMEDIO	No. de respuestas	%	Precio ponderado \$
	Entre \$10000 y 13000	11.500	15	100	$(11.500) \times 1 = 11.500$
	Entre \$14000 y 16000	15.000	-	-	-
	Entre \$17000 y 20000	18.500	-	-	-
<b>TOTAL</b>			15		11.500
CAMANDULAS	RANGO	PRECIO PROMEDIO	No. de respuestas	%	Precio ponderado
	Entre \$10000 y 13000	11.500	8	89	$10.235 = (11.500 \times 0.89)$
	Entre \$14000 y 16000	15.000	1	11	1.667
	Entre \$17000 y 20000	18.500	-	-	-
<b>TOTAL</b>			9		11.889
PULSERAS	RANGO	PRECIO PROMEDIO	No. de respuestas	%	Precio ponderado

	Entre \$3000 y 4000	11.500	15	71	8.214
	Entre \$5000 y \$7000	15.000	4	19	2.857
	Entre \$8000 y \$10000	18.500	2	10	1.762
<b>TOTAL</b>			21		12.833
<b>ARETES</b>	<b>RANGO</b>	<b>PRECIO PROMEDIO</b>	<b>No. de respuestas</b>	<b>%</b>	<b>Precio ponderado</b>
	Entre \$3000 y 4000	3.500	15	71	2.500
	Entre \$5000 y \$6000	5.500	4	19	1.048
	Entre \$7000 y \$8000	7.500	2	10	714
<b>TOTAL</b>			21		4.262

### **CUALES SON LOS MATERIALES MAS SOLICITADOS POR LOS COMPRADORES**

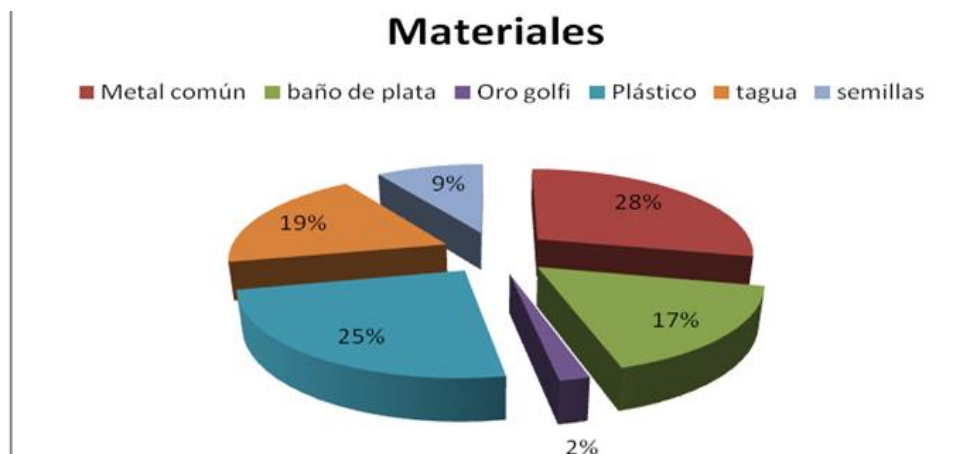
El material más solicitado por los compradores es el metal común seguido del plástico y la tagua. Sin embargo la tagua y otras semillas tienen una participación del 28 % con respecto a los demás, materiales.

**Cuadro 47. Material solicitado por los compradores para la venta de bisutería**

<b>material solicitado por los compradores</b>	<b>No. De almacenes</b>	<b>% de participación con respecto a los demás materiales</b>
Metal común	15	28%
baño de plata	9	17%
Oro golfield	1	2%
Plástico	13	25%
<b>Tagua</b>	10	<b>19%</b>
<b>Semillas</b>	5	<b>9%</b>

<b>Total</b>	<b>100%</b>
--------------	-------------

Figura 40. Material solicitado por los compradores para la venta de bisutería



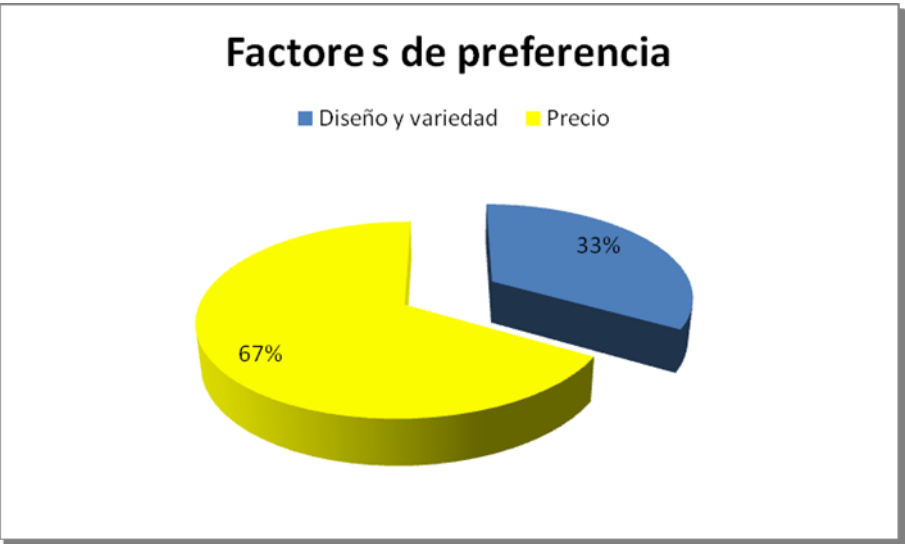
#### ASPECTOS PARA ESCOGER PROVEEDOR

El 60% de los almacenes entrevistados tiene en cuenta el precio a la hora de escoger su proveedor.

**Cuadro 48. Factores para escoger proveedor.**

Aspectos para escoger proveedor	No. De almacenes	%
Diseño y variedad	5	33%
Precio	10	67%
Calidad	0	0
Servicio	0	0
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Figura 41. Factores de preferencia



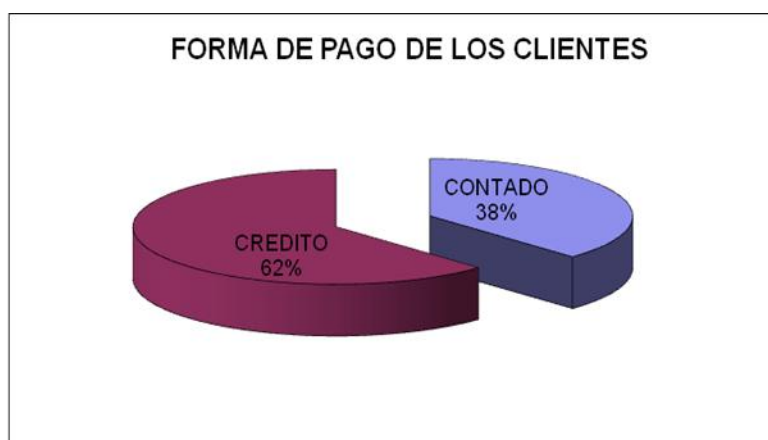
### FORMA DE PAGO DE LOS CLIENTES

El 62% de los almacenes entrevistados manifiestan que sus clientes prefieren pagar a crédito la mercancía.

**Cuadro 49. Forma de pago de los clientes**

Forma de pago de los clientes	No. De almacenes	%
Contado	5	38%
Crédito	10	62%
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Figura 42. Forma de pago de los clientes.



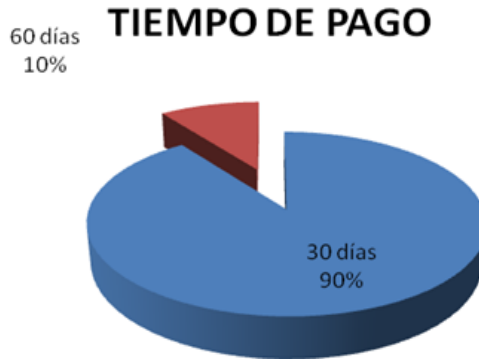
### TIEMPO PARA PAGO A CREDITO

La mayoría de los clientes es decir un 90% toman un tiempo de 30 días para pagar la mercancía que compran.

**Cuadro 50. Tiempo de pago**

Tiempo	No. De almacenes	%
30 días	9	90%
60 días	1	10%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Figura 43. Tiempo de pago



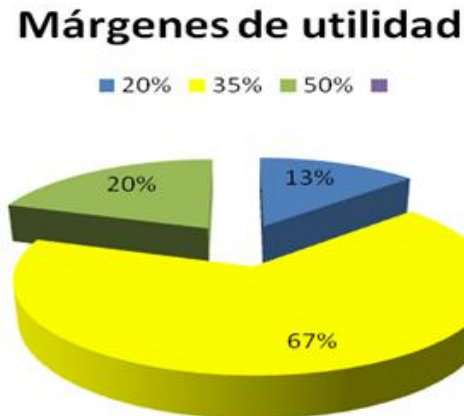
### MARGEN DE UTILIDAD

El 67% de los almacenes manejan un margen de utilidad del **35%** en artículos de bisutería, el promedio ponderado de margen de utilidad es de 36%, esto se constituye en un excelente indicador para la nueva empresa en lo que respecta a los beneficios de ganancia de este tipo de artículos.

Cuadro 51. Margen de utilidad

Margen de utilidad	No. De almacenes	%	Promedio ponderado
20%	2	13	(2 X 0.13) 2.6%
<b>35%</b>	10	67	23.4%
50%	3	20	10%
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>	<b>36%</b>

Figura 44. Margen de utilidad



## INCREMENTO EN VENTAS EN EL ÚLTIMO AÑO

El 80% de los almacenes encuestados afirman que en el último año han tenido un incremento en las ventas del 2 y 3 % equitativamente, el promedio ponderado del % de incremento en ventas es de 2.8%

**Cuadro 52. Incremento en ventas**

Porcentaje de incremento	Numero de almacenes	%	Promedio ponderado
5%	1	7	(5 x 0.07) % 0.35
4%	2	13	0.52
3%	6	40	1.2
2%	6	40	0.8
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>2.8</b>

Figura 45. Incremento en ventas



## CALCULO DE LA OFERTA

Como ya se mencionó, no es posible determinar la oferta total de bisutería en semillas en la región, por tal motivo solo se tomó a 15 almacenes de los municipios de cobertura del proyecto de los cuales solo 5 manifiestan la preferencia por accesorios en semillas eso equivale al 33% de los almacenes.

### Oferta total actual

El 33% de los almacenes afirman que los clientes prefieren la bisutería en semillas, la cantidad promedio de cada producto se presenta a continuación.

### Cuadro 53. Numero de almacenes donde se prefiere bisutería en semillas

Población total almacenes	Número almacenes en donde se prefiere bisutería en semillas
15	5 almacenes

### Cantidad promedio por tipo de producto por almacén

### Cuadro 54. Cantidad promedio por tipo de producto por almacén

TIPO ACCESORIO	DE	CANTIDAD PROMEDIO X ALMACÉN
Camándulas		$(60/10) = 6$
Collares		12.8
Aretes		25.6
Pulseras		17.6
Denarios		12

## Cantidad ofrecida ACTUAL anual por tipo de producto

**Cuadro 55. Cantidad ofrecida actual anual por tipo de producto**

ARTÍCULO	CANTIDAD OFERTADA (Parcial <sup>38</sup> ) ACTUAL ANUAL		CANTIDAD OFERTADA PERCAPITA ACTUAL ANUAL <sup>39</sup>
Camándulas	(5x 6 x 12)	<b>360</b>	72
Collares	(5 x 12.8x 12)	<b>768</b>	154
Denarios	(5 x 12 x12)	<b>720</b>	144
Aretes (pares)	(5 x 25.6 x 12)	<b>1536</b>	307
Pulseras	(5 x 17.6 x 12)	<b>1056</b>	211

### 2.5.5 Proyección de la oferta

El sector de la bisutería y los accesorios en Colombia, ya ha tenido un incremento alrededor del 34% comparado con las exportaciones y EL 16 % ventas nacionales del 2003, las tendencias internacionales giran alrededor del uso de materiales naturales en el vestuario y sus accesorios factor que incrementa notablemente la oferta y demanda. En la zona de cobertura del proyecto se indagó acerca del incremento en ventas de estos artículos y se obtuvo un promedio ponderado de 2.8 %, teniendo presente este incremento se proyectó la oferta **parcial** que es un número muy reducido de oferentes (almacenes en los cuales se evidencia la preferencia por bisutería en semillas) a 5 años.

---

<sup>38</sup> Referida a solo 5 almacenes

<sup>39</sup> Cantidad ofrecida actual anual /almacenes que manifiestan preferencia por la bisutería en semillas (5)

**Cuadro 56. Proyección de la oferta**

ARTÍCULO	CANTIDAD(Unidades) OFERTA (Parcial) ACTUAL ANUAL					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Camándulas</b>	<b>360</b>	370	380	391	402	413
<b>Collares</b>	<b>768</b>	790	812	835	858	882
<b>Denarios</b>	<b>720</b>	740	761	782	804	827
<b>Aretes (pares)</b>	<b>1536</b>	1.579	1.623	1.668	1.715	1.763
<b>Pulseras</b>	<b>1056</b>	1.086	1.116	1.147	1.179	1.212

## **2.6 RELACION ENTRE DEMANDA Y OFERTA**

Teniendo en cuenta que no fue posible cuantificar la oferta total anual, no se puede establecer una relación demanda oferta para determinar la demanda insatisfecha. Sin embargo debido a este inconveniente, en la investigación de mercados se les preguntó a las mujeres si estarían interesadas en comprar bisutería en semillas.

Y se toma como demanda insatisfecha la demanda estimada de acuerdo a las respuestas dadas por las mujeres en cuanto a las cantidades que estiman comprarían de cada uno de los artículos de bisutería artesanal:

**Cuadro 57. Relación entre demanda y oferta**

<b>ARTÍCULO</b>	<b>Participación de cada producto - MUJERES</b>	<b>DEMANDA Insatisfecha ANUAL UNIDADES</b>
collares	62%	<b>43.005</b>
Pulseras	78%	<b>61.319</b>
Camándulas	27%	<b>12.485</b>
Denarios	54%	<b>24.970</b>
Aretes (pares)	95%	<b>65.903</b>

## **2.7 CANALES DE DISTRIBUCION**

### **2.7.1 Estructura de los canales actuales**

En los diferentes establecimientos comerciales dedicados a la venta y compra de accesorios y bisutería en semillas y fibras naturales se utiliza canal de distribución indirecta, productor con varios intermediarios antes de llegar al consumidor final.

### **2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales**

#### **Ventajas**

- Los canales de comercialización actuales son indirectos esto significa un alto costo en el precio final del producto beneficiando a los distribuidores finales de accesorios. Los canales actuales de comercialización permiten ampliar la cobertura de nuevos productos.

## Desventajas

- Una desventaja en los canales de comercialización actual es que no se realizan las visitas periódicamente a los diferentes establecimientos lo cual disminuye el volumen de las ventas.

### 2.7.3 Selección de los canales de comercialización

Teniendo en cuenta que la cobertura del proyecto son cuatro municipios la empresa empleara dos modelos de comercialización, el primero se basa en el modelo de venta directa **fabricante – usuaria.**

Mediante un punto de venta ubicado en el municipio de Barbosa y el segundo modelo de venta será a través de distribuidores **fabricante – distribuidor – usuaria.** Para la ejecución de este modelo la empresa contara con dos vendedores móviles los cuales se desplazaran a los municipios 2 veces al mes.

El diseño del local se basara en un estilo natural rustico, para las vitrinas y stands se propone la utilización de materiales como la guadua y madera rustica de tal forma que se resalte que los productos desarrollados provienen de fibras naturales y sus diseños están inspirados en el medio ambiente.

Se pretende la aplicación de colores cálidos y claros en la pared, a fin de fomentar un ambiente tranquilo, ameno, acogedor y que permita llamar la atención hacia los productos.

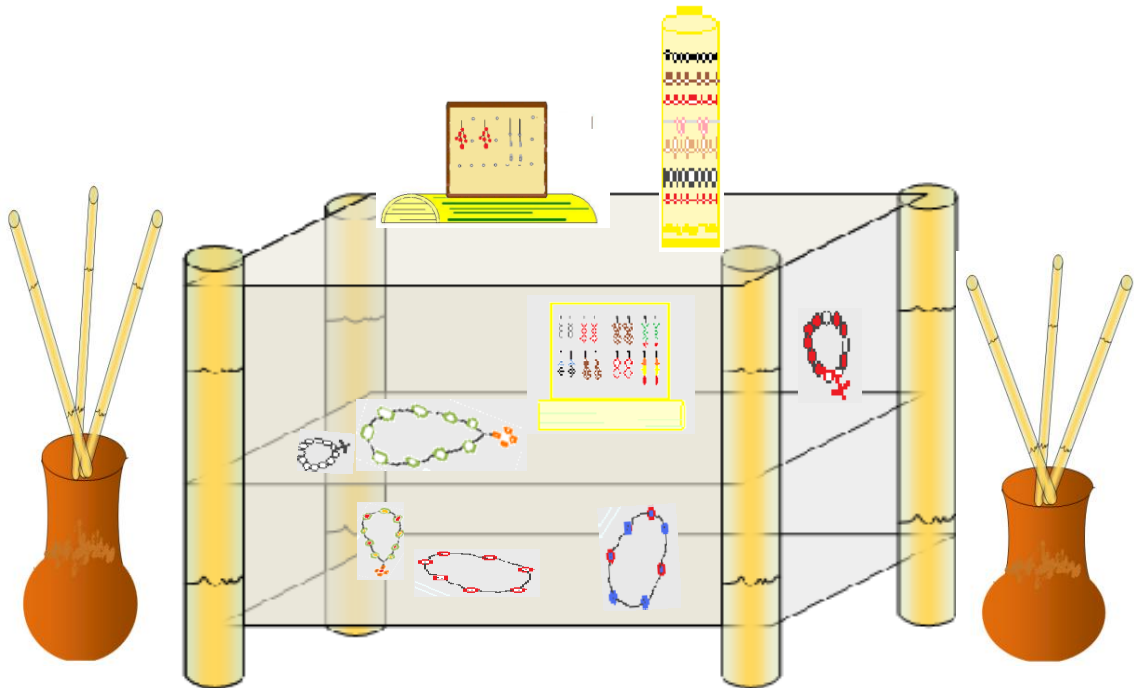
Por último se propone la utilización se varias superficies en vidrio, a fin de permitir que la bisutería sea exhibida de la mejor manera posible.

Figura 46. Diseño del local



## Diseño de vitrinas

Figura 47. Diseño de vitrinas



### **Tipos de canal.**

Teniendo en cuenta que la cobertura del proyecto son cuatro municipios la empresa empleara dos modelos de comercialización, el primero se basa en el modelo de venta directa.

Productor → consumidor.

El segundo modelo de venta será a través de distribuidores

Fabricante – distribuidor – usuario.

**Productor:** Empresa JOYA Y NATURALEZA

**Consumidor:** Mujeres en edades de 15 a 45 años

## 2.8 PRECIO

### 2.8.1 Análisis de precios

Los precios establecidos por la empresa están acorde a los del mercado a nivel nacional, esto se demostró con la encuesta a la oferta (almacenes).

Los precios del mercado para los artículos principales son:

**Cuadro 58. Análisis de precios**

ARTÍCULO	PRECIO PROMEDIO ESTIMADO
Camándulas y afines	<b>\$11.900</b>
collares	<b>\$11.500</b>
Aretes	<b>\$4.270</b>
Pulseras	<b>\$12.850</b>

### 2.8.2 Estrategias de fijación de precios.

Se tomará en cuenta los costos de producción y se fijaran los precios realizando la comparación de los artículos con sus sustitutos, o similares y agregando el porcentaje de ganancia esperado. A su vez es necesario tener en cuenta que los artículos son de introducción en el mercado y requieren precios razonables.

## 2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCION

La empresa considera la publicidad una herramienta fundamental en el lanzamiento de un artículo y penetración en el mercado a través de la persuasión del consumidor e incremento de las ventas.

### 2.9.1 Objetivos

- Determinar las pautas publicitarias para posicionar los productos en el mercado

- Dar a conocer los productos en Barbosa Santander y su zona de influencia Vélez, puente nacional Santander y Monquirá Boyacá.

### 2.9.2. Logotipo

Figura 48. Logo joya y naturaleza



La jota de la palabra **joya** formada por los colibríes y la flor significan la armonía con la naturaleza y la tendencia de emplear accesorios de origen natural que contrasta con el fondo que representa la energía de la naturaleza (ver figura 45).

### 2.9.3 Lema

*Complementa tu estilo*

#### 2.9.4 Análisis de medios

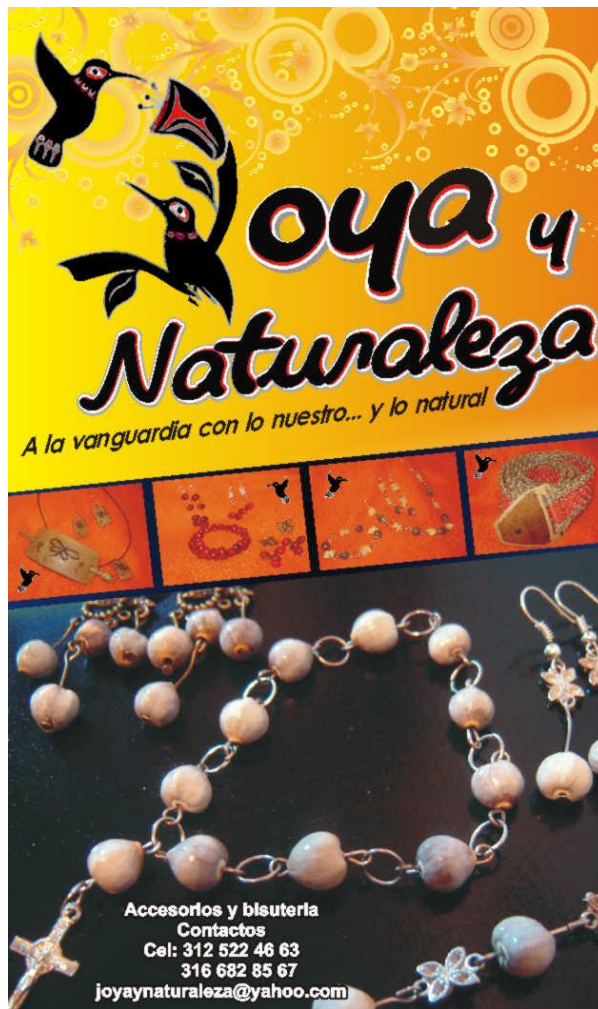
Los medios de comunicación tienen gran difusión y captación masiva a nivel nacional e internacional, por esta razón le permite a la empresa ampliar sus posibilidades de acción y cobertura para posicionar sus productos.

#### 2.9.5. Selección de medios

Los medios seleccionados son los siguientes:

Página web, Catálogos, volantes, pendones, Tarjetas de presentación, Televisión.

Figura 49. Pendón de lanzamiento



### **2.9.6 Estrategias publicitarias**

Las estrategias empleadas serán las siguientes:

- Organización del coctel de lanzamiento y promoción de cada artículo de bisutería.
- Inclusión de los productos en eventos culturales y recreativos como el Festival Nacional del Río Suárez, el evento denominado Barbosa moda y turismo y las festividades culturales de cada uno de los municipios aledaños.
- Se obsequiara un detalle con la publicidad de la empresa a cada uno de los asistentes al coctel de lanzamiento
- Organizar visitas por parte de los vendedores móviles a centros comerciales, almacenes y boutiques para dejar muestras, catálogos, listas de precios y tarjetas de presentación resaltando las características de los materiales de cada accesorio
- La empresa promoverá el incremento de la demanda y el posicionamiento de la marca a través de campañas de temporada para los meses de septiembre y diciembre, debido a que en estos meses aumenta la demanda de detalles y obsequios.

### **Nombre y Marca**

Se efectuó la consulta y la revisión en la superintendencia de industria y comercio acerca de la disponibilidad del nombre de la empresa dando como resultado total disponibilidad para ese nombre y esa marca. En lo que se refiere al dominio en internet se evidencio que existe la disponibilidad del nombre y la marca. (Ver anexo I.)

## 2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción

### 2.9.7.1 Presupuesto de lanzamiento

**Cuadro 59. Presupuesto de lanzamiento**

<b>CONCEPTO</b>	<b>CANT.</b>	<b>VALOR UNIT.</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Recepción Cóctel de lanzamiento	1	\$2.000.000	\$2.000.000
Tarjetas de invitación	100	\$1000	\$100.000
Cuñas radiales	8	\$20.000	\$160.000
Catalogo de productos	20	\$20.000	\$400.000
Tarjetas de presentación	200	\$100	\$20.000
Pendón	1	\$120.000	\$120.000
obsequios	100	\$2000	\$200.000
Afiches	500	\$2.000	\$1.000.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$4.000.000</b>

### 2.9.7.2 Presupuesto de Operación

**Cuadro 60. Presupuesto de operación**

<b>CONCEPTO</b>	<b>CANT. (meses)</b>	<b>VALOR UNIT.</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Tarjetas de presentación	1000	\$100	\$100.000
Diseño pagina Web	1	\$1.500.000	\$1.500.000
Catálogos de productos	60	\$20.000	\$1.200.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$2.800.000</b>

## Cuadro 61. Presupuesto total para estrategias de promoción

CONCEPTO	VALOR TOTAL
Presupuesto de lanzamiento	\$4.000.000
Presupuesto de operación	\$2.800.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$6.800.000</b>

### 2.10 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO

- ✦ Las mujeres estarían dispuestas a comprar bisutería y accesorios elaborados en semillas, así: Camándulas 12.485 unidades al año, collares 43.005 unidades, Denarios 24.970 unidades, Pulseras 61.319 unidades, Aretes (pares) 65.903.
- ✦ Se determinó que en municipio de Barbosa y su área de influencia no existen empresas productoras y comercializadoras exclusivamente de bisutería y accesorios femeninos en semillas.
- ✦ En la actualidad las empresas que producen y comercializan bisutería y accesorios poseen un canal de distribución largo, con varios intermediarios incrementando el precio final de los accesorios.
- ✦ Para calcular los precios de los accesorios es necesario tener en cuenta los precios actuales del mercado, los precios a los que están dispuestas a acceder las mujeres, relacionadas en el estudio de mercados, los costos de producción y la utilidad. Los precios del mercado en promedio para cada uno de los artículos son: camándulas \$12.600, denarios \$8.000, collares \$11.240, aretes \$8.350, pulseras \$6920.
- ✦ La situación actual de la competencia se puede plantear como insuficiente en lo que se refiere a la distribución de accesorios femeninos ya que la demanda

de estos accesorios es superior a lo ofrecido como se evidencia en la encuesta a los establecimientos de comercio en donde la cantidades de artículos vendidos no es suficiente a para la demanda de bisutería que existe en la región.

- ✦ Se cuenta con un programa de promoción y publicidad consistente en un logo, un slogan, un pendón y etiquetas para los artículos con una descripción de las características de los mismos. A demás con un presupuesto de lanzamiento y de operación de \$4.000.000 y \$2.800.000 respectivamente.
- ✦ El proyecto es viable desde el punto de vista del mercado ya que posee clientes dispuestos a comprar la bisutería y accesorios femeninos en semillas ofrecidos por la empresa. Se dispone de excelentes artículos de bisutería con atributos diferenciadores reconocidos en cuanto al diseño y a los materiales empleados

### 3. ESTUDIO TÉCNICO

La bisutería artesanal en semillas y fibras naturales es una nueva tendencia en accesorios femeninos que busca innovar en la utilización de “joyas” biodegradables y reciclables, contribuyendo con la conservación del medio ambiente.

La bisutería que propone la empresa está elaborada en semillas originarias de la región de cobertura del proyecto, se plantea la propuesta de promover la siembra de las semillas en el sector rural para tener como proveedores a campesinos de la región y generar algún ingreso adicional a estas comunidades.

#### 3.1. TAMAÑO DEL PROYECTO

El Tamaño es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el periodo de funcionamiento.

El total de las cantidades demandadas es de 207.682 accesorios.

Para determinar el tamaño del proyecto, se analizarán las siguientes variables:

- ✦ Descripción del tamaño del proyecto.
- ✦ Factores que determinan el tamaño de un proyecto.
- ✦ Capacidad del proyecto.

##### 3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto.

El tamaño del proyecto está definido por las unidades de cada uno de los artículos de bisutería artesanal definidas en los estudios mercados como respuesta a las preferencias de las mujeres. Los datos de la investigación de mercados analizados muestran la demanda insatisfecha.

### 3.1.2 Factores que determinan el tamaño de un proyecto

#### El tamaño del proyecto y la demanda

Según el estudio de mercados realizado el 100% de las mujeres estarían interesadas en comprar bisutería artesanal en semillas y fibras naturales, existe una demanda insatisfecha con porcentaje de preferencia de acuerdo al tipo de artículo (Ver cuadro 72); este factor es el que condiciona de forma imperativa el tamaño del proyecto ya que determina las cantidades demandadas de cada artículo de bisutería artesanal y por consiguiente las necesidades de artículos a producir, el porcentaje de la demanda que la empresa va a cubrir es del 38%.

**Cuadro 62. Porcentaje de preferencia de acuerdo al tipo de artículo**

ARTÍCULO	Unidades
Collares	43.005
Pulseras	61.319
Camándulas	12.485
Denarios	24.970
Aretes (pares)	65.903
Total	207.682

### 3.1.3 Cobertura del proyecto

Para la producción de los artículos se tendrá en cuenta la capacidad utilizada de la empresa siendo un referente de cobertura en el mercado. El proyecto tendrá una cobertura del 38%.

### **El tamaño del proyecto y los suministros e insumos**

La materia prima requerida por la empresa está representada en Semillas, Hilos de metal, complementos metálicos (picos de loro, argollas, conectores, cruces y afines), Fique, Totumo, Nylon. Los materiales se adquirirán con distribuidores de Bogotá, Tunja y Bucaramanga mediante contacto indirecto o a través de páginas web de los distribuidores, las semillas se adquiriran a través de los campesinos que realizan la siembra y recolección de las mismas para generar un ingreso para ellos y sus familias.

La adquisición de los materiales no representa ninguna restricción para el tamaño del proyecto.

### **El tamaño del proyecto y la tecnología y equipos**

La tecnología requerida por el proyecto está representada en maquinas de uso artesanal como motor tul, pirograbadores, seguetas; y taladros verticales, prensas. Las maquinas de uso artesanal son de fácil accesibilidad y asequibilidad, en lo que se refiere a los taladros verticales y las prensas se requiere adquirirlos en ciudades capitales o con talleres de mecánica industrial de la zona que los fabriquen.

### **El tamaño del proyecto y la localización**

Se contará con un área de 180 m<sup>2</sup> en el casco urbano del municipio de Barbosa para las actividades de administración y producción, se tomo esta localización debido a la facilidad de acceso a los materiales.

### **El tamaño y el financiamiento**

Para el financiamiento se acudiría a las instituciones gubernamentales y no gubernamentales que apoyan el desarrollo de este tipo de ideas emprendedoras, como el Banco Agrario entre otras entidades Financieras que se requieran para el desarrollo del proyecto. El financiamiento no es limitante para el tamaño del proyecto porque el capital requerido no es de un monto alto y es posible acceder a un crédito para la ejecución del proyecto.

**3.1.3.1 Capacidad total diseñada.** La capacidad diseñada se refiere al nivel máximo de producción de acuerdo a las cantidades demandadas por las mujeres<sup>40</sup> el tiempo de elaboración de cada artículo, la jornada laboral y el número de operarios.

Capacidad diseñada al año:

1 año: 360 días = 8.640 horas = 518.400 minutos

Numero de operarios = 3

**Capacidad Total Diseñada para cada artículo:**

$$\text{Camándulas} = \frac{1'555.200 \text{ minutos}}{30 \text{ minutos}} = \mathbf{51.840 \text{ unidades}}$$

$$\text{Collares} = \frac{1'555.200 \text{ minutos}}{25 \text{ minutos}} = \mathbf{62.208 \text{ unidades}}$$

$$\text{Pulseras} = \frac{1'555.200 \text{ minutos}}{20 \text{ minutos}} = \mathbf{77.760 \text{ unidades}}$$

$$\text{Denarios} = \frac{1'555.200 \text{ minutos}}{10 \text{ minutos}} = \mathbf{155.520 \text{ unidades}}$$

$$\text{Aretes} = \frac{1'555.200 \text{ minutos}}{8 \text{ minutos}} = \mathbf{194.400 \text{ unidades}}$$

---

<sup>40</sup> Estudio de mercados, Demanda insatisfecha.

**Cuadro 63. Tiempo requerido en minutos por artículo según la capacidad total diseñada**

<b>ARTÍCULO</b>	<b>TIEMPO REQUERIDO ( minutos) X ARTÍCULO</b>	<b>CANTIDADES ANUALES</b>
Camándulas	30	<b>51.840</b>
collares	25	<b>62.208</b>
Pulseras	20	<b>77.760</b>
Denarios	10	<b>155.520</b>
Aretes	8	<b>194.400</b>
<b>TOTAL</b>	<b>93</b>	<b>541.728</b>

**3.1.3.2 Capacidad instalada.** Estará definida por el tiempo de producción (expresado en minutos al año) calculados con base en las máquinas que serán utilizadas por los operarios en cada etapa del proceso de producción, Ensartado, Ajuste y Adicionado de apliques, Limpieza brillo, terminado. Teniendo en cuenta que la maquinaria que está disponible es para 3 operarios se presenta la siguiente determinación del tiempo de producción:

**Tiempo real de trabajo**

**Jornada laboral = 8 horas diarias**

**Tiempo de descanso = 30 minutos** (establecidos por el decreto ley 2158 de 1948, 15 minutos en la mañana y 15 minutos en la tarde)

**Tiempo de preparación de puesto de trabajo: 10 minutos**

**Tiempo real de trabajo en un día:** 8 horas x 60 minutos = 480 minutos - 40 minutos (descanso y tiempo ocioso)= 440 minutos por operario

**Jornada de trabajo:** Un turno

**Días laborados en el año:** 288 días

**Numero de operarios = 3**

**Tiempo total al año:**

440 minutos x 1 turno x 288 días x 3 operarios = **380.160 minutos**

Capacidad Total Instalada para cada artículo:

**Cuadro 64. Capacidad total instalada para cada artículo**

Camándulas =	$\frac{380.160 \text{ minutos}}{30 \text{ minutos}} =$	<b>12.672 unidades</b>
Collares =	$\frac{380.160 \text{ minutos}}{25 \text{ minutos}} =$	<b>15.206 unidades</b>
Pulseras =	$\frac{380.160 \text{ minutos}}{20 \text{ minutos}} =$	<b>19.008 unidades</b>
Denarios =	$\frac{380.160 \text{ minutos}}{10 \text{ minutos}} =$	<b>38.016 unidades</b>
Aretes =	$\frac{380.160 \text{ minutos}}{8 \text{ minutos}} =$	<b>47.520 unidades</b>

**Cuadro 65. Tiempo requerido en minutos por artículo según la capacidad total instalada**

<b>ARTÍCULO</b>	<b>TIEMPO REQUERIDO ( minutos) X ARTÍCULO</b>	<b>CANTIDADES ANUALES</b>
Camándulas	30	<b>12.672</b>
collares	25	<b>15.206</b>
Pulseras	20	<b>19.008</b>
Denarios	10	<b>38.016</b>
Aretes	8	<b>47.520</b>
<b>TOTAL</b>	<b>93</b>	<b>132.422</b>

**3.1.3.3 Capacidad utilizada y proyectada.** La empresa durante el primer año utilizará el 60 % de la capacidad instalada:

Capacidad instalada: 132.422 artículos

Capacidad utilizada: 79.454 artículos

**Cuadro 66. Capacidad utilizada y proyectada.**

<b>ARTÍCULO</b>	<b>Cantidades anuales capacidad instalada</b>	<b>Cantidades anuales capacidad utilizada</b>
Camándulas	<b>12.672</b>	<b>7.603</b>
Collares	<b>15.206</b>	<b>9.124</b>
Pulseras	<b>19.008</b>	<b>11.405</b>
Denarios	<b>38.016</b>	<b>22.810</b>
Aretes	<b>47.520</b>	<b>28.512</b>
<b>TOTAL artículos</b>	<b>132.422</b>	<b>79.454</b>

Se proyecta un crecimiento en la producción anualmente de 6.5% por cada año de vida útil del proyecto, con el fin de llegar a emplear el 92.5 % de la capacidad instalada.

**Cuadro 67. Proyección crecimiento de la producción anual.**

<b>ARTÍCULO</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Camándulas</b>	7.603	8.097	8.624	9.184	9.781	10.417
<b>Collares</b>	9.124	9.717	10.349	11.021	11.738	12.501
<b>Pulseras</b>	11.405	12.146	12.936	13.777	14.672	15.626
<b>Denarios</b>	22.810	24.293	25.872	27.553	29.344	31.252
<b>Aretes</b>	28.512	30.365	32.339	34.441	36.680	39.064
<b>TOTAL</b>	79.454	84.619	90.119	95.976	102.215	108.859
<b>% de utilización de la capacidad instalada</b>	60%	67	73%	79,5	86%	92,5

### **3.2 LOCALIZACION**

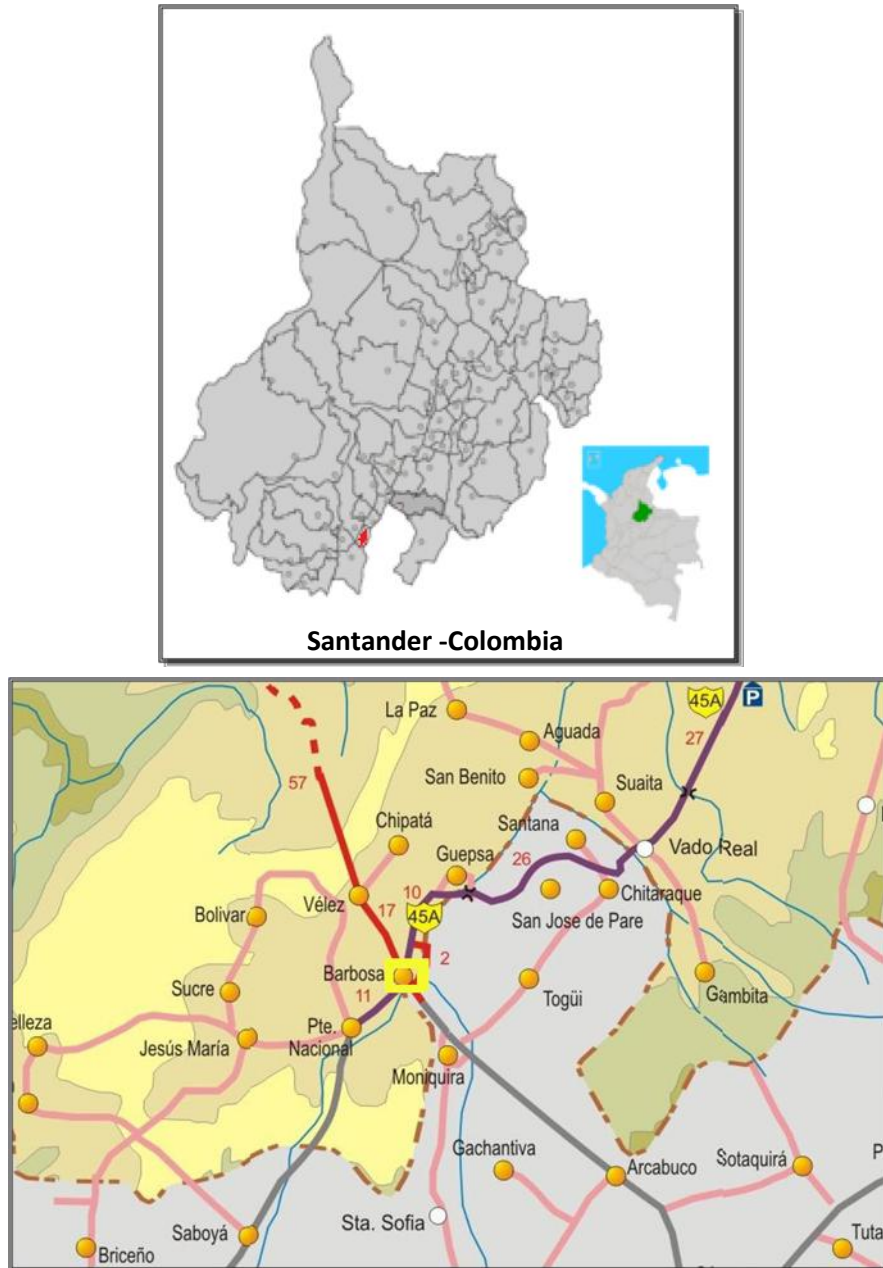
La localización del proyecto depende de la accesibilidad a los requerimientos del mismo, materia prima, tecnología, vías de comunicación..; por esa razón se requiere analizar los factores que influyen directamente en la toma de decisiones respecto a la zona de ubicación de la empresa.

#### **3.2.1 Macro localización (Geográfica)**

El municipio de Barbosa está localizado en el extremo sur del departamento de Santander, en límites con el departamento de Boyacá, en la provincia de Vélez y a una distancia de la capital del país de 285 Km y de Bucaramanga a 214 Km. Es el municipio elegido para la localización de la empresa productora y

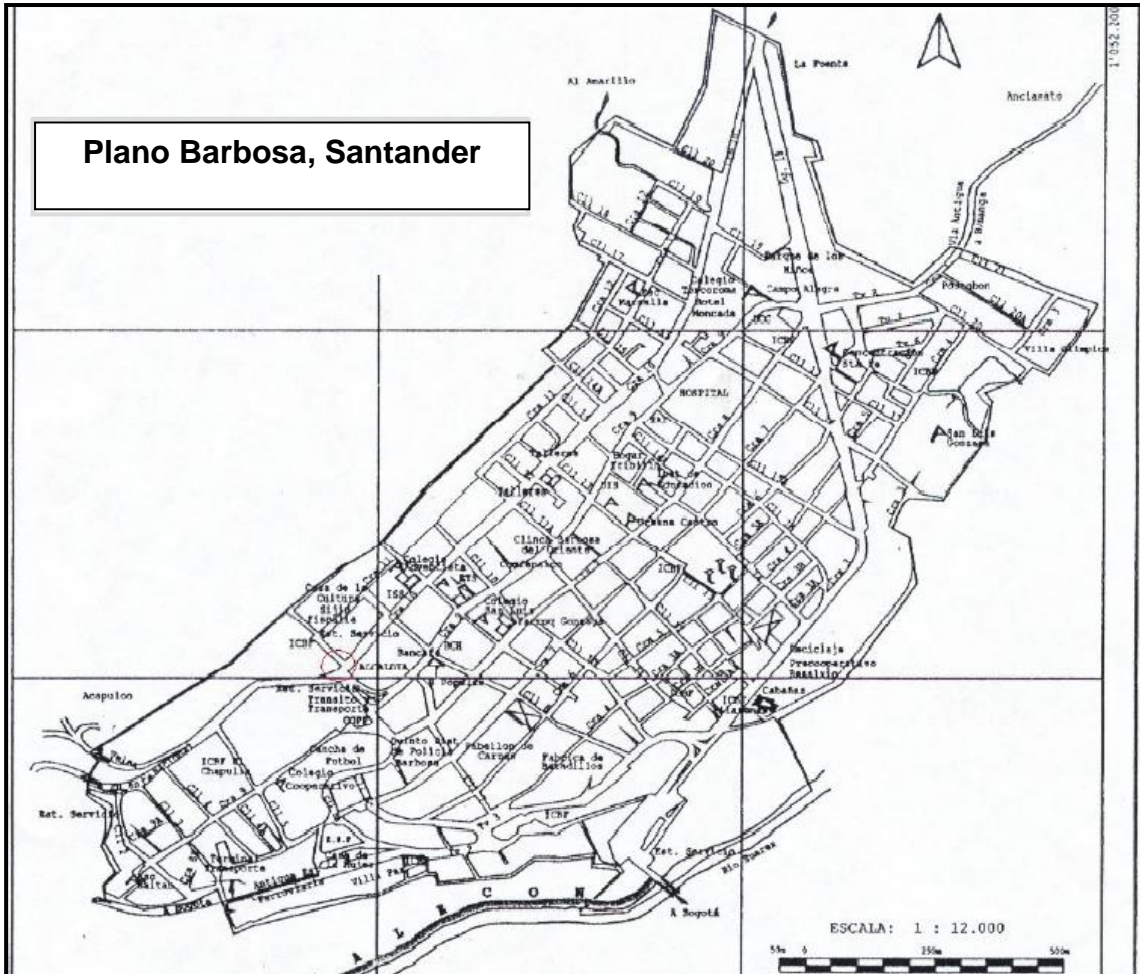
comercializadora de bisutería artesanal en semillas, debido a su ubicación estratégica en el departamento, hecho que lo hace merecedor del título de “puesta de oro de Santander”, posee varias vías de acceso , además que es una zona próxima a municipios que cuentan con gran variedad de semillas silvestres.

Figura 50. Mapa de Santander y ruta para acceder a Barbosa.



### 3.2.2 Micro localización

Figura 51. Plano del casco urbano de Barbosa, Santander



Para determinar la ubicación de la empresa es necesario hacer un análisis de factores de tres lugares en el sector urbano del municipio, teniendo en cuenta que la actividad que desea realizar la empresa, pueden ser zonas residenciales ya que se estaría cumpliendo con el Plan de Ordenamiento Territorial del municipio de Barbosa; los posibles sitios son:

- ✦ Calle 15 # 3B-34 Barrio San Luis
- ✦ Carrera. 9 # 14 - 25 Barrio Trapiche
- ✦ Carrera 3c 21<sup>a</sup> # 22 Los almendros

**Cuadro 68. Selección y definición de factores que determinan la ubicación de la empresa**

<b>FACTOR CRITICO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
<b>Costo de arrendamiento</b>	Costo mensual del uso de las instalaciones
<b>Disponibilidad de servicios</b>	Se refiere a los recursos necesarios para el óptimo funcionamiento de la empresa, servicios públicos, publicitarios, de comunicación etc.
<b>Desarrollo comercial</b>	Incidencia en la comunidad aledaña a la empresa.
<b>Acceso a materia prima</b>	facilidad para el abastecimiento de la materia prima requerida en la producción
<b>Facilidad de transporte</b>	Disponibilidad de transporte para el traslado de materia s primas y producto terminado

**División de los factores en grados**

**F1: Costo de arrendamiento**

- Muy costoso I
- Costoso II
- Costo aceptable III

**F2: Disponibilidad de servicios**

- Escasos I
- Limitados II
- Variedad de servicios III

**F3: Desarrollo comercial**

- Poco llamativo, bajo desarrollo comercial I
- Escasa afluencia de público II
- Interés alto III

**F4: Acceso a materia prima**

- Acceso deficiente a la materia prima I
- Se presentan obstáculos II
- Facilidad de acceso a la materia prima III

**F5: Facilidad de transporte**

- Poca afluencia de vehículos I
- Dificultad para acceder al transporte II
- Fácil acceso a transporte III

**Cuadro 69. Ponderación y puntuación de factores**

FACTOR ES		PUNTAJE		PONDERACIÓN
F1	<b>Costo de arrendamiento</b>			20%
	▪ Muy costoso I	15	80	
	▪ Costoso II	25		
	▪ Costo aceptable III	80		
F2	<b>Disponibilidad de servicios</b>			20%
	▪ Escasos I	15	80	
	▪ Limitados II	25		
	▪ Variedad de servicios III	80		
F3	<b>Desarrollo comercial</b>			12%
	▪ Poco llamativo, bajo desarrollo comercial	10	48	
	▪ Afluencia normal de público II	20		
	▪ Interés alto III	48		
F4	<b>Acceso a materia prima</b>			30%
	▪ Acceso deficiente a la materia prima I	10	120	
	▪ Se presentan obstáculos II	50		
	▪ Facilidad de acceso a la materia prima III	120		
F5	<b>Facilidad de transporte</b>			18%
	▪ Poca afluencia de vehículos I	12	72	
	▪ Dificultad para acceder al transporte II	20		
	▪ Fácil acceso a transporte III	72		

**Cuadro 70. Determinación de la ubicación**

FACTORES	Calle 15 # 3B- 34 Barrio san Luis		Carrera. 9 # 14 - 25 Barrio Trapiche		Carrera 3c 21ª # 22 Los almendros	
	Grado	Puntos	Grado	Puntos	Grado	Puntos
F1	III	80	I	15	II	25
F2	III	80	III	80	II	25
F3	II	20	III	48	I	10
F4	III	120	II	50	II	50
F5	III	72	III	72	I	12
<b>Total</b>		<b>372</b>		265		122

Teniendo en cuenta el método de puntos el lugar más apropiado para la ubicación de la empresa es el barrio San Luis, **Calle 15 # 3B- 34** debido a que presenta ventajas en los factores mencionados con respecto a otros lugares.

#### **Punto de venta**


La empresa tendrá un punto de venta en la carrera 9 con calle 13 ya que en este sector se ubica la zona comercial mas importante del municipio. No es posible ubicar en este lugar la fábrica debido a los elevados costos de los servicios públicos y arrendamientos.

### 3.3 INGENIERIA DEL PROYECTO

#### 3.3.1 Ficha técnica del producto


**Camándulas:** Largo 40 y 50 cm. Aprox. Peso aprox. 28.5 gramos  
Elaboradas en semillas, lágrimas de San Pedro, platanillo, pionías, camajuro.

#### Cuadro 71. Diseños de camándulas

<b>Diseño</b>		
<b>Descripción</b>	<p>Semilla de lagrima de San Pedro, Pionías, Platanillo, cruz, argollas, cruceta, conector metálico y nylon de 10 libras, elaborado con 57 semillas de lagrima de San Pedro, 1 cruz metálica de 2cm de ancho X 3cm de largo, 4 argollas metálicas de 5mm de diámetro, 50 cm de nailon, 1 cruceta de 1cm de largo X 1cm de ancho y 60 conectores metálicos de 2 cm cada uno.</p>	
<b>Colores</b>	<p>Café, Negro, Gris, Rojo</p>	
<b>Vida útil</b>	<p>5 años</p>	

**Denarios:** Largo 16 y 20 cm. aprox. Peso aprox. 6 gramos Elaborados en semillas, lágrimas de San Pedro, platanillo, pionías.

**Cuadro 72. Diseño de denario**

<b>Denario</b>	
<b>Descripción</b>	Semilla de lágrima de San Pedro y Platanillo, cruz y argollas metálicas, cierre pico de loro y palos metálicos. elaborados con 11 semillas de lágrima de San Pedro, 1 cruz metálica de 1.5cm de ancho X 2 cm de largo, 3 argollas de 5 mm de diámetro y 11 palos metálicos de 2 cm cada uno
<b>Color Disponible</b>	Negro, café, gris
<b>Vida útil</b>	5 años




**Collares:** Largo entre 36 y 40 cm aprox. Peso aprox.10 gramos Elaborados en semillas, lágrimas de San Pedro, platanillo, pionías, totumo pirograbado.

**Cuadro 73. Diseños de collares**

<b>Diseño</b>			
<b>Descripción</b>	Semilla de lágrima de San Pedro, platanillo, camajuro y pionías, argolla metálica, elaborado con 50cm de cuero encerado, 3 apliques en forma de mariposa, 11 argollas metálicas color bronce.	Semillas de pionía combinada rojo y negro o, camajuro de colores y aro metálico, Collar elaborado en un aro metálico de 13cm de diámetro y 5 semillas de pionía combinado.	Semilla de pionía roja, grande y cuero encerado, Collar elaborado con 8 semillas de pionía o camajuro, 1 semilla de pionía grande,. aplicación en totumo de 4x 4cm, y 50 cm de cuero encerado, largo regulable.
<b>Color</b>	Café, Negro, Gris, Rojo, azul, verde, amarillo		
<b>Vida Util</b>	3 años		




**Pulseras:** En ensamble elástico o metálico, o con aderezos metálicos.

**Cuadro 74. Diseños de pulseras**

<b>Diseño</b>			
<b>Descripción</b>	Semillas de lágrima de San Pedro, camajuro, platanillo, y elástico. Pulsera elaborada con 10 semillas de lágrima de San Pedro y 10 de platanillo/ pionías y platanillo, con 1 dije metálico de 2cm x 2cm y 15cm de nylon elástico peso aprox. 7 gramos.	Semillas de pionía roja o camajuro y alambre de hierro, Pulsera elaborada con 18 semillas de lágrima de pionía, 18 semillas de platanillo y 35 cm de alambre. Dos vueltas. peso aprox. 18 gramos.	Semillas de pionía roja o camajuro y alambre de hierro, Pulsera elaborada con 100 semillas de pionía, 18 semillas de platanillo y 99 cm de alambre. 4 vueltas. Peso aprox. 44gramos.
<b>Color</b>	Café, Negro, Gris, Rojo, azul, verde, amarillo		
<b>Vida útil</b>	5 años		

**Aretes:** Largo entre 4 y 8 cm aprox. Elaborados en semillas, lágrimas de San Pedro, platanillo, pionías, camajuro, totumo pirograbado.

**Cuadro 75. Diseños de aretes**

<b>Diseño</b>			
<b>Descripción</b>	Semilla de pionía, lagrima de San Pedro, platanillo, o camajuro aplique metálico grande y palos metálicos, Aretes elaborados con 12 semillas de pionía, 2 apliques metálicos 0.70 cm de largo y 0.70cm de ancho y 4 conectores metálico largos de 2 cm. peso aprox. 6 gramos	Semilla de pionía, lagrima de San Pedro, platanillo, o camajuro aplique con forma de flor metálico y palos metálicos, Aretes elaborados con 4 semillas de pionía, 2 flores metálicas 0.70 cm de largo y 0.70cm de ancho y 4 conectores metálicos de 2 cm cada uno. Peso aprox. 3,4 gramos.	Semilla de pionía, lagrima de San Pedro, platanillo, o camajuro aplique con forma de flor metálico y palos metálicos, Aretes elaborados con 2 semillas de pionía, 2 flores metálicas 0.70 cm de largo y 0.70cm de ancho y 2 palos metálicos de 2 cm. Peso aprox. 1.5 gramos
<b>Color Disponible</b>	Café, Negro, Gris , Rojo, azul, verde y amarillo		
<b>Vida útil</b>	3 años		

### **3.3.2 Descripción técnica del proceso**

La infra estructura de la empresa estará dividida en tres secciones, la primera es de almacenamiento de la materia prima, la segunda es para proceso de ensamble y control de calidad de los artículos, y la tercera es de almacenamiento y distribución del producto terminado.

#### **Selección y compra:**

El proceso inicia con la selección y compra de la materia prima e insumos (Semillas, Hilos de metal, Complementos metálicos, picos de loro, argollas, conectores, cruces y afines, Fique, Totumo, Nylon).

#### **Clasificación de insumos:**

Se continúa con la clasificación de los insumos según el diseño de los artículos.

#### **Ensartado:**

Se procede al ensartado de las semillas acorde al diseño.

#### **Adición de apliques y ajuste:**

Se adicionan los apliques decorativos y se realiza ajuste de las piezas metálicas y apliques.

#### **Limpieza y brillo:**

Se limpian las semillas para retirar residuos de polvo , se brillan con aceite mineral, terminando con la adición de etiquetas y empaque.

#### **Almacenamiento:**

El producto terminado se almacena en estantes de madera para evitar humedad de las semillas.

A continuación en las figuras mencionadas se muestra algunos detalles del proceso, productivo como el ensartado, adición de apliques, limpieza, brillo, etiquetado y empaque del producto.

## Ensartado

Figura 52. Ensartado



## Adición de apliques

Figura 53. Adición de apliques



## Limpeza y brillo

Figura 54. Limpieza y brillo



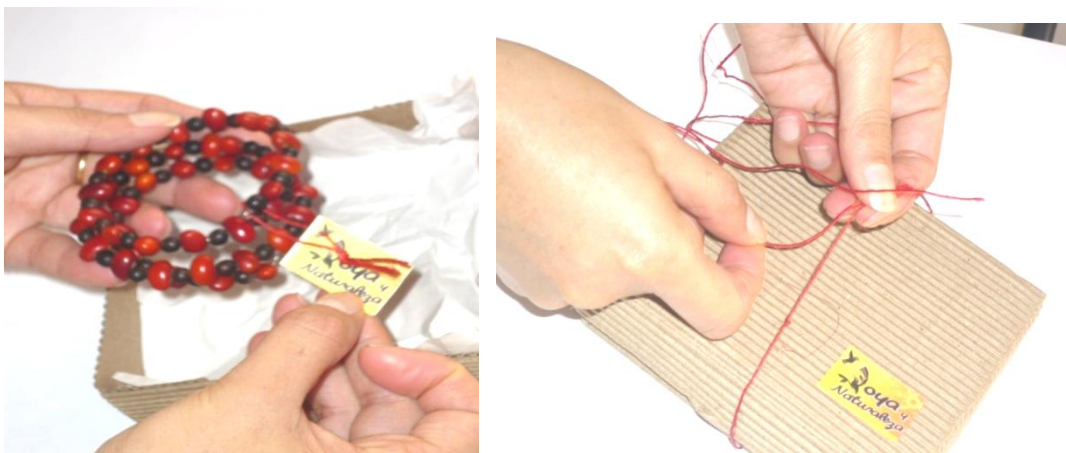
## Adición de etiquetas

Figura 55. Adición de etiquetas



## Empaque

Figura 56. Empaque



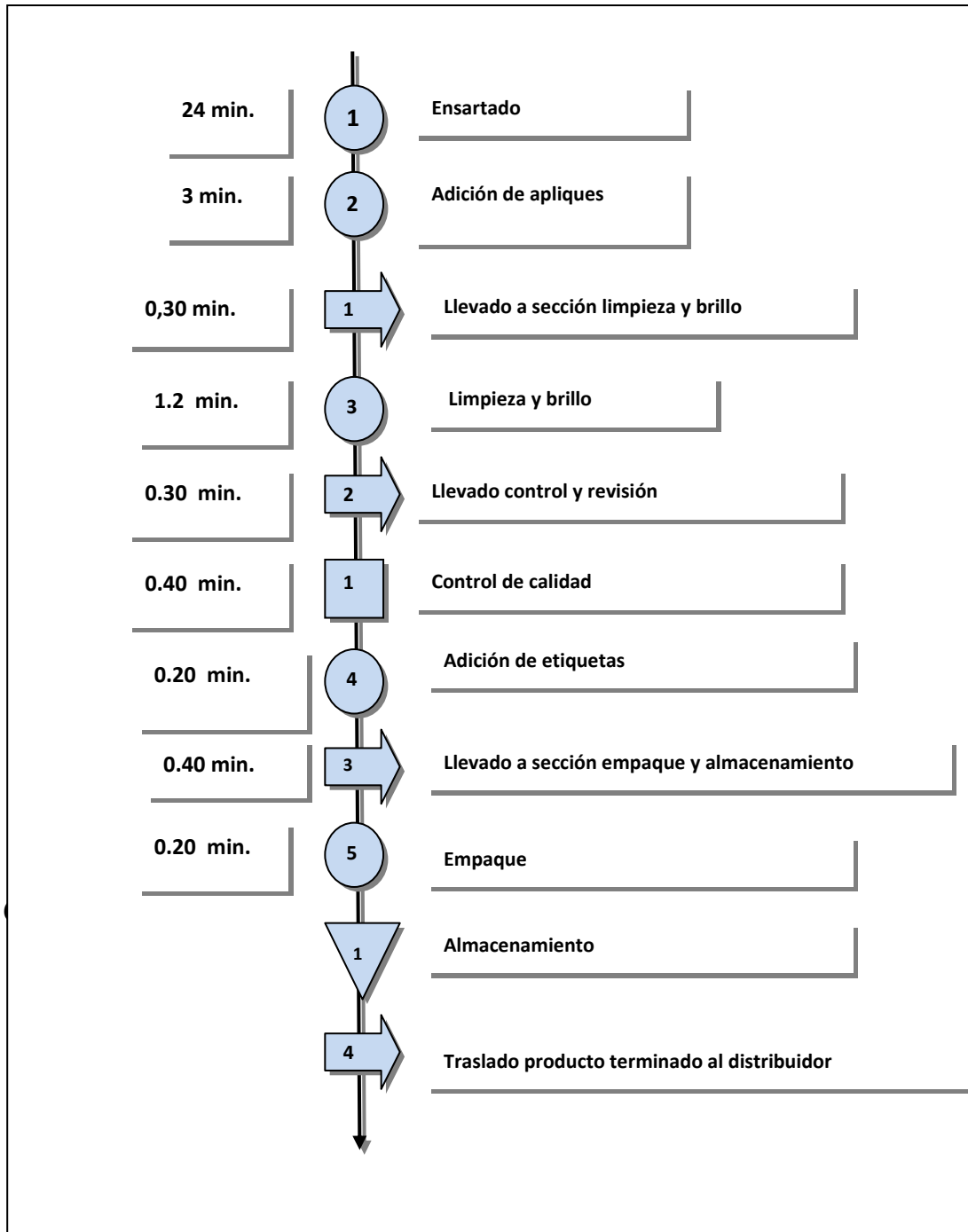
Cuadro 76. Descripción técnica del proceso, según número de actividades para su elaboración.

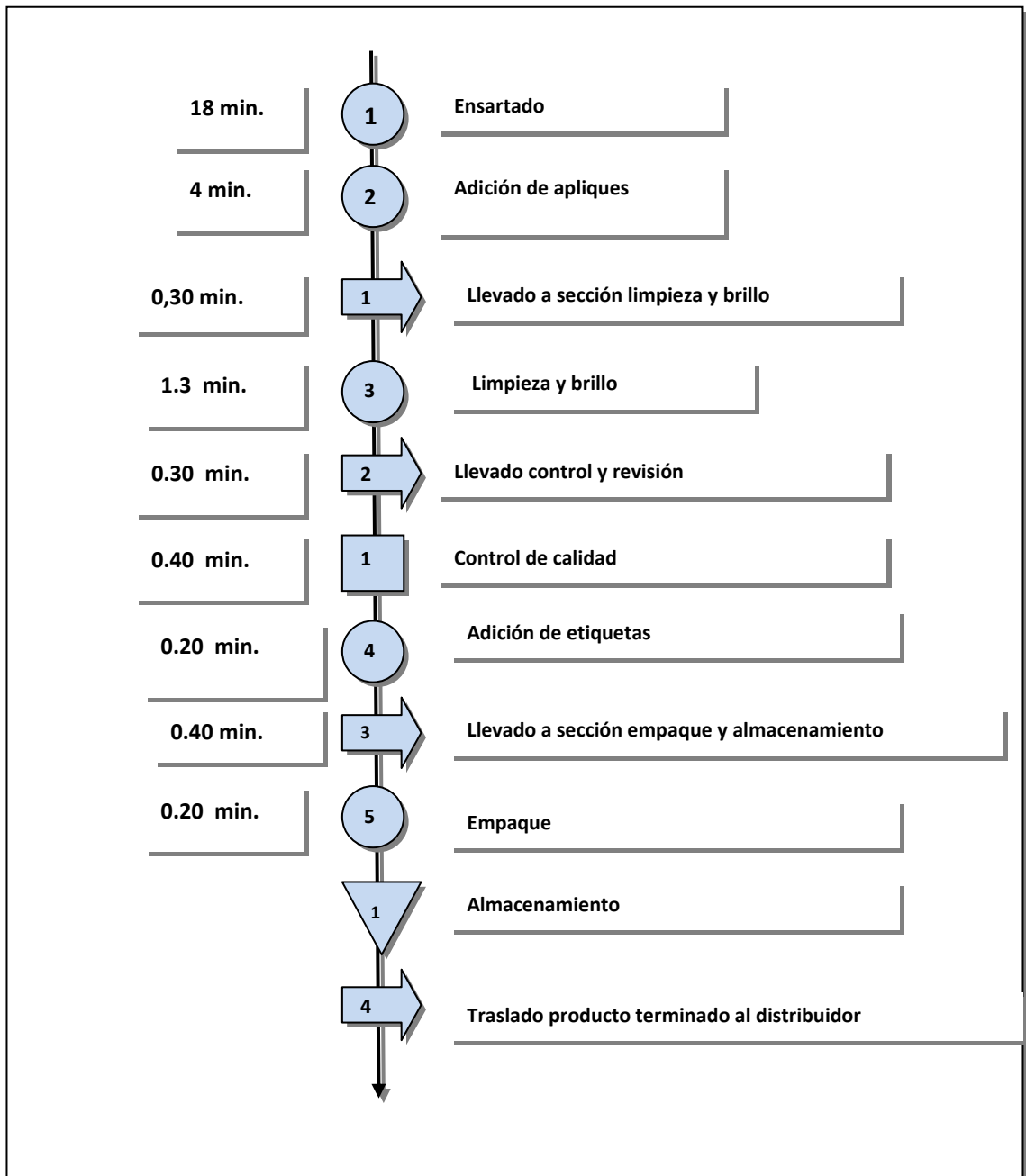
ARTÍCULO	Ensartado Promedio	Ajuste y Adicionado de apliques	Limpieza brillo, terminado	TOTAL
Camándulas	24	4	2	30
Collares	18	4	2	25
Pulseras	15	4	1	20
Denarios	5	3	2	10
Aretes	5	2	1	8
<b>TOTAL</b>	<b>70</b>	<b>15</b>	<b>8</b>	<b>93</b>

### 3.3.3 Diagrama de operación, proceso y procedimiento

#### CAMÁNDULAS

Figura 57. Diagrama de operación, proceso y procedimiento de camándulas

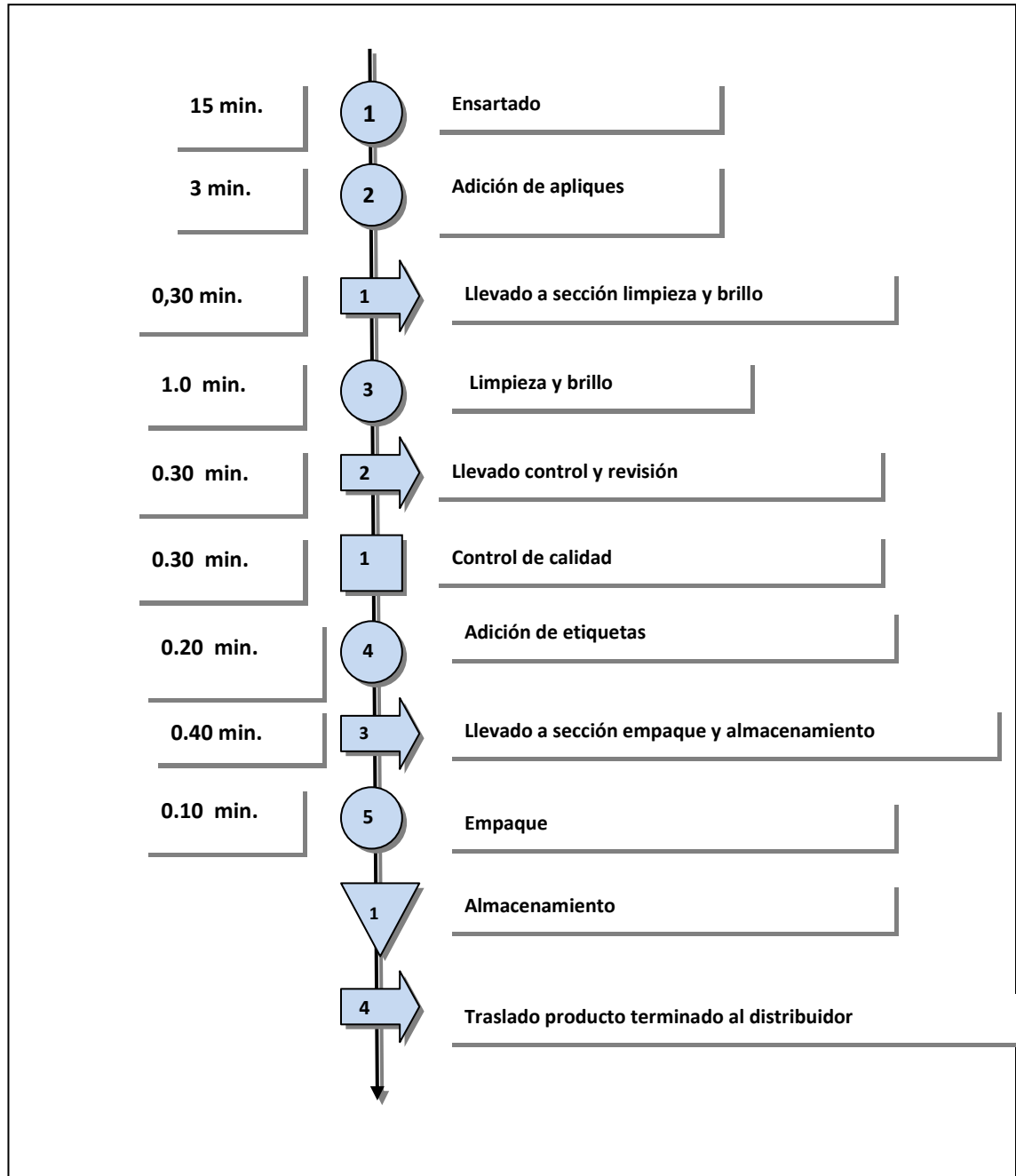






## PULSERAS

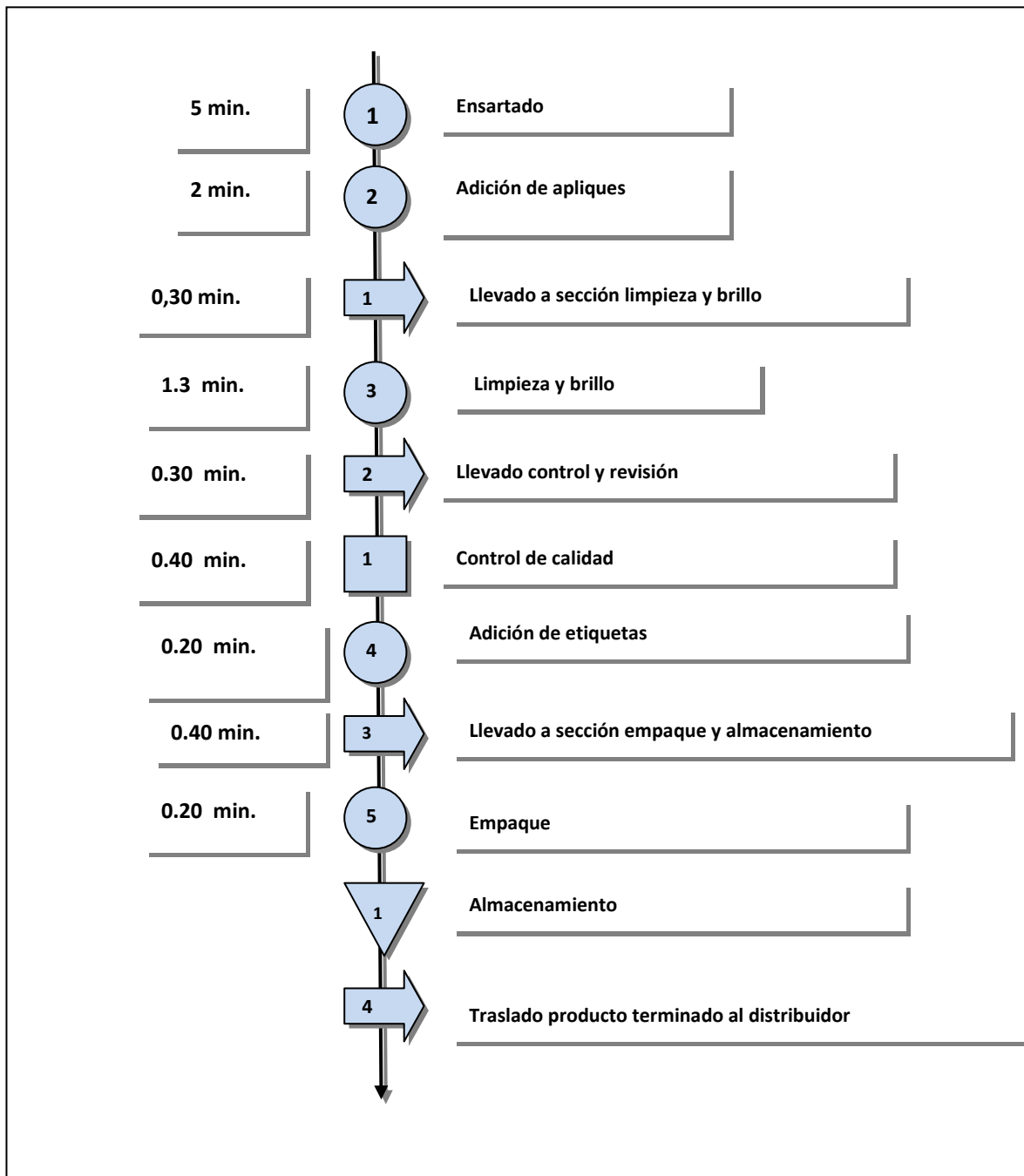
Figura 58. Diagrama de operación, proceso y procedimiento de pulseras





## DENARIOS

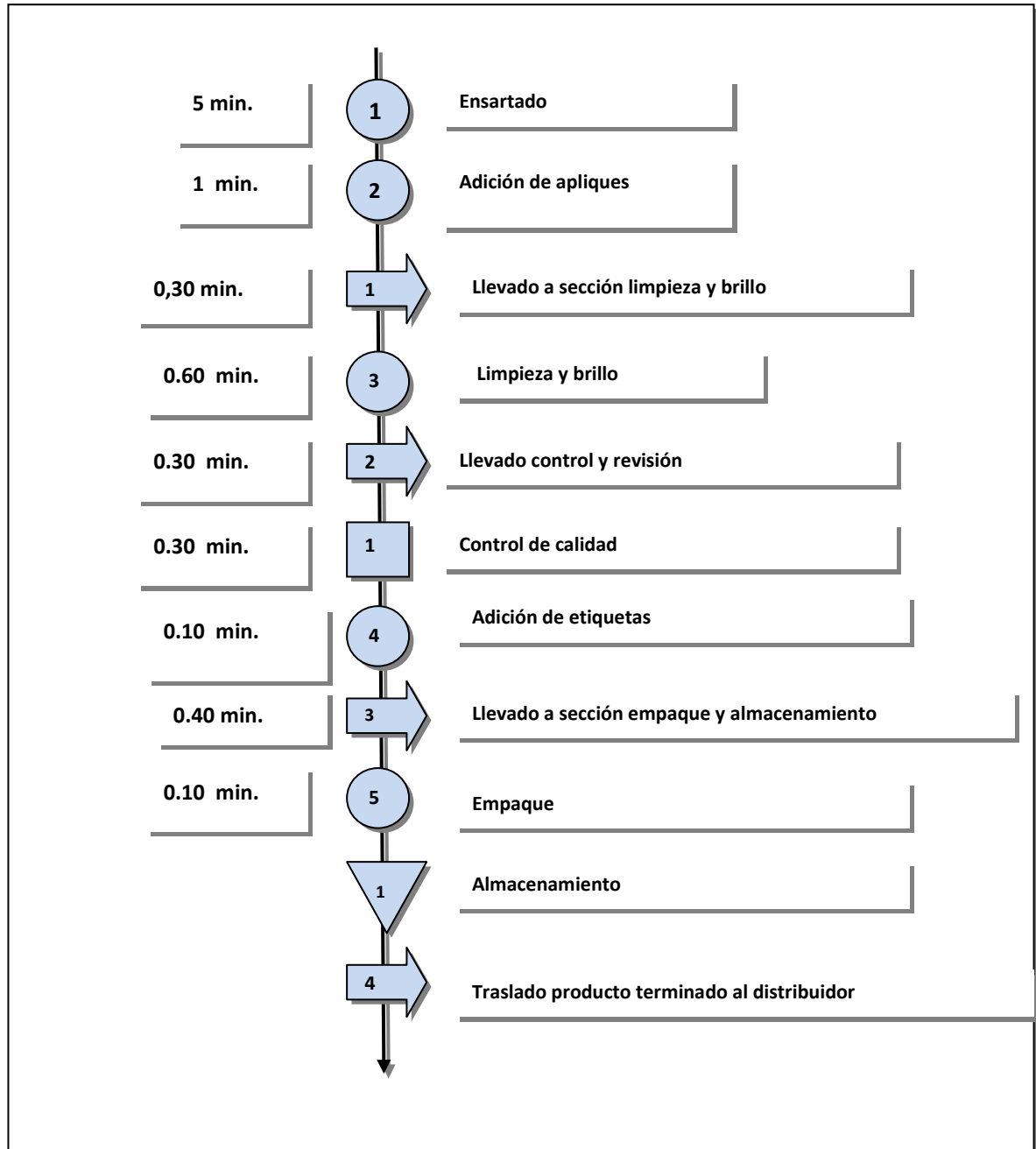
Figura 59. Diagrama de operación, proceso y procedimiento de denarios





## ARETES

Figura 60. Diagrama de operación, proceso y procedimiento de aretes



## **Diagrama de flujo de proceso**

El diagrama de flujo de proceso presenta las mismas distancias y procesos para cada uno de los artículos de bisutería, la diferencia entre ellos radica en el tiempo de cada proceso, como se evidencia en los diagramas de operación proceso y procedimiento.

### **DIAGRAMA DE FLUJO**

**NOMBRE DEL PROCESO: Collar**

### **DIAGRAMA ACTUAL**

**SE INICIA EN: ALMACEN**

**SE TERMINA EN: almacenamiento producto terminado**

**HECHO POR: LUZ STELLA AGUILERA-ELIZABETH MOSQUERA**

**DEPARTAMENTO: PRODUCCION**

**Cuadro 77. Diagrama de flujo de proceso para collares y resumen**

DESCRIPCION DEL METODO ACTUAL	DISTANCIA	OPERACION	INSPECCION	TRANSPORTE	DEMORA	ALMACENAMIENTO
<b>ELABORACIÓN COLLAR</b>	Metros	0	□	⇄ ↓	D	▽
Llevado de materiales a producción	3			•		
Revisión diseño			•			
Enartado		•				
Adición de apliques		•				
Llevado a sección limpieza y brillo	2			•		
Limpieza		•				
Brillo		•				
Llevado control y revisión	1			•		
Control y revisión			•			
Adición de etiquetas		•				
Llevado a sección empaque y almacenamiento	3			•		
Empaque		•				
Almacenamiento						•
Traslado producto terminado al distribuidor				•		
<b>Total distancias</b>	9					
<b>Total procesos</b>		6	2	5		1
<b>Total tiempo</b>	<b>25 minutos<sup>41</sup></b>					

**Resumen**

<b>Operaciones</b>	<b>6</b>
<b>Inspecciones</b>	<b>2</b>
<b>Transportes</b>	<b>5</b>
<b>Demoras</b>	<b>0</b>
<b>Almacenamientos</b>	<b>1</b>

<sup>41</sup> El tiempo es el único factor que varía de acuerdo a cada producto, camándulas 30 minutos, aretes 8 minutos, denarios 10 minutos, pulseras 20 minutos.

## ✦ MANEJO DE DESECHOS

La empresa **Joya y naturaleza LTDA**, generará desechos que deberán tener tratamiento como lo exige la ley, para ello se acogerá a las disposiciones dadas por las entidades competentes en los decretos: 1713 de 2002 Gestión integral de residuos sólidos, 2104 del 26 de julio de 1983 reglamentación residuos sólidos y la resolución 541 del 14 de diciembre de 1994 resuelta por el ministerio del medio ambiente.

La empresa **Joya y naturaleza LTDA** debe necesariamente presentar o entregar los residuos sólidos para la recolección de forma tal que se evite su contacto con el medio ambiente y con las personas encargadas de la actividad y deben colocarse en los sitios determinados para tal fin.

Entre los residuos a almacenar la empresa se encuentran:

- ✦ Residuos de las semillas dañadas
- ✦ Restos pequeños de metal
- ✦ Bolsas plásticas
- ✦ Papel
- ✦ Cartón

Es necesario implementar por parte de la empresa tareas de recuperación y aprovechamiento a través del reciclaje y la reutilización.

Los residuos de las semillas dañadas, restos pequeños de metal y bolsas y papel de empaque de los insumos se separan para reciclarlos. Las semillas pueden ser utilizadas para elaborar abono o dar origen a una nueva planta.

Racionalizar el uso y consumo de las materias primas provenientes de los recursos naturales.

La empresa genera de vertimientos de tipo doméstico, para lo cual se acogerá a las exigencias y normatividad expuesta en el **decreto 1594 de 1984 sobre el uso del agua y residuos líquidos**. La ley prohíbe

completamente los vertimientos de residuos líquidos en las calles, calzadas o sistemas de alcantarillado para aguas públicas.

### **3.3.4 Control de calidad**

El control de calidad se llevará a cabo en cada etapa del proceso mediante la Norma Técnica Colombiana NTC 5637, el Sello de Calidad Hecho a Mano, y la ISO 9001:2000, para verificar la calidad en las semillas, el ensartado, el ajuste de los complementos metálicos y apliques.

Así mismo se revisará cuidadosamente en etiquetado y empaque de cada artículo.

### **Materia prima y Semillas**

La empresa hará énfasis en la calidad de las semillas como materia prima principal, las condiciones físicas de cada semilla, previendo fisuras que puedan desmejorar el producto y generar defectos en el producto terminado.

### **Apliques**

Los apliques metálicos como dijes y adornos para aretes y collares deben ser revisados para identificar cualquier imperfecto en el color o textura de los mismos que puedan incomodar a quien use el accesorio, puntas o salientes no estéticas.

### **Empaque**

Los productos serán empacados en bolsas de papel reciclable y cajas de cartón decoradas creativamente con fique y con el logo de la empresa, las recomendaciones para el cuidado del accesorio y una breve descripción de el material o semilla en el que se ha elaborado y el enunciado de producto 80% biodegradable y 20% reciclable . Se relaciona a continuación los empaques utilizados por la empresa por la empresa:

Figura 61. Empaques para accesorios



### 3.3.5 Recursos

#### 3.3.5.1. Recurso humano

Cuadro 78. Recurso humano

CARGO	NÚMERO DE PERSONAS
GERENTE	1
SECRETARIA	1
ADMINISTRADOR	1
VENDEDORAS DE MOSTRADOR	2
OPERARIOS	3
VENEDORES MOVILES	2
<b>TOTAL PERSONAS</b>	<b>10</b>

**3.3.5.2. Recurso físico (equipos, máquinas, mantenimiento)** En las siguientes tablas se relaciona la maquinaria, equipo, muebles y enseres, y los elementos de seguridad industrial.

**Cuadro 79. Recurso físico.**

<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>	<b>CANTIDAD</b>
Motor tul	2
Piro grabador	1
Pinzas	6
Taladro	1
prensa	2

Fuente: Autoras del estudio

### **Taladro vertical**

5 velocidades, desde 700 rpm hasta 3000 rpm. Motor de 1 fase de 110v/60hz, 7,5 ampere. 0,25 kw, capacidad de mandril, 1/2" (13mm) jt33

Figura 62. Taladro vertical



**Pirograbador** con 28 temperaturas.

Figura 63. Pirograbador



**Pinzas**

Figura 64. Pinzas



## Prensa

Figura 65. Prensa



## FABRICA

### Muebles y enseres área operativa

Cuadro 80. Muebles y enseres del área operativa

MUEBLES Y ENSERES	CANTIDAD
Escritorio y silla	2
Mesa	1
Mesón	2
Estante	2

Fuente: Autoras del estudio

## Herramientas

Cuadro 81. Herramientas

HERRAMIENTAS	CANTIDAD
Metros	3
Tijeras	12
Seguetas	10

Fuente: Autoras del estudio

### **Equipo de oficina área administrativa**

**Cuadro 82. Equipos de oficina área administrativa**

<b>Equipo de oficina</b>	<b>Cantidad</b>
Escritorio	3
Sillas	3
Estantes	2

### **Equipo de cómputo y comunicación**

**Cuadro 83. Equipo de cómputo y comunicaciones**

<b>Equipo de cómputo y comunicación</b>	<b>Cantidad</b>
Computador	4
Impresora multifuncional	2
Línea telefónica	1
Telefax	1

Fuente: Autoras del estudio

### **Muebles y enseres área de bienestar**

**Cuadro 84. Muebles y enseres área de bienestar**

<b>Muebles y enseres</b>	<b>cantidad</b>
Estufa	1
Mesa plástica	1
Sillas plásticas	4

## Elementos de seguridad

**Cuadro 85. Elementos de seguridad**

<b>ELEMENTO</b>	<b>CANTIDAD</b>
Lentes	3
Tapabocas	3
Tapa oídos	3
Overoles	3
Extintores	1
Botiquín	1
Señalizadores	4

Fuente: Autoras del estudio

## Papelería

**Cuadro 86. Papelería**

<b>PAPELERIA</b>	<b>CANTIDAD</b>
Facturas x 500	50
Catálogos x 2	50
Talonario de pedidos x 500	20
Tarjetas de presentación x 1000	1000
Libro contable	1

Fuente: Autoras del estudio

## PUNTO DE VENTA

**Cuadro 87. Punto de venta**

<b>Muebles y enseres</b>	<b>Cantidad</b>
Mostrador/ escritorio	1
Silla alta	1
Vitrinas laterales	4
Vitrina giratoria	1
Vitrina esquinera	1
Estantes en madera	6
Puff	2
Jarrones con base	5
Tapetes	2
Pendón	1
Espejo	5
Aviso luminoso	1

## Equipo de oficina

**Cuadro 88. Equipo de oficina**

<b>Equipo de oficina</b>	<b>Cantidad</b>
Computador	1
Registradora	1
impresora	1
Línea telefónica	1
Sistema de monitoreo	1

## Elementos de seguridad

**Cuadro 89. Elementos de seguridad**

<b>Elementos de seguridad</b>	<b>Cantidad</b>
Botiquín	1
Extintor	1
Señalizadores	4

## Papelería

**Cuadro 90. Papelería**

<b>Papelería</b>	<b>Cantidad</b>
Papel para impresiones	1
Catálogos	10
Tarjetas de presentación	500

### 3.3.5.3. Recursos de insumos

**Cuadro 91. Insumos**

<b>INSUMO</b>	<b>CLASIFICACIÓN</b>
<b>Semillas</b>	Lagrima de San Pedro (color gris , café)
	Camajuro (color azul, verde, amarillo)
	Pionía( color rojo y naranja)
	Platanillo (negro)
<b>Pico de loro</b>	Plateado , bronce
<b>Pescadores + complemento</b>	Plateado, bronce
<b>Resorte pulsera</b>	8 cm y 5 cm de diámetro
<b>Argollas</b>	5mm y 8mm , plateada y bronce
<b>Nylon</b>	Elástico, 10 lb
<b>Cuero encerado</b>	Colores : café, negro, beige
<b>Aro collar</b>	18 cm diámetro
<b>Complemento de pescadores( palos)</b>	Plateado, bronce. Largo 3 cm
<b>Cruz pequeña</b>	Plateada, bronce, 2 cm largo.
<b>Cruz grande</b>	Plateada, bronce, 4 cm largo.
<b>Cruceta<sup>42</sup></b>	Plateada, bronce
<b>Totumo</b>	Cuadrados :4cm x4cm, 2cm x2 cm.
<b>Escalachines</b>	Plateado, bronce
<b>Apliques metálicos (ADORNOS)</b>	Mariposas 1 cm x 1 cm, libélulas, aros 2 cm x 2 cm, flores 8mm x 8 mm.

<sup>42</sup> Cada una de las cruces o de las aspas que resultan de la intersección de dos series de líneas paralelas, especialmente en enrejados o en labores y adornos femeninos **Microsoft® Encarta® 2008.**

## INSUMOS POR TIPO DE PRODUCTO

**Cuadro 92. Insumos por tipo de producto**

<b>CAMANDULAS</b>			
<b>MATERIAL</b>	<b>Cantidad por producto</b>	<b>Cantidad por mes</b>	<b>Cantidad por año</b>
Semillas	57	36.114	433.371
Cruz	1	634	7.603
Cruceta	1	634	7.603
Conector metálico	60	38.015	456.180
Nylon 10lb.	50cm	317mts.	3801mts.
Argollas	4	2.534	30.412
Caja en papel corrugado craff 15cm x 15cm	1	634	7.603
<b>DENARIOS</b>			
<b>MATERIAL</b>	<b>Cantidad por producto</b>	<b>Cantidad por mes</b>	<b>Cantidad por año</b>
Semillas	11	20.909	250.910
Cruz	1	1.901	22.810
Conector metálico	3	5.703	68.430
Argollas	11	20.909	250.910
Caja en papel corrugado craff 10cm x 10cm	1	1.901	22.810

Cuadro 92. (Continua)

<b>COLLARES</b>			
<b>MATERIAL</b>	<b>Cantidad por producto</b>	<b>Cantidad por mes</b>	<b>Cantidad por año</b>
Cuero encerado	50 cm	224 mts	2.692 mts
Semillas	21	5.064	60.770
Argollas	11	2.927	35.123
Apliques	3	798	9.579
Aro metálico	1	312	3.740
Aplique en totumo	1	183	2.191
Caja en papel corrugado craff 15cm x 15cm	1	760	9.124
<b>PULSERAS</b>			
<b>MATERIAL</b>	<b>Cantidad por producto</b>	<b>Cantidad por mes</b>	<b>Cantidad por año</b>
Semillas	156	63.111	757.332
Dije metálico	1	95	1.140
Nylon elástico	15 cm	14	171
Alambre ( resorte)	134 cm	604	7.242
Caja en papel corrugado craff 15cm x 15cm	1	950	11.405
<b>ARETES</b>			
<b>MATERIAL</b>	<b>Cantidad por producto</b>	<b>Cantidad por mes</b>	<b>Cantidad por año</b>
Semillas	18	14.399	172.784
Aplique metálico	4	2.709	32.504
Conectores largos	10	8.316	99.792
Flores ( metal)	2	1.521	18.248
Caja en papel corrugado craff 10cm x 10cm	1	2.376	28.512

### 3.3.6 Estudio de proveedores

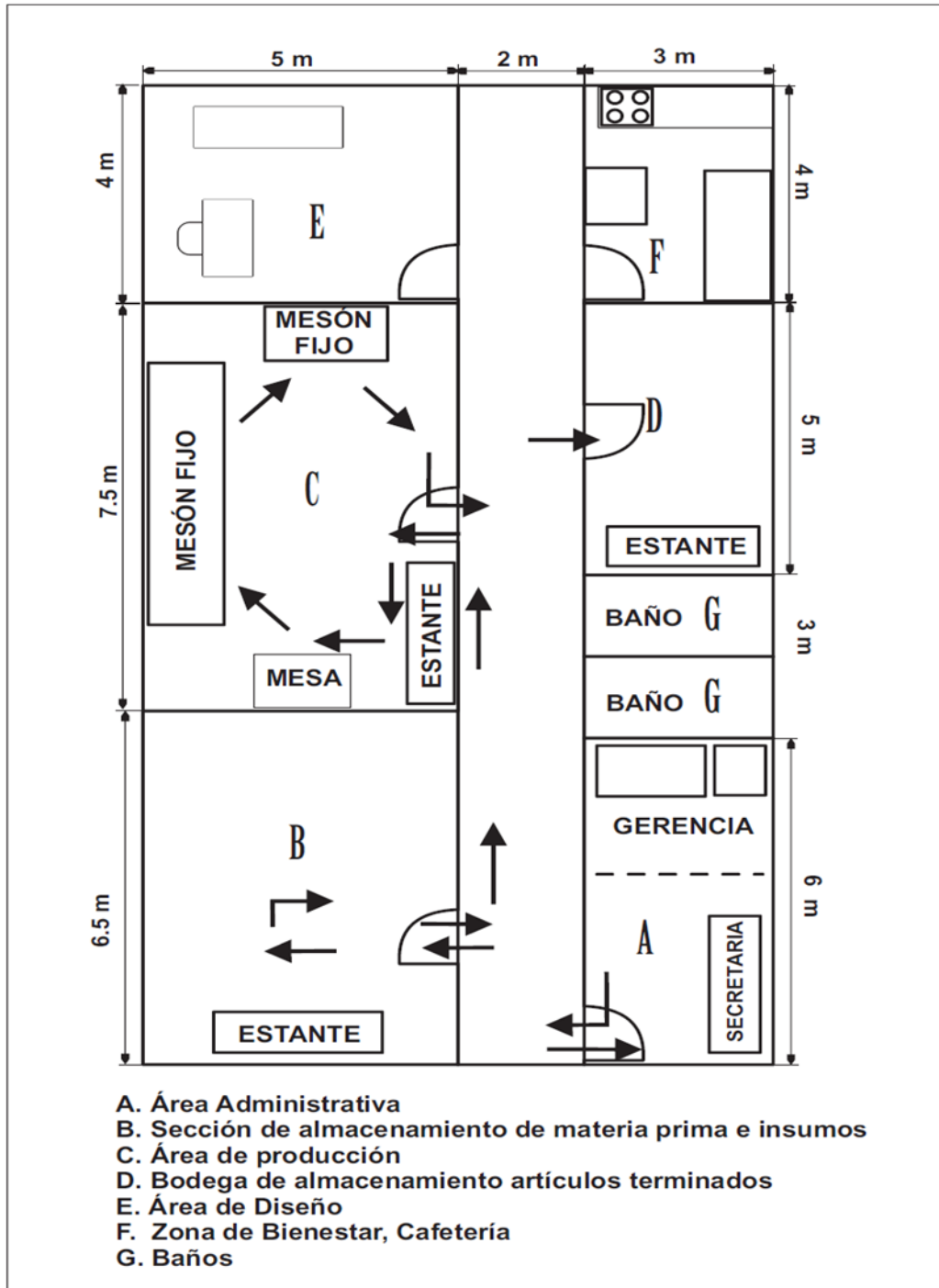
Para la selección de los proveedores se tendrá en cuenta aspectos básicos como la calidad, los precios, y la variedad. A continuación se relacionan los proveedores en la región para las semillas y los de apliques y complementos metálicos de las ciudades de Bogotá y Bucaramanga.

**Cuadro 93. Estudio de proveedores**

<b>ELEMENTOS</b>	<b>PROVEEDORES</b>
<b>Semillas</b>	Finca La Cañada, Luis Vicente Ariza, CC. 5.711.292, vereda Rincón Puente Nacional Finca villa Lucero, corregimiento de Cite, Santander. El Naranjo Barbosa Santander. ARTANA, Centro comercial Metro centro, local 417 C, Bogotá. <a href="mailto:artana_info@yahoo.es">artana_info@yahoo.es</a> <a href="http://www.platavieja.com.co">www.platavieja.com.co</a>
<b>Fibras e hilos</b>	<a href="http://www.platavieja.com.co">www.platavieja.com.co</a> Fantasías Gómez, C.C Arlington, Cra. 18No.33-16, Bucaramanga
<b>Complementos metálicos Ensamblados religiosos</b>	Fantasías Gómez, C.C Arlington, Cra. 18No.33-16, Bucaramanga Fabrica y almacén LA RELIQUIA, Centro comercial Metro centro, local 231, 2 piso. Bogotá. Ensamblados Camargo, local 222, Centro comercial Metro centro, Bogotá.
<b>Bolsas de papel para empaque</b>	PALACIO DE LAS CAJAS, carrera 23 No.54-56, Bucaramanga
<b>Cajas de cartón</b>	PALACIO DE LAS CAJAS, carrera 23 No.54-56, Bucaramanga
<b>Etiquetas</b>	NEURONA, carrera 10, 12-77, Barbosa

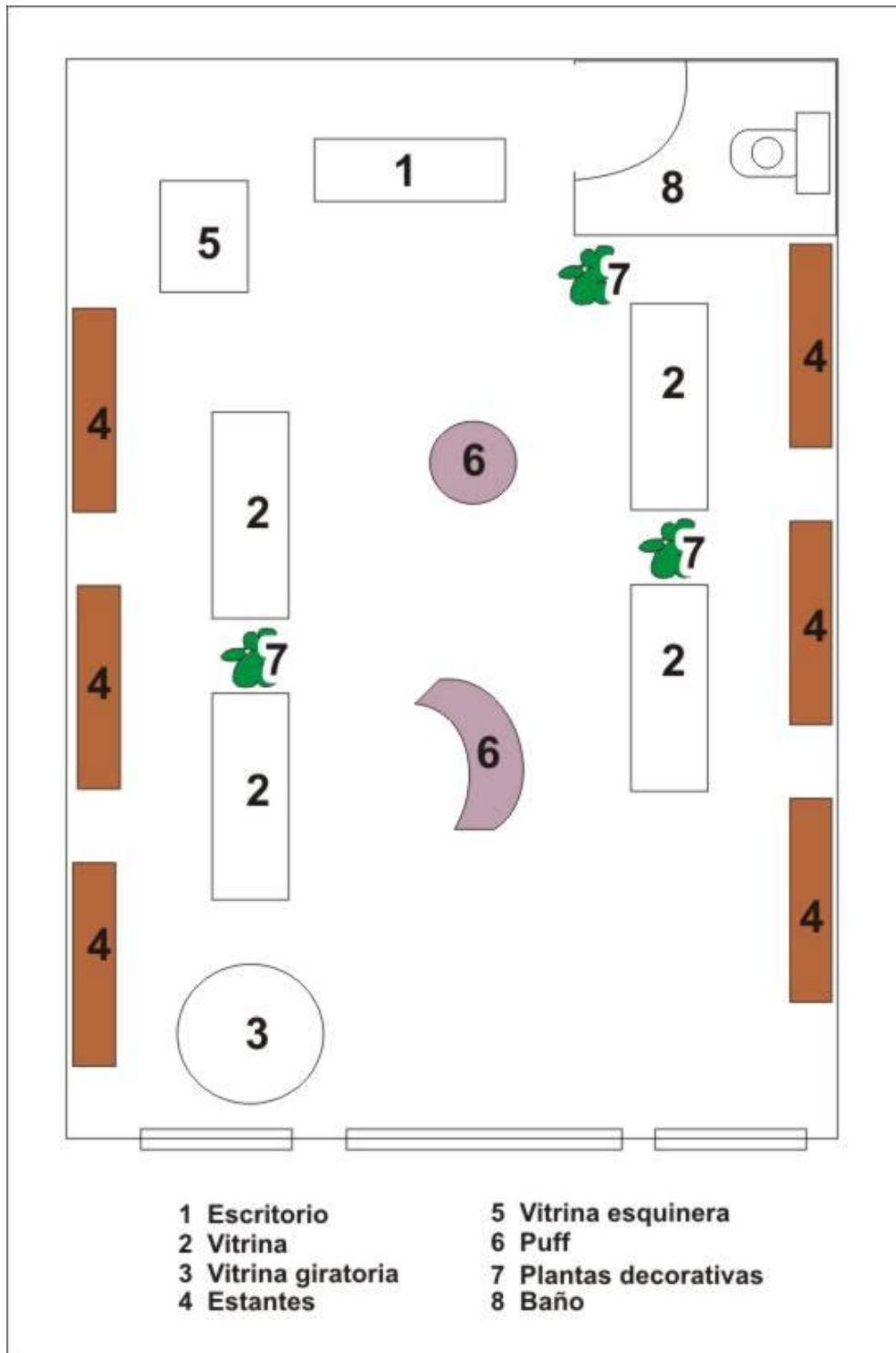
### 3.3.7 Distribución de planta.

Figura 66. Distribución de planta



## Distribución del punto de venta

Figura 67. Distribución del punto de venta



**Área administrativa:**

El área administrativa esta conformada por el espacio requerido para la oficina del gerente y la secretaria, esta tiene un área de 18 m<sup>2</sup>.

**Área de producción:**

El área de producción requiere suficiente espacio para generar un ambiente cómodo de trabajo y permitir el desplazamiento de los operarios, esta tiene 35,5 m<sup>2</sup>.

**Área de diseño**

Esta área requiere un espacio como do y dotado de los elementos para crear los diseños, elementos fundamental en al empresa que le permite diferenciar se de la competencia. Esta área es de 20 m<sup>2</sup>.

**Zona de bienestar**

La zona de bienestar es indispensable para crear un ambiente laboral adecuado y proveer de elementos que satisfagan las necesidades de los empleados de la empresa. El área corresponde a 12 m<sup>2</sup>.

**Baños**

El área de los baños es de 9 m<sup>2</sup>

**Sección de almacenamiento de materia prima**

Esta área requiere condiciones impermeables a la humedad y agentes que puedan afectar la calidad de la materia prima en especial las semillas, por ese motivo se determina un espacio de 30 m<sup>2</sup>, espacio suficiente para el almacenamiento y la protección de la materia prima evitando daños por hacinamiento de los insumos.

**Bodega de almacenamiento de artículos terminados**

Los artículos terminados debido a sus características, y empaques deben ser almacenados en un sitio que permita preservar el producto en inventario. El área corresponde a 15 m<sup>2</sup>.

### Punto de venta

El área del punto de venta tendrá 35m<sup>2</sup> espacio necesario para la comodidad de los clientes y el buen estado de los artículos.

**Cuadro 94. Dimensiones de la empresa por área**

Distribución en planta	Dimensiones	Área en metros cuadrados
Área administrativa	3 m x 6 m	18 m <sup>2</sup>
Área de producción	7.5 m x 5 m	35,5 m <sup>2</sup> .
Área de diseño	4 m x 5 m	20 m <sup>2</sup> .
Zona de bienestar	4 m x 3 m	12 m <sup>2</sup> .
Baños	3 m x 3 m	9 m <sup>2</sup>
Sección de almacenamiento de materia prima	6.5 m x 5 m	30.5 m <sup>2</sup>
Bodega de almacenamiento de artículos terminados	5 m x 3 m	15 m <sup>2</sup>
Punto de venta	5 m x 7 m	35m <sup>2</sup>
<b>Total área de la empresa</b>		<b>215m<sup>2</sup></b>

Figura 68. Fachada de la empresa



### 3.3.8 Logística de Distribución

✦ Uno de los objetivos relevantes de la empresa dentro de sus políticas de producción y comercialización es mantener en buen estado cada uno de sus artículos, por tal motivo se plantea la distribución de los mismo en optimas condiciones evitando cualquier daño del producto terminado, el traslado de un lugar a otro de los materiales y producto terminado se realizaran en los respectivos empaques evitando el deterioro y la disminución del las condiciones de calidad.

✦ En lo que se refiere a la atención de pedidos dentro del mismo municipio se manejaran a través de asesores móviles y por vía telefónica, una vez el pedido se solicite a la empresa este será despachado entre 1 y 3 días hábiles, los pedidos que correspondan a los municipio de cobertura su despacho tendrá un lapso de 3 a 5 días hábiles.

✦ La empresa mantendrá el inventario suficiente para abastecer el mercado local y regional.

✦ Las ventas al detal se realizaran en el punto de venta de la empresa ubicado en la carrera 9 No. 13-34 Centro Comercial La Casona local 203.

**Logística de postventa.** La empresa establecerá políticas de servicios postventa enfocados en: el adecuado mantenimiento de inventarios en los establecimientos de comercio, garantizando el cambio del producto por desperfectos y atender las sugerencias del cliente.

### 3.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO.

La materia prima requerida para la producción es de fácil consecución en la región y en las ciudades cercana al lugar de producción siendo un factor favorable para la nueva empresa.

La tecnología requerida para el funcionamiento de la empresa se encuentra disponible en la región factor fundamental para la implementación de los procesos de producción de los artículos.

La capacidad utilizada y proyectada para la empresa es de 74.454 artículos, cubriendo el 38 % del mercado.

La empresa cuenta con un proceso estándar para la producción de los artículos, haciendo diferencia en los tiempos para cada etapa del proceso según el tipo de artículo, este aspecto optimiza la producción y la hace más eficiente.

La mano de obra requerida por la empresa es calificada y se requiere estar en constante capacitación para la innovación de productos, la garantía de la calidad en cada uno de los artículos y el mejoramiento continuo de los mismos.

La presentación de las condiciones técnicas de la empresa y pertinencia en la consecución de los medios para la producción y cumplimiento de los pedidos permite afirmar la viabilidad del proyecto desde el campo técnico.

Podemos concluir que la operatividad del proyecto es viable técnicamente, ya que se cuenta con la tecnología adecuada, los recursos físicos, talento humano, y existe un fácil acceso a los insumos que ofrecen los proveedores

## 4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

Este estudio permite definir la situación legal de la empresa, su constitución y todos los aspectos que sintetizan su estructura organizacional, básicamente se tratan los siguientes aspectos:

- ✦ Formas de constitución
- ✦ Constitución de la empresa
- ✦ Estructura organizacional

### 4.1. FORMA DE CONSTITUCION

#### Forma jurídica

La empresa se creara bajo la sociedad limitada en la cual la responsabilidad está limitada al capital aportado y por lo tanto, en el caso de que se contraigan deudas, no se responde con el patrimonio personal a las mismas.

Por lo tanto, su razón social será: **JOYA Y NATURALEZA Ltda.**, y su objeto social será la producción y comercialización de bisutería y accesorios en semillas.

#### Constitución legal

Todas las empresas deben estar debidamente legalizadas ante el estado colombiano, mediante el cumplimiento de una serie de requisitos legales establecidos por el gobierno nacional a los cuales debe someterse toda persona natural, jurídica o sociedad de hecho, como requisito fundamental para desarrollar libremente sus operaciones y actividades mercantiles.

Una vez constituida la empresa a través de escritura pública inscrita en Registro Mercantil con lo cual se adquiere la personería jurídica, esta diferente de los socios, y por lo cual cada uno responde individualmente por sus impuestos.

### **Procedimiento**

Mediante escritura pública elaborada por una notaria, los socios harán los respectivos trámites para la constitución de la sociedad limitada.

Pasos para la constitución de la empresa.

1. El nombre y domicilio de las personas que intervengan como otorgantes.
2. La clase o tipo de sociedad.
3. El domicilio de la sociedad.
4. El objeto social.
5. El capital social.
6. La forma de administrar los negocios sociales.
7. La época y la forma de convocar la asamblea o la junta de socios.
8. Señalar la forma como han de distribuirse las utilidades, con indicación de las reservas.
9. La duración precisa de la sociedad y las causales de disolución.
10. La forma de hacer la liquidación.
11. El nombre y domicilio del representante legal de la sociedad, precisando sus facultades y obligaciones.
12. Las facultades y obligaciones del revisor fiscal.
13. Los demás pactos que, estipulen los asociados para regular las relaciones a que da origen el contrato.

Copia de la escritura social será inscrita en el registro mercantil de la cámara de comercio con jurisdicción en el lugar donde la sociedad establezca su domicilio principal.

## Legalización comercial

En cuanto a los aspectos legales se debe cumplir con los requisitos exigidos por la Cámara de Comercio de Bucaramanga para su constitución. Los trámites a realizar son:

- Carta de estudio del *nombre comercial*, ante la respectiva Cámara de Comercio.

- Realización ante notario público de la correspondiente Escritura Pública, debidamente autenticada; dicha escritura debe contener como mínimo:

- Razón Social del nuevo negocio, nombres completos de los socios, domicilio social, capital social aportado, facultades del representante legal y nombramientos respectivos.

- Dentro del mes siguiente a la fecha de otorgamiento de la Escritura Pública, el Representante Legal debe presentar en la Oficina de Registro Mercantil de la Cámara de Comercio los siguientes documentos:

- ✧ Copia notarial de la Escritura Pública de Constitución.

- ✧ Formulario de Matrícula Mercantil correctamente diligenciado.

- ✧ Carta de aceptación de los representantes legales y miembros de la Junta Directiva con firma autenticada, indicando el número de documento de identidad.

- ✧ Carta de apertura del establecimiento de comercio, firmada por el representante legal.

- ✧ Una vez se haya obtenido la aprobación se procederá a solicitar el Certificado de Existencia y Representación Legal de la Sociedad.

- ✧ Realizada la correspondiente Matrícula Mercantil, se procede a la inscripción y registro de los libros mercantiles. Estos libros están conformados por:

- ✧ Libros de actas de la Junta de Socios

- ✧ Libros de contabilidad: Caja, Diario, Mayor, Balance e Inventarios

Para obtener la matricula, dentro del mes siguiente a la fecha del otorgamiento de la escritura pública de constitución el representante legal, debe presentar en cualquiera de las ventanillas:

- ✦ Carta de estudio del nombre comercial
- ✦ Copia notarial de la escritura pública de constitución
- ✦ Formularios de matricula mercantil de la sociedad y sus establecimientos de comercio, debidamente diligenciados.
- ✦ Carta de aceptación de los representantes legales, junta directiva, indicando documento de identidad.
- ✦ Carta de apertura del establecimiento de comercio, firmada por el representante legal

### **Legislación tributaria**

Se debe realizar el diligenciamiento por parte del representante legal ante la Administración de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), División de Recaudación de los siguientes formularios:

- ✦ Formulario de inscripción del R.U.T. (Registro Único Tributario)
- ✦ Fotocopia de la Escritura Pública autenticada
- ✦ Certificado de existencia y representación legal
- ✦ Registro de libros mercantiles
- ✦ NIT ante la administración de impuestos nacionales, una vez tramitado el NIT se debe presentar fotocopia del mismo ante la ventanilla de información, con el propósito de contemplar en certificado de la empresa.

La sociedad deberá renovar la matricula mercantil dentro de los tres primeros meses de cada año, cualquiera que hubiere sido la fecha de matricula.

### **Legislación para el funcionamiento**

- ✦ Adjuntar certificado de la Cámara de Comercio de Bucaramanga y su respecto NIT
- ✦ Formulario de registro para iniciación de actividades (Industria y comercio)
- ✦ Aprobación del uso del suelo por parte de planeación municipal de Barbosa.

### **Causales de disolución:**

- ✦ Por vencimiento del término previsto
- ✦ Por imposibilidad de desarrollar la empresa social
- ✦ Por reducción del número de asociados
- ✦ Por declaración de quiebra de la sociedad
- ✦ Por decisión de los socios
- ✦ Por revisión de autoridad
- ✦ Por pérdidas que reduzcan el capital por debajo del 50% o cuando alguno de los socios no quiera continuar.

## **4.2 CONSTITUCION DE LA EMPRESA**

### **4.2.1 Visión**

En el año 2015 ser una de las empresas líder en el negocio de la bisutería y los accesorios para mujer en el departamento, además de posicionar la marca **Joya y Naturaleza Ltda.**, a nivel local y regional en un mediano plazo por medio de políticas claras cubrir la demanda nacional, así mismo mantener una imagen corporativa que integre en su diseño la responsabilidad social y ambiental.

### **4.2.2 Misión**

Elaborar y comercializar artículos de bisutería y accesorios con diseños innovadores con materia prima de calidad y excelentes acabados para posicionarse en el mercado local con productos de calidad a precios competitivos. A nivel regional la empresa tiene como misión darse a conocer e ingresar al mercado departamental luego de estabilizar la producción y determinar claramente los canales de comercialización.

### **4.2.3. Objetivos organizacionales**

- Crear una empresa productora y comercializadora de accesorios y bisutería especializada en materiales naturales.

- Ingresar al mercado para competir con accesorios y bisutería con calidad e innovación.
- Establecer un ambiente laboral armónico que garantice el cumplimiento de los objetivos establecidos por la organización.
- Fomentar el desarrollo, bienestar y capacitación al personal para que participe de manera activa en el proceso productivo.
- Satisfacer las necesidades y gustos de nuestros clientes brindándoles productos y calidad a precios accesibles.

#### **4.2.4. Políticas de personal, compras y ventas**

**Políticas de personal:** Las políticas de selección de personal con las que se reclutarán las personas para los diversos cargos son las siguientes:

- El personal debe ser calificado para desempeñar cada uno de los cargos.
- El personal deberá ceñirse al manual de personal creado por la empresa.
- El personal debe tener aptitudes creativas e innovadoras para vivir en constante avance de la empresa.

**Políticas de compra de materia prima:** Se trabajará con empresas reconocidas por calidad y servicio en el sector de la bisutería y las artesanías.

- Proveer la suficiente materia prima que la empresa necesite bajo los parámetros de calidad y buen precio.
- Brindar un buen servicio en cuanto a la puntualidad en la entrega de la mercancía.

**Políticas de ventas:** Las políticas de ventas son de gran importancia en la vida de toda organización, en los momentos de atraer clientela y para manejar de una forma eficiente la atención al cliente, por esta razón nuestras políticas de ventas son:

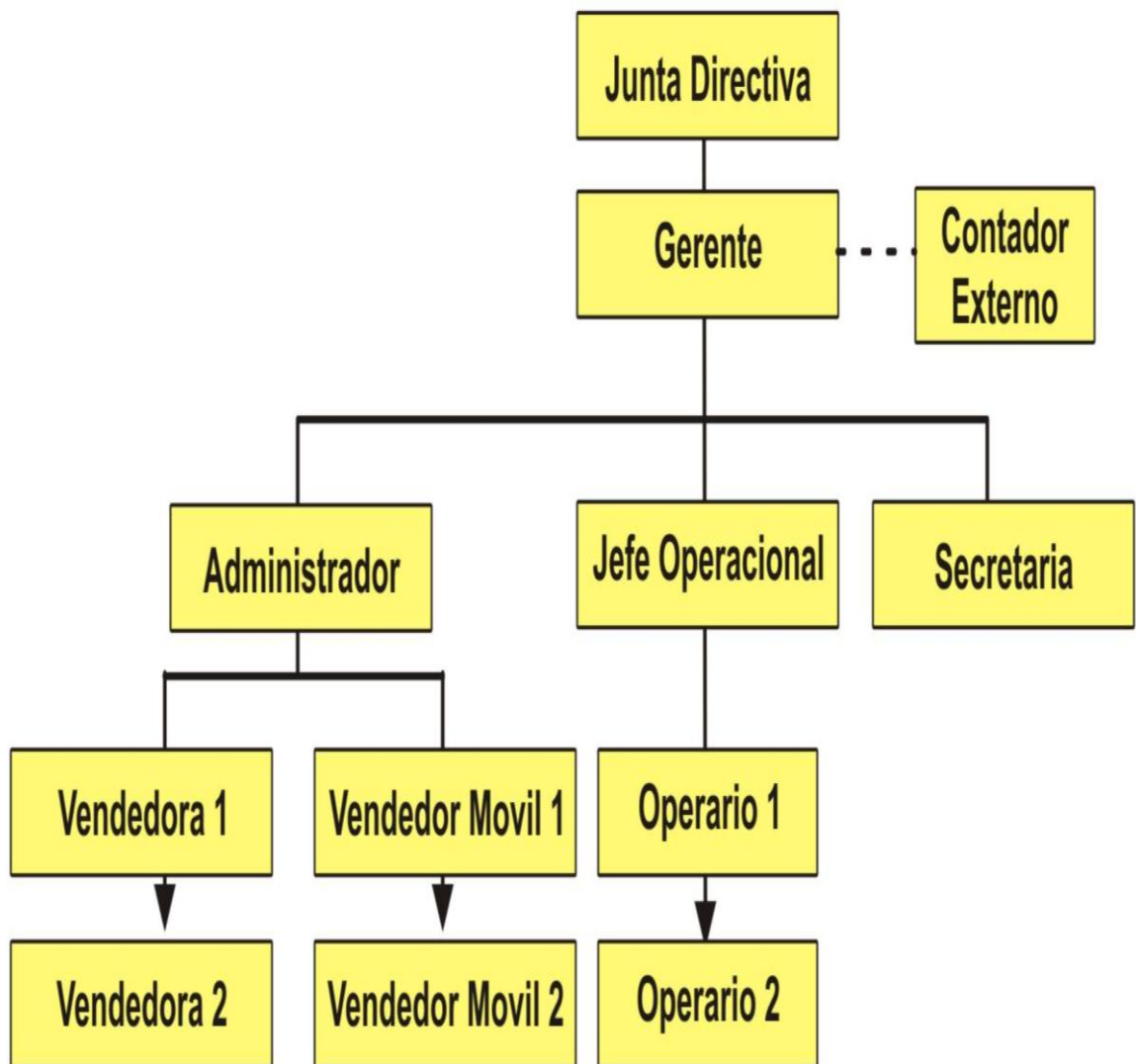
- Promover las ventas de contado.
- Cumplir con el nivel de ventas estimado.

## 4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

### 4.3.1 Organigrama

La estructura organizacional de la empresa Joya y Naturaleza Ltda. Contara con un gerente, secretaria, ejecutivo de ventas, administrador, supervisor de producción y operarios; como se observa en la Figura 59.

Figura 69. Organigrama Joya y Naturaleza Ltda



#### 4.3.2 Descripción de cargos.

A continuación se presenta la descripción de funciones y las especificaciones del cargo en relación con el perfil y las responsabilidades propias del mismo, para el normal desarrollo de los procesos productivos, Administrativos y de ventas de la empresa JOYA Y NATURALEZA Ltda.

**Cuadro 95. Descripción de cargos (gerente)**

EMPRESA JOYA Y NATURALEZA LTDA.						
DESCRIPCION DE FUNCIONES			HOJA 1 DE 2			
NOMBRE O CARGO	GERENTE	CC No.	FECHA	D:	M:	A:
AREA	ADMINISTRATIVA					
SUPERVISAR A:	SECRETARIA, CONTABILIDAD, ADMINISTRADOR, JEFE DE OPERARIOS Y CONTADOR.		No. DE CARGOS IGUALES	1		
FUNCION PRINCIPAL	Representar legalmente a la empresa y realizar las funciones administrativas (planear, organizar, dirigir, controlar) realizar labores de gestión encaminados al cumplimiento de los objetivos de la empresa.					
DETALLES DE FUNCION	<p>Promover la apertura de nuevos negocios a nivel regional y nacional</p> <p>Gestionar ante los diferentes entes la consecución de nuevos recursos para el crecimiento de la empresa.</p> <p>Realizar periódicamente cada estado financiero de la empresa y de esta manera conocer su estado.</p> <p>Supervisar toda la parte administrativa, legal y operaria de la empresa.</p>					
VISTO BUENO JUNTA DE SOCIOS	VISTO BUENO GERENTE		ANALISIS			

Cuadro 95. Continua

<b>EMPRESA JOYA Y NATURALEZA LTDA.</b>						
<b>DESCRIPCION DE FUNCIONES</b>				<b>HOJA 2 DE 2</b>		
<b>NOMBRE O CARGO</b>	GERENTE	CC No.	<b>FECHA</b>	D:	M:	A:
<b>AREA</b>	ADMINISTRATIVA					
<b>SUPERVISAR A:</b>	SECRETARIA, CONTABILIDAD, ADMINISTRADOR, JEFE DE OPERARIOS Y CONTADOR.		No. DE CARGOS IGUALES	1		
<b>PERFIL</b>	<p>La persona encargada en este cargo deberá tener el título de Profesional en Gestión Empresarial, Administración de Empresas o Ingeniería Industrial.</p> <p>Así mismo debe tener como mínimo una experiencia de un año de trabajo en una empresa similar con respecto a la administración.</p>					
<b>RESPONSABILIDAD</b>	<p>Representar dignamente a la empresa.</p> <p>Proteger los bienes muebles e inmuebles.</p> <p>Cumplir y hacer cumplir las funciones de acuerdo al Manual Interno de la empresa.</p> <p>Velar por la buena marcha de los procesos productivos y de servicios prestados.</p> <p>Verificar la correcta operación y cuidado de equipos y herramientas de la empresa.</p> <p>Hacer cumplir las normas de seguridad industrial.</p> <p>Velar por el crecimiento corporativo a todos los niveles.</p>					
<b>VISTO BUENO JUNTA DE SOCIOS</b>	VISTO BUENO GERENTE		ANALISIS			

**Cuadro 96. Descripción de cargos (secretaria)**

<b>EMPRESA JOYA Y NATURALEZA LTDA.</b>						
<b>DESCRIPCION DE FUNCIONES</b>				<b>HOJA 1 DE 2</b>		
<b>NOMBRE O CARGO</b>	SECRETARIA	CC No.	<b>FECHA</b>	D:	M:	A:
<b>AREA</b>	ADMINISTRATIVO					
<b>SUPERVISAR A:</b>	NINGUNO		No. DE CARGOS IGUALES	1		
<b>FUNCION PRINCIPAL</b>	Facilitar el trabajo del gerente y en coordinación con el contador, serán los responsables de la contabilidad y finanzas de la empresa.					
<b>DETALLES DE FUNCION</b>	Elaborar informes y libros legales de contabilidad de acuerdo al manejo y gestión Registrar las ventas, pedidos y devoluciones por parte de los clientes Manejar un calendario con fechas de pago a los proveedores Manejar dineros correspondientes a caja menor y realizar las respectivas consignaciones Realizar las liquidaciones de nomina y pagos de seguridad social.					
<b>VISTO BUENO JUNTA DE SOCIOS</b>	VISTO BUENO GERENTE		ANALISIS			

Cuadro 96. Continua

<b>EMPRESA JOYA Y NATURALEZA LTDA.</b>						
<b>DESCRIPCION DE FUNCIONES</b>				<b>HOJA 2 DE 2</b>		
<b>NOMBRE O CARGO</b>	SECRETARIA	<b>CC No.</b>	<b>FECHA</b>	D:	M:	A:
<b>AREA</b>	ADMINISTRATIVO					
<b>SUPERVISAR A:</b>	NINGUNO		No. DE CARGOS IGUALES			
<b>PERFIL</b>	Estudiante con mínimo 2 años de formación profesional con lo referente a las áreas de contabilidad y afines Experiencia mínima de 6 meses en el departamento de contabilidad.					
<b>RESPONSABILIDAD</b>	Estar permanentemente comprometida con las finanzas de la empresa. Manejar adecuadamente los elementos, materiales, muebles y enseres y equipos asignados para el cumplimiento de sus funciones. Manejar en forma responsable, los documentos que le sean confiados. Guardar absoluta reserva de la información que se genere en la empresa producto de su actividad.					
VISTO BUENO JUNTA DE SOCIOS	VISTO BUENO GERENTE		ANALISIS			

**Cuadro 97. Descripción de cargos (administrador supervisor de producción)**

<b>EMPRESA JOYA Y NATURALEZA LTDA.</b>						
<b>DESCRIPCION DE FUNCIONES</b>				<b>HOJA 1 DE 2</b>		
<b>NOMBRE O CARGO</b>	ADMINISTRADOR	CC No.	<b>FECHA</b>	D:	M:	A:
<b>AREA</b>	ADMINISTRATIVA					
<b>SUPERVISAR A:</b>	VENDEDORAS DEL PUNTO DE VENTA Y VENEDORES MÓVILES		No. DE CARGOS IGUALES			
<b>FUNCION PRINCIPAL</b>	Reemplazar las ausencias temporales del gerente, realizar y promover la venta de los diferentes artículos.					
<b>DETALLES DE FUNCION</b>	<p>Prestar un adecuado soporte a los trabajadores a su cargo, para el correcto funcionamiento de las actividades de la empresa y el punto de venta.</p> <p>Mantener un control permanente de inventario de productos terminados teniendo en cuenta los pronósticos de ventas.</p> <p>Colaborar con la realización de los presupuestos y plan estratégico.</p> <p>Recibir y atender a los clientes de la empresa, así como las solicitudes de despacho a los puntos de venta.</p> <p>Organizar y coordinar eventos en pro al posicionamiento de la marca y el producto en el mercado.</p> <p>Coordinar con los empleados operativos el despacho de pedidos</p>					
<b>VISTO BUENO JUNTA DE SOCIOS</b>	VISTO BUENO GERENTE		ANALISIS			

Cuadro 9. Continua

<b>EMPRESA JOYA Y NATURALEZA LTDA.</b>						
<b>DESCRIPCION DE FUNCIONES</b>				<b>HOJA 2 DE 2</b>		
<b>NOMBRE O CARGO</b>	ADMINISTRADOR	CC No.	FECHA	D:	M:	A:
<b>AREA</b>	ADMINISTRATIVA					
<b>SUPERVISAR A:</b>	VENDEDORAS DEL PUNTO DE VENTA Y VENEDORES MÓVILES		No. DE CARGOS IGUALES			
<b>PERFIL</b>	<p>Estudiante de mínimo tres años de carreras de administración o afines.</p> <p>Experiencia mínima de un año en departamentos administrativos o afines</p>					
<b>RESPONSABILIDAD</b>	<p>Cumplir y hacer cumplir las funciones del Manual Interno de la empresa.</p> <p>Velar por la buena marcha de los procesos productivos y de servicios prestados.</p> <p>Verificar la correcta operación y cuidado de equipos y herramientas de la empresa.</p> <p>Hacer cumplir las normas de seguridad industrial</p>					
<b>VISTO BUENO JUNTA DE SOCIOS</b>	VISTO BUENO GERENTE		ANALISIS			

**Cuadro 98. Descripción de cargos Jefe de operarios**

<b>EMPRESA JOYA Y NATURALEZA LTDA.</b>						
<b>DESCRIPCION DE FUNCIONES</b>				<b>HOJA 1 DE 2</b>		
<b>NOMBRE O CARGO</b>	<b>JEFE OPERARIO</b>	<b>CC No.</b>	<b>FECHA</b>	<b>D:</b>	<b>M:</b>	<b>A:</b>
<b>AREA</b>	PRODUCCION					
<b>SUPERVISAR A:</b>	OPERARIOS		No. DE CARGOS IGUALES			
<b>FUNCION PRINCIPAL</b>	Supervisar y realizar las funciones operativas de la empresa.					
<b>DETALLES DE FUNCION</b>	<p>Verificar el funcionamiento, operación y utilización de los equipos y herramientas y la observación de los procedimientos respectivos.</p> <p>Responder conjuntamente con los operarios por la producción y calidad de los productos ofrecidos en la empresa.</p> <p>Organizar y coordinar las diferentes etapas del proceso productivo.</p>					
<b>VISTO BUENO JUNTA DE SOCIOS</b>	<b>VISTO BUENO GERENTE</b>		<b>ANALISIS</b>			

Cuadro 98. Continua

<b>EMPRESA JOYA Y NATURALEZA LTDA.</b>						
<b>DESCRIPCION DE FUNCIONES</b>				<b>HOJA 2 DE 2</b>		
<b>NOMBRE O CARGO</b>	<b>JEFE DE OPERARIOS</b>	<b>CC No.</b>	<b>FECHA</b>	<b>D:</b>	<b>M:</b>	<b>A:</b>
<b>AREA</b>	PRODUCCION					
<b>SUPERVISAR A:</b>	NINGUNO		<b>No. DE CARGOS IGUALES</b>			
<b>PERFIL</b>	<p>Estudios técnicos en los procesos operativos en la elaboración de accesorios</p> <p>Experiencia laboral mínimo de un año.</p>					
<b>RESPONSABILIDAD</b>	<p>Responder por el equipo, y las herramientas entregadas a su cargo.</p> <p>Controlar la calidad en cada una de las etapas del proceso de elaboración del producto.</p> <p>Transportar la materia prima y productos terminados.</p> <p>Responder por el excelente manejo de información sobre tecnología y procesos de producción.</p>					
<b>VISTO BUENO JUNTA DE SOCIOS</b>	<b>VISTO BUENO GERENTE</b>		<b>ANALISIS</b>			

**Cuadro 99. Descripción de cargos operario 1**

<b>EMPRESA JOYA Y NATURALEZA LTDA.</b>						
<b>DESCRIPCION DE FUNCIONES</b>				<b>HOJA 1 DE 2</b>		
<b>NOMBRE O CARGO</b>	OPERARIO 1	CC No.	<b>FECHA</b>	D:	M:	A:
<b>AREA</b>	PRODUCCION					
<b>SUPERVISAR A:</b>	NINGUNO		No. DE CARGOS IGUALES			
<b>FUNCION PRINCIPAL</b>	Realizar todas las labores de alistamiento y proceso manufacturero que persigue el objeto social de la empresa.					
<b>DETALLES DE FUNCION</b>	<p>Crear nuevos diseños de accesorios en semillas</p> <p>Dar un buen uso a las herramientas y materia prima que le sean entregadas</p> <p>Realizar la limpieza y ensartado de las semillas para cada uno de los productos.</p>					
<b>VISTO BUENO JUNTA DE SOCIOS</b>	VISTO BUENO GERENTE		ANALISIS			

Cuadro 99. Continua

<b>EMPRESA JOYA Y NATURALEZA LTDA.</b>						
<b>DESCRIPCION DE FUNCIONES</b>			<b>HOJA 2 DE 2</b>			
<b>NOMBRE O CARGO</b>	OPERARIO 1	CC No.	FECHA	D:	M:	A:
<b>AREA</b>	PRODUCCION					
<b>SUPERVISAR A:</b>	NINGUNO		No. DE CARGOS IGUALES			
<b>PERFIL</b>	<p>Estudios básicos de primaria.  Creatividad en la elaboración de accesorios  Experiencia laboral mínimo de tres meses.</p>					
<b>RESPONSABILIDAD</b>	<p>Responder por el equipo, y las herramientas entregadas a su cargo.  Controlar la calidad en cada una de las etapas del proceso de elaboración del producto.  Transportar la materia prima y productos terminados.  Responder por el excelente manejo de información sobre tecnología y procesos de producción.</p>					
VISTO BUENO JUNTA DE SOCIOS	VISTO BUENO GERENTE		ANALISIS			

**Cuadro 100. Descripción de cargos operario 2**

<b>EMPRESA JOYA Y NATURALEZA LTDA.</b>						
<b>DESCRIPCION DE FUNCIONES</b>				<b>HOJA 1 DE 2</b>		
<b>NOMBRE O CARGO</b>	OPERARIO 2	CC No.	<b>FECHA</b>	D:	M:	A:
<b>AREA</b>	PRODUCCION					
<b>SUPERVISAR A:</b>	NINGUNO		No. DE CARGOS IGUALES			
<b>FUNCION PRINCIPAL</b>	Realizar todas las labores de alistamiento y proceso manufacturero que persigue el objeto social de la empresa.					
<b>DETALLES DE FUNCION</b>	<p>Dar un buen uso a las herramientas y materia prima que le sean entregadas</p> <p>Informar sobre malas condiciones en la materia prima o daños en la maquinaria</p> <p>Realizar el ensartado de apliques, cierres y elaboración de aretes.</p>					
<b>VISTO BUENO JUNTA DE SOCIOS</b>	<b>VISTO BUENO GERENTE</b>		<b>ANALISIS</b>			

Cuadro 100. Continua

<b>EMPRESA JOYA Y NATURALEZA LTDA.</b>						
<b>DESCRIPCION DE FUNCIONES</b>			<b>HOJA 2 DE 2</b>			
<b>NOMBRE O CARGO</b>	OPERARIO 2	CC No.	FECHA	D:	M:	A:
<b>AREA</b>	PRODUCCION					
<b>SUPERVISAR A:</b>	NINGUNO		No. DE CARGOS IGUALES			
<b>PERFIL</b>	<p>Estudios básicos de primaria  Creatividad en la elaboración de accesorios  Experiencia laboral mínimo de tres meses.</p>					
<b>RESPONSABILIDAD</b>	<p>Responder por el equipo, y las herramientas entregadas a su cargo.  Controlar la calidad en cada una de las etapas del proceso de elaboración del producto.  Transportar la materia prima y productos terminados.  Responder por el excelente manejo de información sobre tecnología y procesos de producción.</p>					
<b>VISTO BUENO JUNTA DE SOCIOS</b>	<b>VISTO BUENO GERENTE</b>		<b>ANALISIS</b>			

**Cuadro 101. Descripción de cargos vendedoras mostrador**

<b>EMPRESA JOYA Y NATURALEZA LTDA.</b>						
<b>DESCRIPCION DE FUNCIONES</b>				<b>HOJA 1 DE 2</b>		
<b>NOMBRE O CARGO</b>	VENDEDORAS MOSTRADOR	CC No.	<b>FECHA</b>	D:	M:	A:
<b>AREA</b>	VENTAS					
<b>SUPERVISAR A:</b>	NINGUNO		No. DE CARGOS IGUALES			
<b>FUNCION PRINCIPAL</b>	Atender las necesidades de los clientes en el punto de venta y mantener el producto en las mejores condiciones de exhibición y rotación.					
<b>DETALLES DE FUNCION</b>	Mantener eficiente comunicación con el supervisor de ventas y mantenerlo al tanto de cualquier requerimiento del mercado en el punto de venta e informar sobre las actividades de la competencia. Velar por la excelente rotación y exhibición del producto					
VISTO BUENO JUNTA DE SOCIOS	VISTO BUENO GERENTE		ANALISIS			

Cuadro 101. Continua

<b>EMPRESA JOYA Y NATURALEZA LTDA.</b>						
<b>DESCRIPCION DE FUNCIONES</b>			<b>HOJA 2 DE 2</b>			
<b>NOMBRE O CARGO</b>	VENDEDORAS MOSTRADOR	CC No.	FECHA	D:	M:	A:
<b>AREA</b>	VENTAS					
<b>SUPERVISAR A:</b>	NINGUNO		No. DE CARGOS IGUALES			
<b>PERFIL</b>	<p>Haber terminado estudios de bachiller</p> <p>Experiencia mínima de un año en el área de ventas y atención al público.</p> <p>Tener excelentes relaciones humanas y públicas</p>					
<b>RESPONSABILIDAD</b>	<p>Cumplir con un alto nivel de responsabilidad las funciones que le sean asignadas de acuerdo al manual interno de la empresa.</p> <p>Velar por la buena marcha de los procesos productivos y de servicios prestados.</p> <p>Propender por la excelente atención a los clientes.</p> <p>Proteger los bienes muebles e inmuebles.</p>					
VISTO BUENO JUNTA DE SOCIOS	VISTO BUENO GERENTE		ANALISIS			

**Cuadro 102. Descripción de cargos vendedoras móviles**

<b>EMPRESA JOYA Y NATURALEZA LTDA.</b>						
<b>DESCRIPCION DE FUNCIONES</b>				<b>HOJA 1 DE 2</b>		
<b>NOMBRE O CARGO</b>	<b>VENDEDORAS MOVILES</b>	<b>CC No.</b>	<b>FECHA</b>	<b>D:</b>	<b>M:</b>	<b>A:</b>
<b>AREA</b>	VENTAS					
<b>SUPERVISAR A:</b>	NINGUNO		No. DE CARGOS IGUALES			
<b>FUNCION PRINCIPAL</b>	Distribuir el producto en establecimientos intermediarios, promoviendo las ventas en coordinación con el administrador.					
<b>DETALLES DE FUNCION</b>	<p>Atender las necesidades de los clientes de los municipios de cobertura</p> <p>Recibir y atender a los clientes de la empresa, así como las solicitudes de despacho</p> <p>Organizar y coordinar eventos en pro al posicionamiento de la marca y el producto en el mercado.</p>					
<b>VISTO BUENO JUNTA DE SOCIOS</b>	VISTO BUENO GERENTE		ANALISIS			

Cuadro 102. Continua

<b>EMPRESA JOYA Y NATURALEZA LTDA.</b>						
<b>DESCRIPCION DE FUNCIONES</b>				<b>HOJA 2 DE 2</b>		
<b>NOMBRE O CARGO</b>	VENDEDORAS MOVILES	CC No.	FECHA	D:	M:	A:
<b>AREA</b>	VENTAS					
<b>SUPERVISAR A:</b>	NINGUNO		No. DE CARGOS IGUALES			
<b>PERFIL</b>	<p>Haber terminado estudios de bachiller</p> <p>Experiencia mínima de un año en el área de ventas y atención al público.</p> <p>Ser visionario para los negocios y tener una excelente capacidad de relaciones humanas.</p>					
<b>RESPONSABILIDAD</b>	<p>Propender por la excelente atención a los clientes y la entrega puntual de los pedidos a todos los clientes.</p> <p>Velar por mantener e incrementar la cantidad de clientes y el excelente desarrollo del portafolio de productos de la empresa.</p>					
VISTO BUENO JUNTA DE SOCIOS	VISTO BUENO GERENTE		ANALISIS			

## 5. ESTUDIO FINANCIERO

Este estudio permite tomar la decisión de emprender un proyecto, y observar los costos y gastos del mismo y de esta manera optimizar y minimizarlos para obtener una buena rentabilidad y viabilidad del proyecto. Los valores presentados fueron cotizaciones del mercado.

### 5.1. INVERSIÓN

Es indispensable determinar la inversión mínima para el desarrollo y ejecución del proyecto, se requiere determinar la inversión en activos fijos, activos diferidos y el capital de trabajo con el que va a funcionar la empresa.

#### 5.1.1 Inversión fija

Se refiere a los recursos como maquinaria y equipos necesarios para las operaciones de la empresa en cada una de sus áreas, producción, administrativa, de bienestar, almacenamiento entre otras.

**5.1.1.1 Maquinaria y equipos:** La maquinaria y equipo son los elementos indispensables para la producción de los accesorios, están relacionados directamente con la elaboración de los artículos.

## Área Operativa

**Cuadro 103. Inversión en maquinaria y equipos**

<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNIT.</b>	<b>VALOR Total</b>
Motor tul y accesorios	2	\$ 1.300.000	\$ 2.600.000
Piro grabador y accesorios	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Pinzas	6	\$ 120.000	\$ 720.000
Taladro de mano	1	\$ 600.000	\$ 600.000
Taladro de árbol	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
Prensas	2	\$ 600.000	\$ 1.200.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 8.620.000</b>

Fuente: Precios suministrados por Ferretería Gabel

**5.1.1.2 Muebles y enseres área operativa:** el área operativa de la empresa requiere inversión en muebles y enseres específicos para brindar las condiciones necesarias en la producción de los accesorios artesanales en semillas.

**Cuadro 104. Inversión en muebles y enseres del área operativa**

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Mesón de madera	2	\$ 500.000	\$ 1.000.000
Mesa de madera	1	\$ 350.000	\$ 350.000
Sillas	4	\$ 80.000	\$ 320.000
Estante de madera	1	\$ 400.000	\$ 400.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 2.070.000</b>

Fuente: Precios suministrados por Distribuidora Gonfor

## Área administrativa

**5.1.1.3 Equipo de oficina Área administrativa:** El área administrativa requiere, para el buen funcionamiento de la empresa, invertir en equipo de oficina básico.

**Cuadro 105. Inversión en equipo de oficina Área administrativa**

<b>EQUIPO DE OFICINA</b>	<b>CANTIDA D</b>	<b>VALOR UNITARI O</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Escritorio	3	\$ 150.000	\$ 450.000
Sillas	3	\$ 80.000	\$ 240.000
Estantes	2	\$ 200.000	\$ 400.000
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 430.000</b>	<b>\$ 1.090.000</b>

Fuente: Precios suministrados por Distribuidora Gonfor

**5.1.1.4 Equipo de cómputo y comunicación:** La comunicación es relevante en el funcionamiento y promoción de la empresa, esto representa adquirir herramientas que faciliten y optimicen los procesos de comunicación interna y externa de la empresa.

**Cuadro 106. Inversión en equipo de cómputo y comunicación**

<b>EQUIPO DE COMPUTO Y COMUCACION</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Computador	4	\$ 1.500.000	\$ 6.000.000
Impresora Multifuncional	2	\$ 400.000	\$ 800.000
Telefax	1	\$ 250.000	\$ 250.000
Línea telefónica	1	\$ 100.000	\$ 100.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 7.150.000</b>

### **Papelería**

El registro de los movimientos financieros, los comprobantes de pago y la inversión en catálogos de publicidad, son elementos relevantes dentro de una empresa.

**Cuadro 107. Inversión en papelería**

<b>PAPELERIA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Facturas x 500	50	\$ 5.000	\$ 250.000
Catálogos	50	\$ 20.000	\$ 1.000.000
Talonnario de pedidos x 500	20	\$ 4.000	\$ 80.000
Libro contable	1	\$ 10.000	\$ 10.000
<b>Total</b>			<b>\$ 1.340.000</b>

**5.1.1.5 Muebles y enseres área bienestar:** Las empresas deben contar con un espacio destinado al bienestar de los trabajadores, un lugar que permita crear espacios de satisfacción de necesidades fisiológicas y emocionales, este espacio requiere condiciones mínimas para su funcionamiento.

**Cuadro 108. Inversión en muebles y enseres área bienestar**

<b>MUEBLES Y ENSERES AREA BIENESTAR</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Estufa	1	\$ 250.000	\$ 250.000
Mesa plástica	1	\$ 80.000	\$ 80.000
Sillas	4	\$ 30.000	\$ 120.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 450.000</b>

Fuente: Precios suministrados por Ferretería Gabel

**5.1.1.6 Herramientas:** Adicional a la maquinaria requerida para la producción existen otras herramientas que constituyen los elementos básicos en la elaboración de la bisutería artesanal.

**Cuadro 109. Inversión en herramientas**

HERRAMIENTAS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Metros	3	\$ 6.000	\$ 18.000
Tijeras	3	\$ 30.000	\$ 90.000
Seguetas	2	\$ 20.000	\$ 40.000
Brocas 1/8	20	\$ 5.000	\$ 100.000
<b>Total</b>			<b>\$ 248.000</b>

**5.1.1.7 Elementos de Seguridad Industrial:** La seguridad y protección de los operarios disminuye el riesgo de problemas en la producción, gastos inesperados y es un requisito para el buen funcionamiento de la empresa.

**Cuadro 110. Inversión en Elementos de Seguridad Industrial**

ELEMENTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Lentes	3	\$ 10.000	\$ 30.000
Tapabocas	3	\$ 30.000	\$ 90.000
Tapa oídos	3	\$ 15.000	\$ 45.000
Overoles	3	\$ 30.000	\$ 90.000
Extintores	1	\$ 150.000	\$ 150.000
Botiquín	1	\$ 50.000	\$ 50.000
Señalizadores	4	\$ 20.000	\$ 80.000
<b>Total</b>			<b>\$535.000</b>

### **Punto de venta**

**Muebles y enseres punto de venta:** el punto de venta de la empresa requiere inversión en muebles y enseres específicos para brindar las

condiciones necesarias en la producción de los accesorios artesanales en semillas.

**Cuadro 111. Muebles y enseres del punto de venta**

<b>Muebles y enseres</b>	<b>Cantidad</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Mostrador/ escritorio	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
Silla alta	1	\$ 200.000	\$ 200.000
Vitrinas laterales	4	\$ 1.500.000	\$ 6.000.000
Vitrina giratoria	1	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
Vitrina esquinera	1	1.000.000	\$ 1.000.000
Estantes en madera	6	700.000	\$ 4.200.000
Pufs	2	1.000.000	2.000.000
Jarrones con base	5	1.000.000	5.000.000
Tapetes	2	100.000	200.000
Pendón	1	200.000	200.000
Espejo	5	100.000	500.000
Aviso luminoso	1	3.000.000	3.000.000
<b>Total</b>		<b>\$ 13.800.000</b>	<b>\$ 27.300.000</b>

**Equipo de computo y comunicaciones punto de venta:** El área administrativa requiere, para el buen funcionamiento de la empresa, invertir en equipo de oficina básico.

**Cuadro 112. Equipo de cómputo y comunicaciones punto de venta**

<b>Equipo de computo y comunicaciones</b>	<b>Cantidad</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Computador	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Registradora	1	\$ 700.000	\$ 700.000
Impresora	1	\$ 400.000	\$ 400.000
Línea telefónica	1	\$ 100.000	\$ 100.000
Sistema de monitoreo	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
<b>Total</b>			<b>\$ 3.700.000</b>

**Elementos de Seguridad:** La seguridad y protección de las vendedoras esta sujeta a la adecuación del local con los implementos de seguridad y la infraestructura del punto de venta.

**Cuadro 113. Elementos de seguridad**

<b>Elementos de seguridad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Botiquín	1	\$ 50.000	\$ 50.000
Extintor	1	\$ 80.000	\$ 80.000
Señalizadores	4	\$ 20.000	\$ 80.000
<b>Total</b>			<b>\$ 210.000</b>

**Papelería.** El registro de los movimientos financieros, los comprobantes de pago y la inversión en catálogos de publicidad, son elementos relevantes dentro de una empresa.

**Cuadro 114. Papelería**

<b>Papelería</b>	<b>Cantidad</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Papel para impresiones	1	\$ 60.000	\$ 60.000
Catálogos	10	\$ 20.000	\$ 200.000
Tarjetas de presentación	500	\$ 100	\$ 50.000
<b>Total</b>			<b>\$ 310.000</b>

**5.1.1.8 Total de Inversión fija:** Corresponde a la suma de las inversiones mencionadas anteriormente (Maquinaria y equipo, muebles y enseres, equipo de oficina y herramientas, seguridad industrial entre otras).

**Cuadro 115. Inversión Total de Inversión fija**

<b>INVERSION FIJA</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Maquinaria y equipo	\$ 8.620.000
Muebles y enseres área operativa	\$ 2.070.000
Equipo de oficina área administrativa	\$ 1.090.000
Equipo de computo y comunicación área administrativa	\$ 7.150.000
Muebles y enseres área de bienestar	\$ 450.000
Herramientas	\$ 248.000
Elementos de seguridad Industrial	\$ 535.000
muebles y enceres punto de venta	\$ 27.300.000
Equipo de computo y comunicación punto de venta	\$ 3.700.000
Elementos de seguridad punto de venta	\$ 210.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 51.373.000</b>

**5.1.2 Inversión en activos diferidos**

Esta inversión se relaciona con los gastos pre operacionales de la empresa, la investigación y estudios que se llevaron a cabo antes de la puesta en marcha de la empresa así como la constitución, instalación, publicidad y organización.

**Cuadro 116. Gastos pre operacionales y constitución**

<b>CONCEPTO</b>	<b>CANT.</b>
Estudio de factibilidad	\$ 1.500.000
Gastos Notariales	\$ 80.000
Gastos Constitución	\$ 500.000
Adecuaciones punto de venta y fabrica	\$ 5.000.000
Papelería	\$ 1.650.000
<b>Total</b>	<b>\$ 8.730.000</b>
<b>PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD</b>	
Lanzamiento	\$ 4.000.000
Promoción del producto	\$ 2.800.000
<b>Total</b>	<b>\$ 6.800.000</b>
<b>TOTAL INVERSION</b>	<b>\$ 15.530.000</b>

Fuente: Autoras del estudio

### 5.1.3 Inversión de capital de trabajo

**Capital de trabajo:** son los medios necesarios para la producción inicial mientras se perciben ingresos, se determina con la sumatoria de de los siguientes conceptos como: materia prima, mano de obra directa, costos indirectos de fabricación, gastos de administración, venta y financieros.

#### 5.1.3.1 Costos de producción

**5.1.3.1.1 Materia prima:** Son aquellos insumos que intervienen directamente en la elaboración de cada accesorio.

**Cuadro 117. Costos de producción, materia prima**

<b>PRODUCTO</b>	<b>MATERIA PRIMA PROMEDIO SEMILLAS</b>	<b>PRODUCCION ANUAL POR TIPO DE ACCESORIO AÑO 1</b>
<b>Camándula</b>	57 unid.	7.603
<b>Collar</b>	12 unid.	9.124
<b>Denario</b>	11 unid.	22.810
<b>Aretes</b>	8 unid.	28.512
<b>Pulsera</b>	50 unid.	11.405
<b>Total</b>		79.454

Cuadro 118. Costo total materia prima año 1

<b>CAMANDULAS</b>							
<b>MATERIAL</b>	<b>Cantidad por producto</b>	<b>Cantidad por mes</b>	<b>Cantidad por año</b>	<b>precio</b>	<b>valor mes</b>	<b>valor año</b>	<b>% de participación por producto</b>
Semillas	57	36.114	433.371	\$ 20	\$ 722.280	\$ 8.667.360	8%
Cruz	1	634	7.603	\$ 500	\$ 317.000	\$ 3.804.000	
Cruceta	1	634	7.603	\$ 200	\$ 126.800	\$ 1.521.600	
Conector metálico	60	38.015	456.180	\$ 5	\$ 190.075	\$ 2.280.900	
Nylon 10lb.	50cm	317	3801	\$ 50	\$ 15.850	\$ 190.200	
Argollas	4	2.534	30.412	\$ 3	\$ 7.602	\$ 91.224	
Caja en papel corrugado craff 15cm x 15cm	1	634	7.603	\$ 400	\$ 253.600	\$ 3.043.200	
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 1.178</b>	<b>\$ 1.633.207</b>	<b>\$ 19.598.484</b>	
<b>DENARIOS</b>							
<b>MATERIAL</b>	<b>Cantidad por producto</b>	<b>Cantidad por mes</b>	<b>Cantidad por año</b>	<b>precio</b>	<b>valor mes</b>	<b>valor año</b>	<b>% de participación por producto</b>
Semillas	11	20.909	250.910	\$ 20	\$ 418.180	\$ 5.018.160	17%
Cruz	1	1.901	22.810	\$ 300	\$ 570.300	\$ 6.843.600	
Conector metálico	3	5.703	68.430	\$ 5	\$ 28.515	\$ 342.180	
Argollas	11	20.909	250.910	\$ 3	\$ 62.727	\$ 752.724	

<b>Caja en papel corrugado craff 10cm x 10cm</b>	1	1.901	22.810	\$ 300	\$ 570.300	\$ 6.843.600
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 628</b>	<b>\$ 1.650.022</b>	<b>\$ 19.800.264</b>

**COLLARES**

<b>MATERIAL</b>	<b>Cantidad por producto</b>	<b>Cantidad por mes</b>	<b>Cantidad por año</b>	<b>precio</b>	<b>valor mes</b>	<b>valor año</b>	<b>% de participación por producto</b>
<b>Cuero encerado</b>	50 cm	224	2.692	\$ 250	\$ 56.000	\$ 672.000	20%
<b>Semillas</b>	21	5.064	60.770	\$ 20	\$ 101.280	\$ 1.215.360	
<b>Argollas</b>	11	2.927	35.123	\$ 3	\$ 8.781	\$ 105.372	
<b>Apliques</b>	3	798	9.579	\$ 500	\$ 399.000	\$ 4.788.000	
<b>Aro metálico</b>	1	312	3.740	\$ 800	\$ 249.600	\$ 2.995.200	
<b>Aplique en totumo</b>	1	183	2.191	\$ 500	\$ 91.500	\$ 1.098.000	
<b>Caja en papel corrugado craff 15cm x 15cm</b>	1	760	9.124	\$ 400	\$ 304.000	\$ 3.648.000	
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 2.473</b>	<b>\$ 1.210.161</b>	<b>\$ 14.521.932</b>	

**PULSERAS**

<b>MATERIAL</b>	<b>Cantidad por producto</b>	<b>Cantidad por mes</b>	<b>Cantidad por año</b>	<b>precio</b>	<b>valor mes</b>	<b>valor año</b>	<b>% de participación por producto</b>
<b>Semillas</b>	156	63.111	757.332	\$ 20	\$ 1.262.220	\$ 15.146.640	25%
<b>Dije metálico</b>	1	95	1.140	\$ 300	\$ 28.500	\$ 342.000	
<b>Nylon elástico</b>	15 cm	14	171	\$ 15	\$ 210	\$ 2.520	

<b>Alambre ( resorte)</b>	134 cm	604	7.242	\$ 150	\$ 90.600	\$ 1.087.200	
<b>Caja en papel corrugado craff 15cm x 15cm</b>	1	950	11.405	\$ 400	\$ 380.000	\$ 4.560.000	
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 885</b>	<b>\$ 1.761.530</b>	<b>\$ 21.138.360</b>	
<b>ARETES</b>							
<b>MATERIAL</b>	<b>Cantidad por producto</b>	<b>Cantidad por mes</b>	<b>Cantidad por año</b>	<b>precio</b>	<b>valor mes</b>	<b>valor año</b>	<b>% de participación por producto</b>
<b>Semillas</b>	18	14.399	172.784	\$ 20	\$ 287.980	\$ 3.455.760	30%
<b>Aplique metálico</b>	4	2.709	32.504	\$ 300	\$ 812.700	\$ 9.752.400	
<b>Conectores largos</b>	10	8.316	99.792	\$ 10	\$ 83.160	\$ 997.920	
<b>Flores ( metal)</b>	2	1.521	18.248	\$ 100	\$ 152.100	\$ 1.825.200	
<b>Caja en papel corrugado craff 10cm x 10cm</b>	1	2.376	28.512	\$ 300	\$ 712.800	\$ 8.553.600	
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 730</b>	<b>\$ 2.048.740</b>	<b>\$ 24.584.880</b>	

**5.1.3.1.2 Mano de obra directa:** Corresponden a los costos por concepto de sueldos y prestaciones sociales (de pago directo e indirecto a cargo del empleador según la legislación laboral actual), efectuados a los trabajadores que se utilizan realmente en la consecución de los objetivos de la empresa. Estos empleados son contratados directamente por la empresa,

El factor prestacional correspondiente a los aportes parafiscales, seguridad social y demás prestaciones legales estipuladas por la ley 100 de 1993, fue determinado de 51,39%.

**Cuadro 119. Costos mano de obra directa.**

<b>Empleado</b>	<b>Cant idad</b>	<b>Sueldo Mensual</b>	<b>Sueldo Anual</b>	<b>Factor prestacional (51,39%)</b>	<b>Sueldo total anual</b>
Jefe de operarios	1	\$ 800.000	\$ 9.600.000	\$ 5.125.440	\$ 14.725.440
Operario 1	1	\$ 700.000	\$ 8.400.000	\$ 4.484.760	\$ 12.884.760
Operario 2	1	\$ 700.000	\$ 8.400.000	\$ 4.484.760	\$ 12.884.760
Total	3	\$ 2.200.000	\$ 26.400.000	\$ 14.094.960	\$ 40.494.960

**5.1.3.1.3 Costos indirectos de fabricación CIF:** También llamados costos generales de fabricación y están relacionados con la función de producción.

## Cuadro 120. Costos indirectos de fabricación CIF

### Costos generales de fabricación

Descripción	Costo año	Costo aplicable al producto 75%
Arrendamiento	\$ 18.000.000	\$ 13.500.000
Servicios públicos (agua luz)	\$ 1.800.000	\$ 1.350.000
Mantenimiento equipos	\$ 258.600	\$ 193.950
Seguro (1%)	\$ 86.200	\$ 64.650
Depreciación de equipos	\$ 7.064.000	\$ 5.298.000
Otros costos indirectos	\$ 1.410.000	\$ 1.057.500
<b>Total</b>	<b>\$ 28.618.800</b>	<b>\$ 21.464.100</b>

**Materiales indirectos:** Hacen referencia a los elementos para mantenimiento de la maquinaria, protección e higiene, aseo de equipos e instalaciones.

## Cuadro 121. Costo de materiales indirectos

Concepto	Cant. mensual	Costo unid.	Cantidad anual	Costo anual
Escobas	1	\$ 3.500	12	\$ 42.000
Traperos	0	\$ 4.000	6	\$ 24.000
Jabón detergente	3	\$ 4.000	36	\$ 144.000
Aceite mineral galón	1	\$ 80.000	12	\$ 960.000
Paños suaves	10	\$ 2.000	120	\$ 240.000
<b>Total</b>				<b>\$ 1.410.000</b>

**Seguro todo riesgo:** calculado en el 1% con base a la maquinaria y equipo de producción, equivalente a \$ 86.200. Aplicando un 75% al costo y un 25% aplicado al gasto de administración y ventas.

**Depreciación:** se realizó el cargo en sistema de línea recta, con base al valor de la maquinaria, equipos y enseres de la fábrica y punto de venta.

**Diferidos:** la amortización de diferidos correspondiente a las adecuaciones en el punto de venta y en la fábrica, y los presupuestos de lanzamiento de la empresa .

**Costo de arriendo:** Para tal fin se cancelará mensualmente un canon de arrendamiento equivalente a \$1.500.000. El área de producción debe asumir el 50% del costo del arrendamiento equivalente a \$750.000.

**Mantenimiento:** equivalente al 3 % para reparaciones, reposición y mantenimientos preventivos del valor del equipo que equivale a \$8.620.000.

**Servicios públicos:** el consumo de la luz se analizó con base a las referencias de consumo de cada uno de los equipos. Teniendo en cuenta que un H.P. consume 0.75 Kw./hora y cada Kw. tiene un costo de \$400.

## Depreciaciones y amortizaciones diferidas

**Cuadro 122. Depreciaciones y amortizaciones diferidas**

Depreciaciones y amortizaciones								
Descripción	Valor	%	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Valor salvamento
Maquinaria y equipo	\$ 8.620.000	20%	\$ 1.724.000	\$ 1.724.000	\$ 1.724.000	\$ 1.724.000	\$ 1.724.000	\$ 0
Muebles y equipo de oficina	\$ 2.070.000	10%	\$ 207.000	\$ 207.000	\$ 207.000	\$ 207.000	\$ 207.000	\$ 1.035.000
Herramientas	\$ 248.000	50%	\$ 124.000	\$ 124.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>Depreciación de fabrica</b>	<b>\$ 10.938.000</b>		<b>\$ 2.055.000</b>	<b>\$ 2.055.000</b>	<b>\$ 1.931.000</b>	<b>\$ 1.931.000</b>	<b>\$ 1.931.000</b>	<b>\$ 1.035.000</b>
Muebles y equipo de oficina	\$ 1.090.000	10%	\$ 109.000	\$ 109.000	\$ 109.000	\$ 109.000	\$ 109.000	\$ 545.000
Equipo de computo y comunicación	\$ 7.150.000	20%	\$ 1.430.000	\$ 1.430.000	\$ 1.430.000	\$ 1.430.000	\$ 1.430.000	\$ 0
<b>Depreciación de área administrativa</b>	<b>\$ 8.240.000</b>		<b>\$ 1.539.000</b>	<b>\$ 1.539.000</b>	<b>\$ 1.539.000</b>	<b>\$ 1.539.000</b>	<b>\$ 1.539.000</b>	<b>\$ 545.000</b>
Muebles y equipo de oficina	\$ 27.300.000	10%	\$ 2.730.000	\$ 2.730.000	\$ 2.730.000	\$ 2.730.000	\$ 2.730.000	\$ 13.650.000

Equipo de computo y comunicación	\$ 3.700.000	20%	\$ 740.000	\$ 740.000	\$ 740.000	\$ 740.000	\$ 740.000	\$ 0
<b>Depreciación punto de venta</b>	<b>\$ 31.000.000</b>		<b>\$ 3.470.000</b>	<b>\$ 3.470.000</b>	<b>\$ 3.470.000</b>	<b>\$ 3.470.000</b>	<b>\$ 3.470.000</b>	<b>\$ 13.650.000</b>
<b>Total depreciaciones</b>			<b>\$ 7.064.000</b>	<b>\$ 7.064.000</b>	<b>\$ 6.940.000</b>	<b>\$ 6.940.000</b>	<b>\$ 6.940.000</b>	
<b>Total valor salvamento</b>								<b>\$ 15.230.000</b>
<b>INVERSION DIFERIDA</b>								
<b>Adecuación locativa</b>	\$ 5.000.000	20%	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 0
<b>Intangibles</b>	\$ 10.530.000	20%	\$ 2.106.000	\$ 2.106.000	\$ 2.106.000	\$ 2.106.000	\$ 2.106.000	\$ 0
<b>Total</b>			<b>\$ 3.106.000</b>	<b>\$ 3.106.000</b>	<b>\$ 3.106.000</b>	<b>\$ 3.106.000</b>	<b>\$ 3.106.000</b>	

**Cuadro 123. Otros costos indirectos de fabricación CIF**

<b>Descripción</b>	<b>Costo año</b>	<b>Costo aplicable al producto 75%</b>
Arrendamiento	\$ 18.000.000	\$ 13.500.000
Servicios públicos (agua luz)	\$ 1.800.000	\$ 1.350.000
Mantenimiento equipos	\$ 258.600	\$ 193.950
Seguro (1%)	\$ 86.200	\$ 64.650
Depreciación de equipos	\$ 7.064.000	\$ 5.298.000
Otros costos indirectos	\$ 1.410.000	\$ 1.057.500
<b>Total</b>	<b>\$ 28.618.800</b>	<b>\$ 21.464.100</b>

**5.1.3.1.4 Total costos de producción:** En el siguiente cuadro, se muestra el consolidado de los costos de producción para el año uno (1) del proyecto

**Cuadro 124. Total costos de producción**

<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCION</b>		
<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Materia prima	\$ 8.303.660	\$ 99.643.920
Mano de obra directa	\$ 3.374.580	\$ 40.494.960
Materiales de fabricación	\$ 1.788.675	\$ 21.464.100
Otros CIF	\$ 117.500	\$ 1.410.000
<b>Total</b>	<b>\$ 13.584.415</b>	<b>\$ 163.012.980</b>

**5.1.3.2 Gastos de administración y ventas**

De acuerdo al organigrama general de la empresa mostrado en el estudio administrativo, los gastos por concepto de nomina administrativa corresponden a los relacionados a continuación.

**Cuadro 125. Nomina administrativa**

Mano de obra administrativa (Anual)							
<b>Cargo</b>	<b>Cant.</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Prestaciones</b>	<b>Parafiscales</b>	<b>Seguridad Social</b>	<b>Total Mes</b>	<b>Total Año</b>
Gerente	1	\$ 1.600.000	\$ 349.120	\$ 144.000	\$ 336.352	\$ 2.429.472	\$ 29.153.664
Secretaria Auxiliar contable	1	\$ 700.000	\$ 196.380	\$ 81.000	\$ 189.198	\$ 1.366.578	\$ 16.398.936
Administrador	1	\$ 1.200.000	\$ 261.840	\$ 108.000	\$ 252.264	\$ 1.822.104	\$ 21.865.248
Contador	1	\$ 500.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 6.000.000
<b>Total</b>		<b>\$ 5.400.000</b>	<b>\$ 1.069.180</b>	<b>\$ 441.000</b>	<b>\$ 1.030.078</b>	<b>\$ 7.440.258</b>	<b>\$ 73.417.848</b>

El sueldo devengado por los vendedores será cargado en su totalidad el 100% como gastos de ventas. La depreciación corresponde al valor de los muebles y equipos de oficina y comunicaciones para el primer año del proyecto calculados en el Cuadro 126 de amortizaciones.

**Cuadro 126. Amortizaciones.**

<b>PRESUPUESTO OTROS GASTOS DE ADMINISTRACION</b>	
<b>OTROS GASTOS DE ADMINISTRACION</b>	<b>VALOR AÑO</b>
Arriendos	\$ 4.500.000
Servicios públicos	\$ 450.000
Internet	\$ 50.000
Celular, Fax, comunicaciones	\$ 150.000
Seguros (25%)	\$ 21.550
Amortización diferida	\$ 3.106.000
Depreciación fabrica	\$ 2.055.000
Depreciación área administrativa	\$ 1.539.000
Depreciación punto de venta	\$ 3.470.000
Otros gastos de administración	\$ 1.000.000
<b>Total</b>	<b>\$ 16.341.550</b>

**Sueldos de ventas:** Los gastos de ventas corresponden al sueldo y prestaciones sociales de dos vendedoras de mostrador y dos vendedoras móviles quienes contara con un salario de \$ 400.000; con modalidad mixta, es decir, un 70% será fijo y el restante 60% será de acuerdo a comisión por ventas y se les pagara sus prestaciones de acuerdo al salario base es decir el mínimo. Como se muestra en el Cuadro 127.

**Cuadro 127. Sueldos de ventas**

<b>Presupuesto de ventas</b>					
<b>Cargo</b>	<b>Cant.</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>factor prestacional 51,93%</b>	<b>Total Mes</b>	<b>Total Año</b>
Vendedora 1	1	\$ 550.000	\$ 285.615	\$ 835.615	\$ 10.027.380
Vendedora 2	1	\$ 550.000	\$ 285.615	\$ 835.615	\$ 10.027.380
Vendedora móvil 1	1	\$ 550.000	\$ 285.615	\$ 835.615	\$ 10.027.380
Vendedora 2	1	\$ 550.000	\$ 285.615	\$ 835.615	\$ 10.027.380
<b>Total</b>		<b>\$ 2.200.000</b>	<b>\$ 1.142.460</b>	<b>\$ 3.342.460</b>	<b>\$ 40.109.520</b>

**Otros gastos de ventas:** dentro de este rubro se tiene en cuenta el salario de los vendedores del punto de venta y de los vendedores móviles, así como, los gastos de publicidad y representación que la empresa requiere.

**Cuadro 128. Otros gastos de ventas**

<b>PRESUPUESTOS DE GASTOS DE VENTAS</b>	<b>VALOR PRIMER AÑO</b>
Salario vendedores	\$ 40.109.520
Publicidad	\$ 6.000.000
Gastos de representación	\$ 1.000.000
<b>Total</b>	<b>\$ 47.109.520</b>

A continuación se muestra el consolidado de los gastos administrativos y de ventas para el primer año de funcionamiento de la empresa.

**Cuadro 129. Gastos de administración y ventas**

<b>Gastos de administración y ventas</b>		
<b>Concepto</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor anual</b>
Sueldos administrativos	\$ 6.118.154	\$ 73.417.848
Otros gastos administrativos	\$ 1.361.796	\$ 16.341.550
<b>Total gastos administrativos</b>	<b>\$ 7.479.950</b>	<b>\$ 89.759.398</b>
Sueldos de ventas	\$ 3.342.460	\$ 40.109.520
Otros gastos ventas	\$ 583.333	\$ 7.000.000
<b>Total gastos ventas</b>	<b>\$ 3.925.793</b>	<b>\$ 47.109.520</b>
<b>Total</b>	<b>\$ 11.405.743</b>	<b>\$ 136.868.918</b>

**5.1.3.3 Total capital de Trabajo**

Se determina con la sumatoria de los siguientes conceptos como: materia prima. Mano de obra directa, costos indirectos de fabricación, gastos de administración, venta y financieros

**Cuadro 130. Capital de trabajo**

<b>Concepto</b>	<b>Capital de trabajo mensual</b>
Costos de producción	\$ 13.584.415
Gastos de administración y ventas	\$ 11.405.743
Interés	\$ 750.000
<b>Total</b>	<b>\$ 25.740.158</b>

**5.1.4 Inversión total**

En este rubro se suman cada una de las inversiones es como lo son: inversión fija, diferida y de capital de trabajo necesaria para la instalación y operación del proyecto.

### Cuadro 131. Inversión total

<b>INVERSION TOTAL</b>	
<b>Concepto</b>	<b>Total</b>
Inversión fija	\$ 51.373.000
Inversión diferida	\$ 15.530.000
Capital de trabajo	\$ 25.740.158
<b>Total</b>	<b>\$ 92.643.158</b>

#### 5.1.5 Fuentes de financiación

La empresa JOYA & NATURALEZA hará uso de financiamiento externo para el 54 % de la inversión, por un valor de \$50.000.000 de pesos en el banco Bancolombia por un periodo de 60 meses con una tasa de 1.5 efectivo anual, el 46 % restante de la inversión, será aportado por los socios fundadores en montos iguales de \$21.321.579.

Tabla de amortización

**SIMULACION CREDITO CON TASA FIJA**  
**SIMULACIÓN CREDITO CON CUOTA FIJA**

<b>DESEMBOLSO</b>	<b>50.000.000</b>
<b>PLAZO</b>	<b>60</b>
	<b>18.00%</b>

1.50%

<b>Nro cuotas</b>	<b>CUOTA</b>	<b>INTERES</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>SALDO</b>
				50,000,000
1	1,269,671	750,000	519,671	49,480,329
2	1,269,671	742,205	527,466	48,952,862
3	1,269,671	734,293	535,378	48,417,484
4	1,269,671	726,262	543,409	47,874,075
5	1,269,671	718,111	551,560	47,322,514
6	1,269,671	709,838	559,834	46,762,681
7	1,269,671	701,440	568,231	46,194,450
8	1,269,671	692,917	576,755	45,617,695
9	1,269,671	684,265	585,406	45,032,289
10	1,269,671	675,484	594,187	44,438,102
11	1,269,671	666,572	603,100	43,835,002
12	1,269,671	657,525	612,146	43,222,856
13	1,269,671	648,343	621,329	42,601,527
14	1,269,671	639,023	630,648	41,970,879
15	1,269,671	629,563	640,108	41,330,771
16	1,269,671	619,962	649,710	40,681,061
17	1,269,671	610,216	659,455	40,021,605
18	1,269,671	600,324	669,347	39,352,258
19	1,269,671	590,284	679,388	38,672,871
20	1,269,671	580,093	689,578	37,983,292
21	1,269,671	569,749	699,922	37,283,370
22	1,269,671	559,251	710,421	36,572,949
23	1,269,671	548,594	721,077	35,851,872
24	1,269,671	537,778	731,893	35,119,979
25	1,269,671	526,800	742,872	34,377,107
26	1,269,671	515,657	754,015	33,623,093
27	1,269,671	504,346	765,325	32,857,768
28	1,269,671	492,867	776,805	32,080,963
29	1,269,671	481,214	788,457	31,292,506
30	1,269,671	469,388	800,284	30,492,222
31	1,269,671	457,383	812,288	29,679,934
32	1,269,671	445,199	824,472	28,855,462
33	1,269,671	432,832	836,839	28,018,622
34	1,269,671	420,279	849,392	27,169,230
35	1,269,671	407,538	862,133	26,307,097
36	1,269,671	394,606	875,065	25,432,032
37	1,269,671	381,480	888,191	24,543,841
38	1,269,671	368,158	901,514	23,642,328
39	1,269,671	354,635	915,036	22,727,291
40	1,269,671	340,909	928,762	21,798,529
41	1,269,671	326,978	942,693	20,855,836
42	1,269,671	312,838	956,834	19,899,002
43	1,269,671	298,485	971,186	18,927,816
44	1,269,671	283,917	985,754	17,942,061
45	1,269,671	269,131	1,000,540	16,941,521
46	1,269,671	254,123	1,015,549	15,925,972
47	1,269,671	238,890	1,030,782	14,895,191
48	1,269,671	223,428	1,046,244	13,848,947
49	1,269,671	207,734	1,061,937	12,787,010
50	1,269,671	191,805	1,077,866	11,709,144
51	1,269,671	175,637	1,094,034	10,615,109
52	1,269,671	159,227	1,110,445	9,504,665
53	1,269,671	142,570	1,127,101	8,377,563
54	1,269,671	125,663	1,144,008	7,233,555
55	1,269,671	108,503	1,161,168	6,072,387
56	1,269,671	91,086	1,178,586	4,893,802
57	1,269,671	73,407	1,196,264	3,697,537
58	1,269,671	55,463	1,214,208	2,483,329
59	1,269,671	37,250	1,232,421	1,250,908
60	1,269,671	18,764	1,250,908	0

## 5.2 COSTOS

### 5.2.1 Costos fijos

Se caracterizan por que permanecen constantes dentro de un periodo determinado, sin importar la cantidad de los servicios prestados, o que haya cambios en la demanda.

En el siguiente cuadro vemos la producción anual de cada uno de los accesorios

**Cuadro 132. Costos fijos de producción para el primer año**

<b>Producción para el primer año</b>		
<b>Accesorio</b>	<b>Cantidad</b>	<b>% de participación</b>
Camándula	7.603	20%
Collar	9.124	25%
Denario	11.405	8%
Aretes	22.810	17%
Pulsera	28.512	30%
<b>Total</b>	<b>79.454</b>	<b>100%</b>

**Cuadro 133. Costos y Gastos fijos de operación**

Concepto	Valor anual
<b>Costos de producción</b>	
Mano de obra directa	\$ 40.494.960
Costos generales de fabricación	\$ 21.464.100
<b>Total costos de producción</b>	<b>\$ 61.959.060</b>
<b>Gastos de administración y ventas:</b>	
Sueldos y prestaciones	\$ 73.417.848
Otros gastos administrativos	\$ 16.341.550
Sueldos y gastos de ventas	\$ 47.109.520
Gastos financieros	\$ 6.384.000
<b>Total gastos de Administración y Ventas</b>	<b>\$ 143.252.918</b>
<b>TOTAL COSTOS Y GASTOS FIJOS</b>	<b>\$ 205.211.978</b>

**5.2.2 Costos y Gastos variables**

Se caracterizan por que cambian o fluctúan en relación directa a un determinado volumen de producción.

**Cuadro 134. Costos y gastos variables de operación**

<b>TOTAL COSTOS Y GASTOS VARIABLES DEL PROYECTO</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>Valor anual</b>
<b>Costos de producción:</b>	
Materiales directos	99.643.920
<b>Total costos variables</b>	<b>99.643.920</b>
<b>Gastos de administración</b>	
Gastos financieros (Gastos Bancarios)	750.000
<b>Total gastos variables</b>	<b>750.000</b>
<b>TOTAL COSTOS Y GASTOS VARIABLES</b>	<b>100.393.920</b>

### **Cuadro 135. Costos y gastos variables de operación**

<b>Costos y gastos totales</b>	
Concepto	valor
Costos fijos	\$ 61.959.060
Costos variables	\$ 99.643.920
Gastos fijos	\$ 143.252.918
Gastos variables	\$ 750.000
<b>Total</b>	<b>\$ 305.605.898</b>

#### **5.2.3 Costo total unitario**

En el Cuadro 136., se relacionan los costos y gastos totales unitarios

**Cuadro 136. Costos y gastos totales unitarios**

<b>Costos y gastos totales por producto</b>					
<b>Concepto</b>	<b>Camándula 8%</b>	<b>Collar 20%</b>	<b>Denario 17%</b>	<b>Aretes 30%</b>	<b>Pulsera 25%</b>
Costos fijos	\$ 4.956.725	\$ 12.391.812	\$ 10.533.040	\$ 18.587.718	\$ 15.489.765
Costos variables	\$ 7.971.514	\$ 19.928.784	\$ 16.939.466	\$ 29.893.176	\$ 24.910.980
Gastos fijos	\$ 11.460.233	\$ 28.650.584	\$ 24.352.996	\$ 42.975.875	\$ 35.813.230
Gastos variables	\$ 60.000	\$ 150.000	\$ 127.500	\$ 225.000	\$ 187.500
<b>Total</b>	<b>\$ 24.448.472</b>	<b>\$ 61.121.180</b>	<b>\$ 51.953.003</b>	<b>\$ 91.681.769</b>	<b>\$ 76.401.475</b>

#### 5.2.4 Precio de venta

En el estudio de mercados ya se planteó la necesidad de ofrecer una política de precio de acuerdo a la expectativa del mercado, se llegó a la conclusión según lo arrojado por las encuestas que algunos precios del mercado están elevados si se tiene en cuenta el costo de producción de los artículos consultados, por tal razón la empresa ha ajustado dentro de sus políticas de fijación de precios los relacionados a continuación.

**Cuadro 137. Precio de venta**

<b>Precio de venta año 1</b>			
<b>Accesorio</b>	<b>Cant.</b>	<b>Precio venta</b>	<b>Total</b>
Camándula	7603	\$ 6.000	\$ 45.618.000
Collar	9124	\$ 8.000	\$ 72.992.000
Denario	22810	\$ 3.000	\$ 68.430.000
Aretes	28512	\$ 3.500	\$ 99.792.000
Pulseras	11405	\$ 7.000	\$ 79.835.000

### 5.3. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

#### 5.3.1 Egresos proyectados

**Presupuesto de Egresos:** El horizonte de evaluación del proyecto es de cinco (5) años, por lo cual es necesario realizar la proyección de egresos necesarios para el funcionamiento de la empresa, se realizó con base en el índice de inflación esperada para estos años estimada en 4.5%.

**Cuadro 138. Egresos proyectados**

<b>EGRESOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Costos producción	\$ 163.012.980	\$ 170.348.564	\$ 178.014.249	\$ 186.024.891	\$ 194.396.011
Gastos de administración	\$ 89.759.398	\$ 93.798.571	\$ 98.019.507	\$ 102.430.384	\$ 107.039.752
Gastos de ventas	\$ 47.109.520	\$ 49.229.448	\$ 51.444.774	\$ 53.759.788	\$ 56.178.979
Gastos Financieros	\$ 15.236.052	\$ 15.921.674	\$ 16.638.150	\$ 17.386.866	\$ 18.169.275
<b>Total</b>	<b>\$ 315.117.950</b>	<b>\$ 329.298.258</b>	<b>\$ 344.116.679</b>	<b>\$ 359.601.930</b>	<b>\$ 375.784.017</b>

### 5.3.2 Ingresos proyectados

La proyección de los ingresos esperados por venta de los accesorios durante los cinco (5) años de vida del proyecto, fue realizada previniendo un crecimiento por encima de la tasa de inflación, es así que se teniendo una tasa inflacionaria del 4.5% el crecimiento en ventas debe ser por encima al 6.5%.

**Cuadro 139. Ingresos proyectados**

<b>TIPO DE ACCESORIO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
CAMANDULAS	\$ 45.618.000	\$ 48.583.170	\$ 51.741.076	\$ 55.104.246	\$ 58.686.022
COLLARES	\$ 72.992.000	\$ 77.736.480	\$ 82.789.351	\$ 88.170.659	\$ 93.901.752
DENARIOS	\$ 68.430.000	\$ 72.877.950	\$ 77.615.017	\$ 82.659.993	\$ 88.032.892
ARETES	\$ 99.792.000	\$ 106.278.480	\$ 113.186.581	\$ 120.543.709	\$ 128.379.050
PULSERAS	\$ 79.835.000	\$ 85.024.275	\$ 90.550.853	\$ 96.436.658	\$ 102.705.041
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 366.667.000</b>	<b>\$ 390.500.355</b>	<b>\$ 415.882.878</b>	<b>\$ 442.915.265</b>	<b>\$ 471.704.757</b>

## 5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

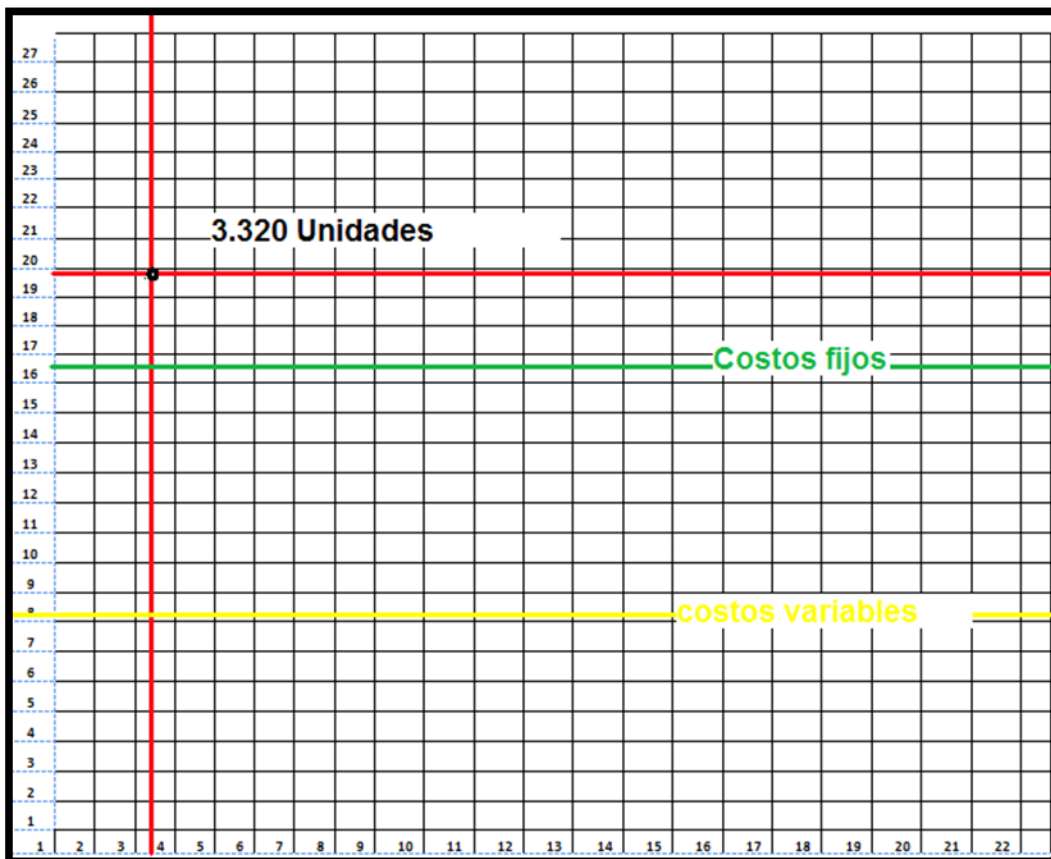
**Cuadro 140. Punto de equilibrio Camándulas**

Punto de equilibrio Camándulas	
Ventas totales	\$ 45.618.000
Unidades de producción	7.603
Precio venta unitario (P.V.U)	\$6.000
Costos fijos totales	\$16.416.958
Costos variables totales	\$8.031.514
Costo unitario variable (C.V.U)	\$1.056

**P.E = 3.320 Unidades**

**P .E. \$= 19.920.000**

Figura 70. Punto de equilibrio Camándulas



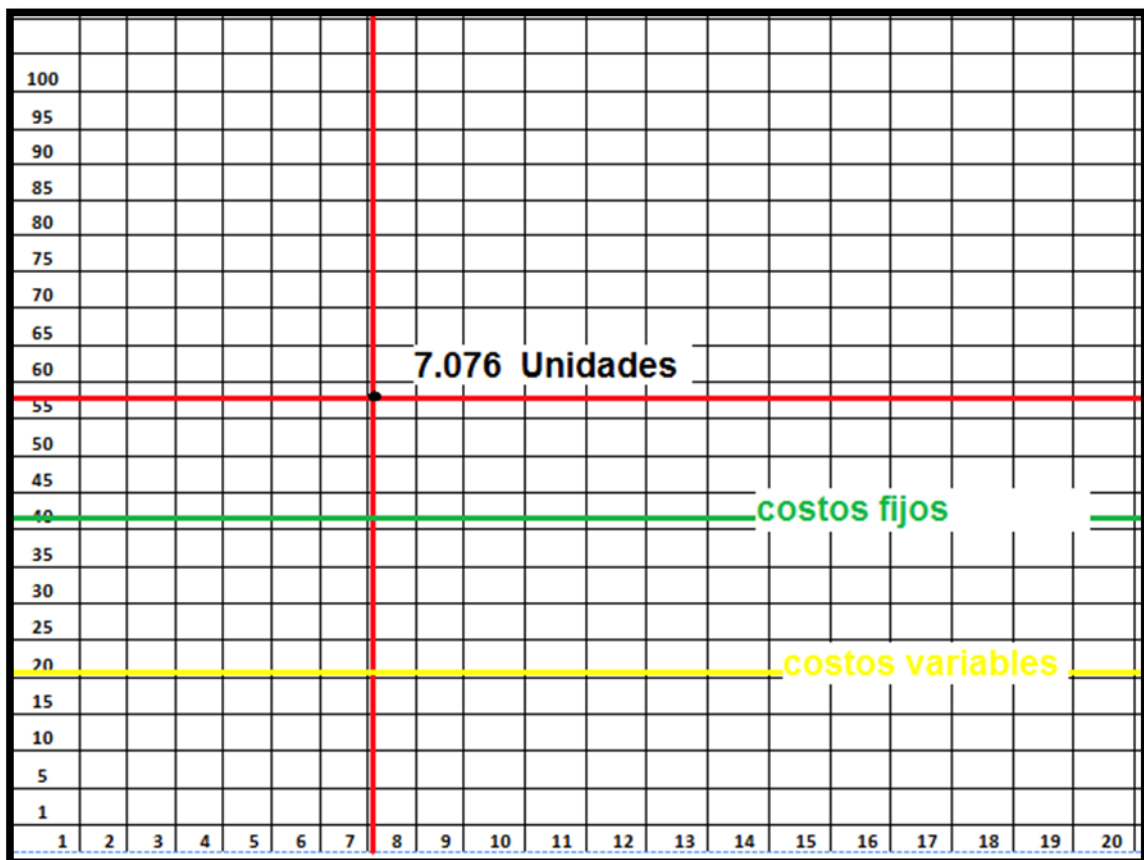
**Cuadro 141. Punto de equilibrio Collar**

<b>Punto de equilibrio Collar</b>	
Ventas totales	\$72.992.000
Unidades de producción	9.124
Precio venta unitario	\$8.000
Costos fijos totales	\$41.042.396
Costos variables totales	\$20.078.784
Costo unitario variable	\$2.200

**P.E = 7.076 Unidades**

**P .E. \$56.608.000=**

Figura 71. Punto de equilibrio Collar



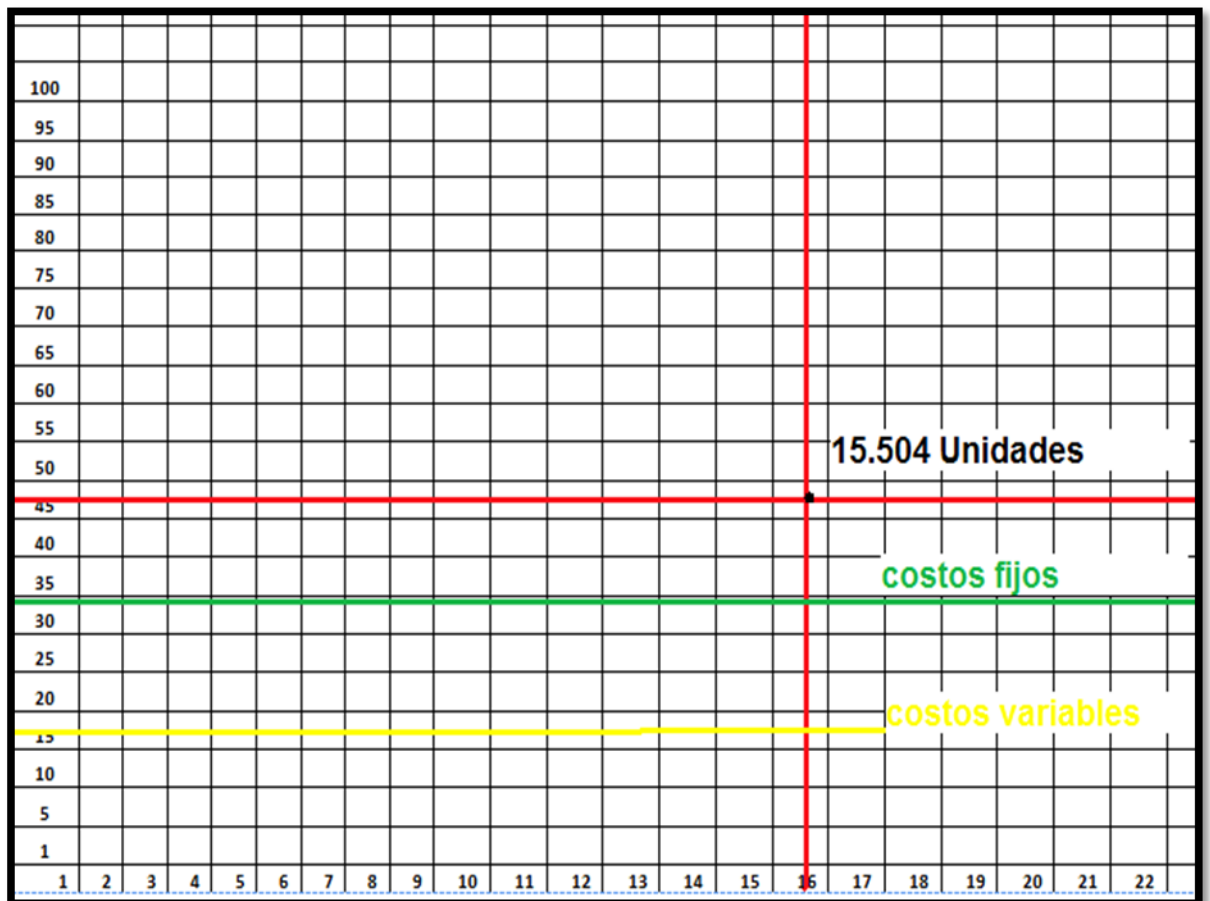
**Cuadro 142. Punto de equilibrio denarios**

Punto de equilibrio Denarios	
Ventas totales	\$68.430.000
Unidades de producción	22.810
Precio venta unitario	\$3.000
Costos fijos totales	\$34.886.036
Costos variables totales	\$17.066.966
Costo unitario variable	\$750

**P.E = 15.504 Unidades**

**P .E. \$ = 46.512.000**

Figura 72. Punto de equilibrio denarios.



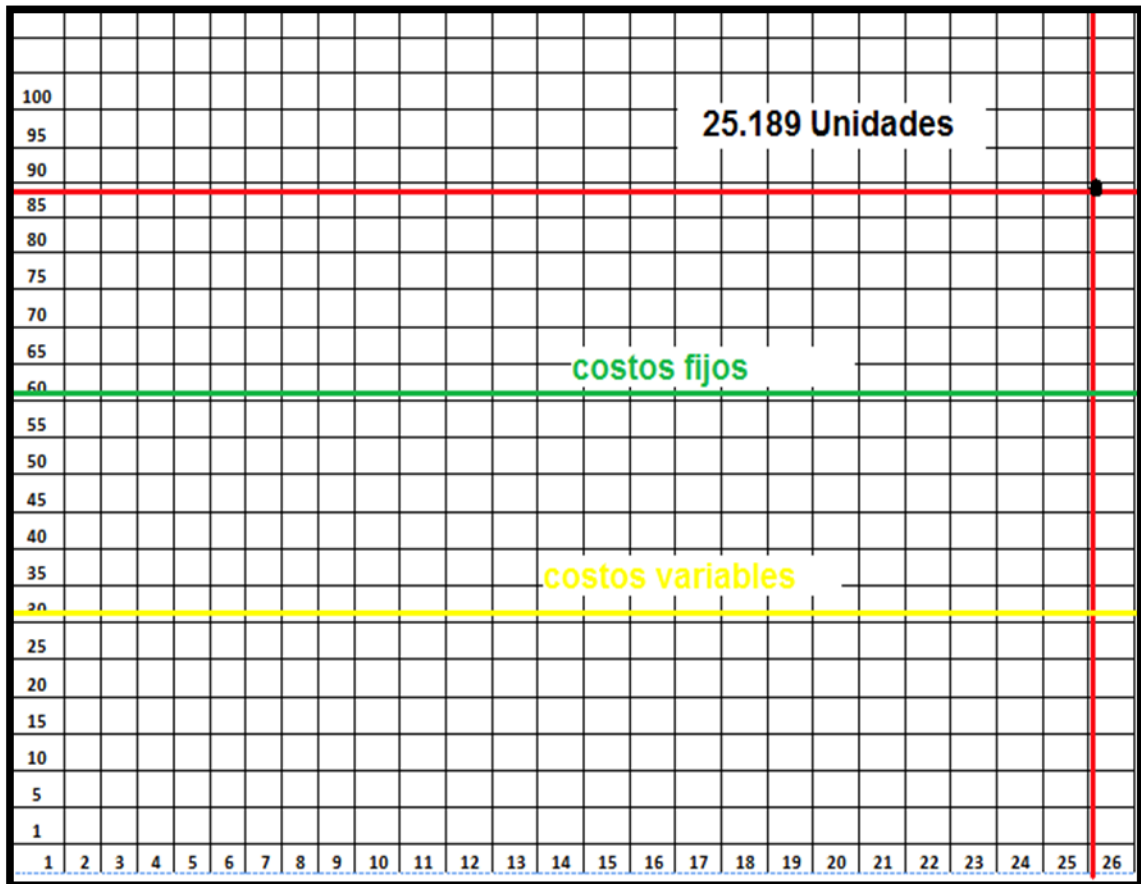
**Cuadro 143. Punto de equilibrio aretes**

Punto de equilibrio Aretes	
Ventas totales	\$99.792.000
Unidades de producción	28.512
Precio venta unitario	\$3.500
Costos fijos totales	\$61.563.593
Costos variables totales	\$30.118.176
Costo unitario variable	\$1.056

**P.E = 25.189 Unidades**

**P .E. \$= 88.163.900**

Figura 73. Punto de equilibrio aretes



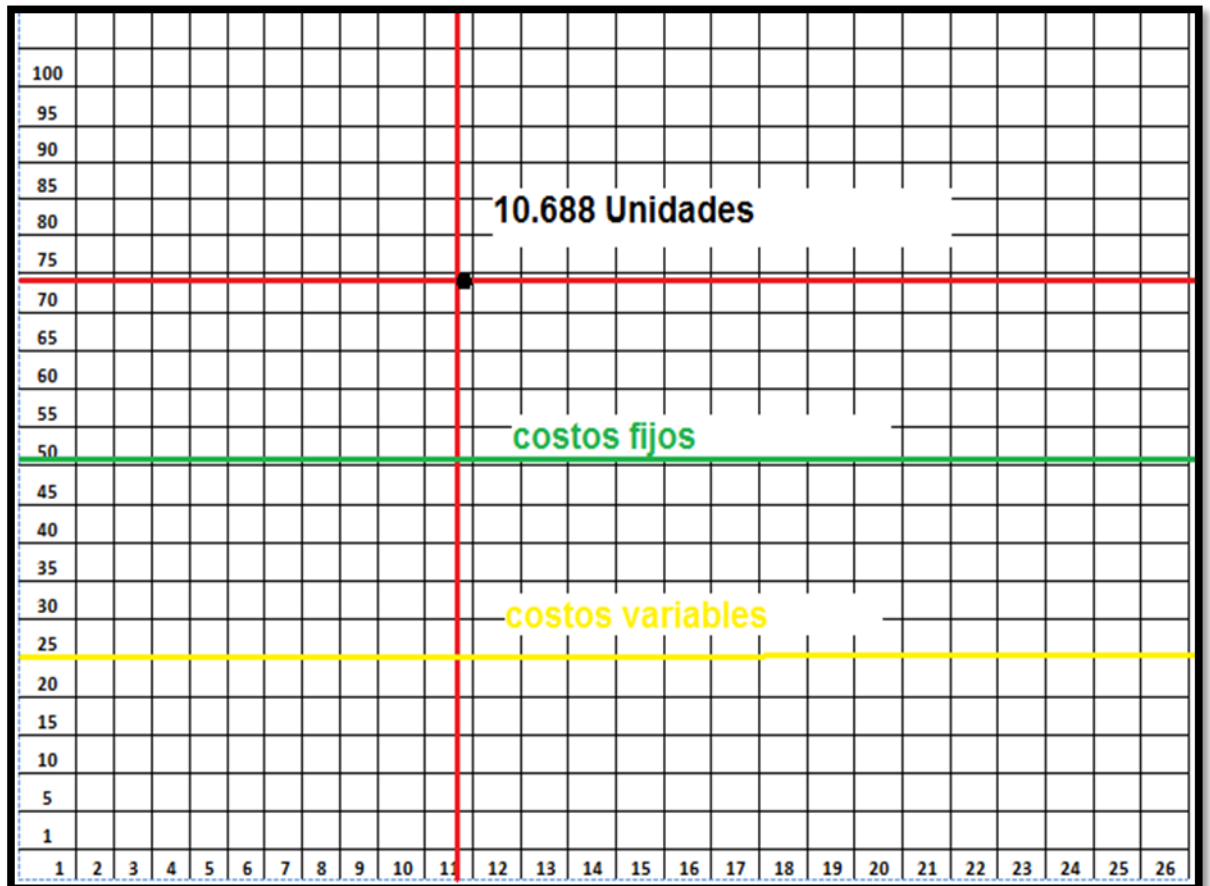
**Cuadro 144. Punto de equilibrio pulseras**

Punto de equilibrio Pulseras	
Ventas totales	\$79.835.000
Unidades de producción	11.405
Precio venta unitario	\$7.000
Costos fijos totales	\$51.302.995
Costos variables totales	\$25.098.480
Costo unitario variable	\$2.200

**P.E = 10.688 Unidades**

**P .E. \$= 74.816.867**

Figura 74. Punto de equilibrio pulseras



## 5.5 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

**Cuadro 145. Flujo de caja proyectado**

Concepto	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por ventas		\$ 366.667.000	\$ 390.500.355	\$ 415.882.878	\$ 442.915.265	\$ 471.704.757
Egresos operacionales		\$ 299.881.898	\$ 313.198.258	\$ 328.816.679	\$ 344.301.930	\$ 360.584.017
Total egresos operacionales		<b>\$ 66.785.102</b>	<b>\$ 77.302.097</b>	<b>\$ 87.066.199</b>	<b>\$ 98.613.335</b>	<b>\$ 111.120.740</b>
Pago de impuestos 33%			\$ 22.039.084	\$ 25.509.692	\$ 28.731.846	\$ 32.542.401
Flujo de caja operacional		\$ 66.785.102	\$ 55.263.013	\$ 61.556.507	\$ 69.881.489	\$ 78.578.340
Inversiones a realizar						
Compra de activos fijos	\$ 51.373.000					
Inversión diferida	\$ 15.530.000					
Total inversión	<b>\$ 66.903.000</b>					
Recursos propios	\$ 42.643.158					
Crédito financiero	\$ 50.000.000					
Total recursos	<b>\$ 92.643.158</b>					
Abono a capital		\$ 6.236.052	\$ 8.100.000	\$ 9.700.000	\$ 11.600.000	\$ 13.900.000
Pago de intereses		\$ 9.000.000	\$ 8.000.000	\$ 5.600.000	\$ 3.700.000	\$ 1.300.000
Total		<b>\$ 15.236.052</b>	<b>\$ 16.100.000</b>	<b>\$ 15.300.000</b>	<b>\$ 15.300.000</b>	<b>\$ 15.200.000</b>
Flujo de caja después de inv. Y finan.	<b>\$ 25.740.158</b>	<b>\$ 51.549.050</b>	<b>\$ 39.163.013</b>	<b>\$ 46.256.507</b>	<b>\$ 54.581.489</b>	<b>\$ 63.378.340</b>
Depreciación		\$ 7.064.000	\$ 7.064.000	\$ 7.064.000	\$ 7.064.000	\$ 7.064.000
Amortización diferida		\$ 3.106.000	\$ 3.106.000	\$ 3.106.000	\$ 3.106.000	\$ 3.106.000
Saldo final acumulado	<b>\$ 25.740.158</b>	<b>\$ 61.719.050</b>	<b>\$ 49.333.013</b>	<b>\$ 56.426.507</b>	<b>\$ 64.751.489</b>	<b>\$ 73.548.340</b>

## 5.6 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

**Cuadro 146. Estado de resultados proyectado**

CONCEPTO	1	2	3	4	5
Ingresos operacionales	\$ 366.667.000	\$ 390.500.355	\$ 415.882.878	\$ 442.915.265	\$ 471.704.757
Costos de operación	\$ 163.012.980	\$ 170.348.564	\$ 178.014.249	\$ 186.024.891	\$ 194.396.011
Utilidad bruta	\$ 203.654.020	\$ 220.151.791	\$ 237.868.629	\$ 256.890.374	\$ 277.308.746
Gastos operacionales	\$ 136.868.918	\$ 143.028.019	\$ 149.464.281	\$ 156.190.172	\$ 163.218.731
Utilidad operativa	\$ 66.785.102	\$ 77.123.772	\$ 88.404.348	\$ 100.700.202	\$ 114.090.015
Financieros	\$ 15.236.052	\$ 15.921.674	\$ 16.638.150	\$ 17.386.866	\$ 18.169.275
Utilidad antes de impuesto	\$ 51.549.050	\$ 61.202.098	\$ 71.766.198	\$ 83.313.336	\$ 95.920.740
Impuesto 33%	\$ 17.011.187	\$ 20.196.692	\$ 23.682.845	\$ 27.493.401	\$ 31.653.844
Reserva legal	\$ 2.577.453	\$ 3.060.105	\$ 3.588.310	\$ 4.165.667	\$ 4.796.037
Utilidad neta	\$ 31.960.411	\$ 37.945.301	\$ 44.495.043	\$ 51.654.268	\$ 59.470.859

## 5.7. BALANCE GENERAL (PRIMER AÑO).

Cuadro 147. Balance general (primer año), Balance inicial

### JOYA Y NATURALEZA - BALANCE INICIAL

ACTIVO		
<b>Efectivo</b>		<b>\$25.740.000</b>
Caja	\$25.740.000	
Bancos		
<b>Propiedad planta y equipo</b>		<b>\$39.778.000</b>
Maquinaria y equipo	\$8.620.000	
Herramientas	248.000	
Muebles y enseres	30.910.000	
<b>Equipo de computo y comunicación</b>		<b>\$10.850.000</b>
Equipo de oficina	\$10.850.000	
<b>Diferidos</b>		<b>15.530.000</b>
Amortización diferida	15.530.000	
<b>TOTAL ACTIVO</b>		<b><u>91.898.000</u></b>
<b>PASIVO</b>		<b>\$50.000.000</b>
Obligaciones financieras	\$50.000.000	
<b>TOTAL PASIVO</b>		<b>\$50.000.000</b>
<b>PATRIMONIO</b>		
Capital social		
Aportes sociales	\$42.643.158	
<b>Total patrimonio</b>		<b>\$42.643.158</b>
Total pasivo y patrimonio	<b>92.643.158</b>	<b>92.643.158</b>

Fuente: Autoras del estudio

## **6. EVALUACION DEL PROYECTO**

### **6.1 IMPACTO SOCIAL**

La creación de una empresa productora y comercializadora de Bisutería artesanal y accesorios elaborados con semillas propias de la región promueve la siembra y genera trabajo para los campesinos de la región, de la misma forma es una política de la empresa vincular laboralmente a mujeres cabeza de familia de la región, para darles una oportunidad de sustento para sus familias, promoviendo desde esta perspectiva el desarrollo de la región desde una política social.

La empresa será generadora de aportes fiscales al estado desde sus ingresos convirtiéndose así en una inversión social en el municipio, y el departamento. Promover la cultura de emplear materiales biodegradables y reciclables causa impacto en las costumbre de las comunidades de la región creando una conciencia de protección y cuidado del medio ambiente.

Se considera que el proyecto no genera impacto negativo debido a su naturaleza de carácter social y ambiental, y a su nivel de utilidad en el campo económico.

### **6.2 IMPACTO AMBIENTAL**

Actualmente debido a los constantes cambios de las condiciones climáticas y el riesgo constante en el que se encuentra el planeta dentro de una gran ola de contaminación y por consiguiente de extinción de los recursos naturales y la propagación de enfermedades; los países desarrollados y en vía de desarrollo están adoptando tendencias ecologistas, como el reciclaje,

fabricación y utilización de recursos biodegradables para contribuir a la protección y conservación del medio ambiente.

Desde este enfoque las empresas están tomando medidas para que sus productos y servicios estén acorde con estas tendencias y sean competitivos sin dañar al planeta.

En el campo textil y de la moda, las empresas están incursionando en la elaboración de textiles con procesos naturales, rescatando y resaltando las tradiciones y la cultura de los países y sus regiones asignándoles un valor agregado a estos productos. Así mismo en las industrias del calzado y las joyas, se están elaborando artículos con elementos naturales y diseños autóctonos.

La empresa en la fabricación de los artículos se propone emplear elementos biodegradables y reciclables en un 80% y 20% respectivamente. Generar ambientes limpios de producción y evitar la contaminación en todas sus formas.

A continuación se presenta la evaluación ambiental para la factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de bisutería artesanal en semillas y fibras naturales, en el municipio de Barbosa, Santander.

**Cuadro 148. Matriz Ambiental**

<b>FACTORES DE RIESGO</b>	<b>ENTRADA O NECESIDAD</b>	<b>TRANSFORMACION</b>	<b>SALIDAS</b>	<b>MEDIDAS DE CONTROL EXISTENTES</b>
<b>AIRE</b>	La empresa cuenta con un área ventilada, libre de agentes contaminantes. Debido a que no se encuentra cerca de zonas industriales, fabricas o vías de alto tráfico vehicular.	El aire al interior de la empresa tendrá un agregado de material particulado (polvillo derivado del agujereado de las semillas)	Se pueden tener residuos en polvo que floten en el área de trabajo	La empresa tomará medidas para la recolección de estos residuos mediante extractores
<b>AGUA</b>	Este servicio es suministrado por la empresa de servicios públicos de Barbosa. Se estima un consumo de 10 $m^3$ con un valor de \$ 44.000 aproximadamente y se empleará para actividades de limpieza en las instalaciones de la empresa y de algunos utensilios de la producción.	El agua tendrá residuos de jabón, suciedad y desechos de las actividades de limpieza y necesidades fisiológicas de los trabajadores	Como resultado se generaran aguas residuales provenientes de las áreas de baño, cocina, y demás dependencias	Se tomaran medidas para el buen uso de este recurso y evitar desperdicios y contaminación del recurso

<b>FACTORES DE RIESGO</b>	<b>ENTRADA O NECESIDAD</b>	<b>TRANSFORMACION</b>	<b>SALIDAS</b>	<b>MEDIDAS DE CONTROL EXISTENTES</b>
<b>TIERRA O SUELO</b>	La empresa por su limpieza en los procesos de producción no afecta a los sectores vecinos	No aplica	No aplica	La empresa cumple con el plan de ordenamiento territorial del municipio
<b>SEMILLAS</b>	Plantas leguminosas y gramíneas.	Las semillas se someten a un proceso de agujereado y brillo	Algunas semillas pierden su utilidad y es necesario desecharlas debido a que se dañan durante el proceso de agujereado.	Se promoverá la siembra de este tipo de plantas en la región para la perpetuar la especie. Los residuos de las semillas se emplean para el abono de la tierra.
<b>PAISAJE</b>	No se empleará decoración o algún tipo de cambio en el paisaje externo de la empresa, Se creará un espacio de trabajo acorde con las técnicas de color y decoración para un desempeño eficiente y eficaz.	No aplica	No aplica	La publicidad empleada no constituye un elemento de contaminación visual debido a que los medios empleados no son de gran impacto visual (vallas y avisos grandes.)

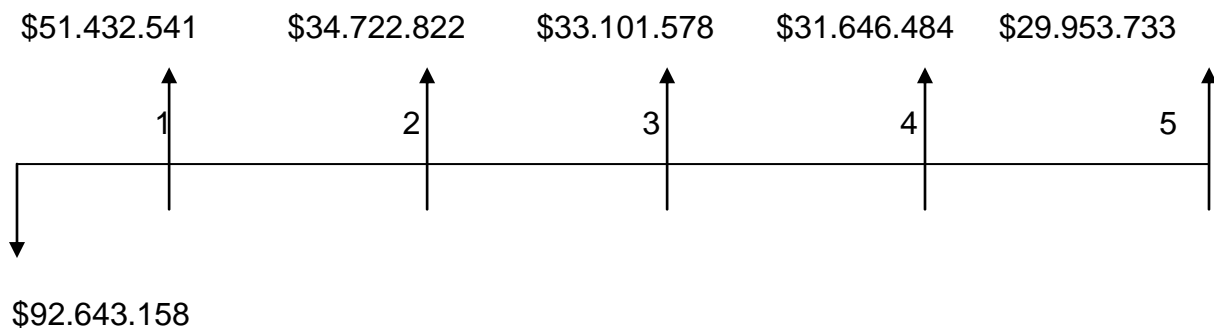
<b>FACTORES DE RIESGO</b>	<b>ENTRADA O NECESIDAD</b>	<b>TRANSFORMACION</b>	<b>SALIDAS</b>	<b>MEDIDAS DE CONTROL EXISTENTES</b>
<b>RUIDO</b>	La maquinaria empleada para la producción no genera factores de ruido al exterior de la empresa	La maquinaria empleada produce niveles aceptables de ruido al interior de la empresa.	Se genera niveles de ruido dos horas al día.	Los operarios dentro de su dotación tendrán audífonos para proteger su salud auditiva.
<b>RESIDUOS</b>	Entran residuos de papel o bolsas en las que se empacan los adornos y aderezos para los artículos	Los residuos de papel se separan y empacan para reciclar.	No aplica	Realizar la correcta separación de los residuos para evitar la contaminación de los mismos. El papel y el cartón se reciclaran para la elaboración de papel reciclado para los empaques de los artículos de la empresa. Los plásticos se reciclaran para enviarlos a la empresa procesadora de residuos sólidos más cercana.
<b>ENERGIA</b>	La energía será suministrada por la Electrificadora de Santander, se espera un consumo promedio de 100kw con un costo aproximado de \$88.000.	La energía se empleara para la iluminación de la empresa, el funcionamiento de la maquinaria del área operativa y el equipo de cómputo y comunicación.	Los resultados a nivel de ondas electromagnéticas son mínimos ya que la maquinaria genera bajas emisiones.	Emplear bombillos ahorradores de energía y se evitará al máximo el uso inadecuado de la misma

## 6.3 EVALUACION FINANCIERA

### 6.3.1 Valor presente neto

El V.P.N. se calculo con base al Flujo Neto de Caja y a una tasa de descuento equivalente a la tasa TES y el Factor de Riesgo

Figura 75. Valor presente neto



**V.P.N. = \$\$ 20.785.718**

El proyecto es factible ya que obtenemos un Valor Presente Neto de \$88.214.000 con base a un interés de descuento equivalente a la TMAR mixta de 20% anual.

### 6.3.2. Tasa interna de retorno (TIR) con financiamiento

La TIR es aquella tasa de descuento que hace que el valor presente sea igual a cero (0). Esta evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por período en la cual el total de los beneficios actualizados son iguales a los desembolsos en moneda actual.

**T.I.R. = Valor presente neto x (1+T.I.R.)<sup>-5</sup> - Inversión = 0**

**Tasa Interna de Retorno TIR = 31%**

Quiere decir que el proyecto tiene una tasa única de rendimiento anual del 31% lo cual se puede calificar como aceptable teniendo en cuenta la tasa mínima esperada por los inversionistas de un 20%.

### **6.3.3. Período de recuperación**

Es el período de tiempo en el cual se cubre el monto total de la inversión, mediante los flujos netos de efectivo calculados anualmente.

Esto significa que la inversión total del proyecto se recuperara en 2 años y 60 días.

### **6.3.4. Análisis de las razones financieras**

El análisis financiero se asemeja a una auditoría que permite verificar el estado de la empresa, a continuación se realizan análisis en índices de:

#### **Liquidez**

#### **Razones de Liquidez:**

$$\text{Razón Corriente} = \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}} = 3.1$$

Es decir que para cada peso que la nueva empresa debe en el corto plazo, posee \$3.1 pesos para respaldar, representados en sus activos corrientes.

$$\text{Razón de Capital de Trabajo} = \text{Activo corriente} - \text{Pasivo corriente} = \\ \$30.840.000$$

En el corto plazo la nueva empresa posee flujo de efectivo de \$30.840.000

## Razones de Endeudamiento:

$$\text{Nivel de Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivos totales}}{\text{Activo total}} = 54\%$$

Es el porcentaje en que se comprometen los activos de una empresa con terceros es decir el 54%.

## RAZONES DE RENTABILIDAD

### ✦ Rentabilidad

#### Margen Bruto

$$\frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ingresos Operacionales}} = 56\%$$

Es la relación entre la utilidad bruta y las ventas totales (ingresos operacionales) Es el porcentaje que queda de los ingresos operacionales una vez se ha descontado el costo de venta. Entre mayor sea este índice mayor será la posibilidad de cubrir los gastos operacionales y el uso de la financiación de la organización.

La utilidad bruta de ganancia es de 56%, indicador favorable de rentabilidad del proyecto.

#### Margen de operación

$$\text{Utilidad Operacional} / \text{Ingresos Operacionales} =$$

Es la relación entre la utilidad operacional y las ventas totales (ingresos operacionales). Mide el rendimiento de los activos operacionales de la empresa en el desarrollo de su objeto social. Este indicador debe compararse con el costo ponderado de capital a la hora de evaluar la verdadera rentabilidad de la empresa.

El proyecto generara una utilidad operacional del 18 % de las ventas netas.

### **Margen neto de ganancia**

**Utilidad neta / Ingresos Operacionales = 9%**

Es la relación entre la utilidad neta y las ventas totales (ingresos operacionales). Es la primera fuente de rentabilidad en los negocios y de ella depende la rentabilidad sobre los activos y la rentabilidad sobre el patrimonio. Los ingresos operacionales son el motor de una organización y este índice mide precisamente el rendimiento de ese motor.

La utilidad neta del proyecto es de 9%

### **Rentabilidad en relación al capital**

Utilidad Neta / Activos Totales = 34%

Es la razón de las utilidades netas a los activos totales de la empresa. Evalúa la rentabilidad neta (uso de los activos, gastos operacionales, financiación e impuestos) que se ha originado sobre los activos.

Se obtendrá un rendimiento del 34% sobre la inversión del capital aportado por los socios.

### **Rentabilidad de los activos**

Utilidad Neta / Activos Brutos = 48%

Indica que por cada peso invertido en activos, se generara utilidad neta del 48 %.

## CONCLUSIONES

El estudio de mercados realizado demostró en un alto nivel la oportunidad de penetración de los artículos de bisutería elaborados por la empresa, los clientes están interesados en adquirir bisutería artesanal en semillas y materiales naturales. Con una aceptación del 100% de los artículos artesanales.

En el estudio de mercados realizado, en lo relacionado con la demanda se evidenció que existe un extenso mercado para los artículos debido a que las empresas existentes no suplen en su totalidad la demanda insatisfecha de estos artículos, la nueva empresa busca competir con calidad diseños y precios.

Las necesidades técnicas para la producción y comercialización de los artículos se pueden suplir debido a que los recursos técnicos requeridos son de fácil acceso en la región donde estará ubicada la empresa.

La constitución de la empresa y su desempeño administrativo será realizada desde los parámetros establecidos por la ley para su funcionamiento y manejo del recurso humano, creando así una cultura organizacional basada en principios y normas establecidas por la legislación colombiana.

El estudio financiero determinó las necesidades económicas del proyecto y los estados financieros proyectados a 5 años, en los que se demostró la rentabilidad del proyecto y su viabilidad financiera.

En lo referente al impacto ambiental del proyecto se evaluó su aporte positivo a la conservación del medio ambiente y al buen uso de los recursos naturales.

Por lo argumentado anteriormente se puede afirmar que el proyecto es factible desde todos sus aspectos y estudios fundamentales.

## **RECOMENDACIONES**

El proyecto está enfocado respecto a las ventas en Barbosa, Santander y su área de cobertura los municipios de Vélez y Puente Nacional, Santander y Moniquirá, Boyacá, inicialmente. Se debe ampliar el mercado a las ciudades principales del país para tener la oportunidad de incursionar en un mercado de mayor influencia.

La empresa tiene oportunidad de penetrar mercados internacionales en países latino americanos y europeos, debe realizar estudios e investigaciones para tener la posibilidad de exportar sus productos.

Se debe tener en cuenta que la capacidad técnica instalada debe crecer anualmente y cumplir con los requerimientos ante un crecimiento de la producción.

Se deben afirmar esfuerzos en lo referente a la publicidad y manejo de medios de comunicación para posicionar la empresa y promocionar los artículos.

## **BIBLIOGRAFIA**

CORDOBA, Marcial. Formulación y evaluación de Proyectos, Ecoe ediciones, Bogotá 2008.

MENDEZ, Carlos. Metodología, Limusa Noriega Editores, 4 ediciones, Bogotá 2006.

GARCÍA, Roberto. Estudio del Trabajo, Mc Graw Hill 2 Edición, México 2005

SCHROEDER, Administración de operaciones, Mc Graw Hill, México DF. 2004

ALFAOMEGA. Administración General del Medio Ambiente, Alfaomega, Bogotá 2001.

GARCIA, Oscar. Administración Financiera, Prensa Moderna Impresores S.A. 2da edición, Cali 1999

## INFOGRAFÍA

[www.dequate.com](http://www.dequate.com)

[www.mincomercio.gov.co](http://www.mincomercio.gov.co)

[www.minambiente.gov](http://www.minambiente.gov)

[www.artesantiasdecolombia.com.co](http://www.artesantiasdecolombia.com.co)

[www.emagister.com](http://www.emagister.com)

[www.emagister.com](http://www.emagister.com)

[www.proexpot.com.co](http://www.proexpot.com.co)

[www.emagister.com](http://www.emagister.com)

[www.clarin.com](http://www.clarin.com)

[www.ecodes.org](http://www.ecodes.org)

[www.extroversia.universia.net.co](http://www.extroversia.universia.net.co)

[www.colombia.acambiode.com](http://www.colombia.acambiode.com)

[www.camaradirecta.com](http://www.camaradirecta.com)

[www.icex.es](http://www.icex.es)

[www.colombiaexport.com](http://www.colombiaexport.com)

[www.businesscol.](http://www.businesscol)

[www.banrepublica.gov.co.com](http://www.banrepublica.gov.co.com)

[www.bancoldex.com](http://www.bancoldex.com)

## **ANEXOS**

## ANEXO A

### **ASOCIACIONES DE ARTESANOS EN SANTANDER, ARTESANIAS DE COLOMBIA**

Barichara

#### **Asociación de Artesanos Patiamarillos**

Talla en piedra caliza: fuentes, relojes, columnas, pedestales, mesas, relieves e imágenes

15 asociados

Calle 6 No. 2-61 Barichara

Tel. 0977-267468

Barrancabermeja

#### **Fundación María Montessory**

Cerería

Hernando Navarro H. c.c. 19'132.076

Call 44 # 23 B – 17

Tel 622-2577

[cordemares@hotmail.com](mailto:cordemares@hotmail.com)

[fundamontessory@latinmail.com](mailto:fundamontessory@latinmail.com)

Bucaramanga

#### **Artesanos Unidos de Santander - Aus**

Personería Jurídica: 050 de Mayo de 1.974. 82 asociados

Presidente : Carmen Amanda Sanabria

Secretario : Hernando Gómez León

Fiscal : Efaín Escobar Torres

Autopista Bucaramanga - Floridablanca Km 7 frente a la entrada de Ruitoque.

A .A. 2569 - Bucaramanga - Santander

#### **Geoman Artes y Oficios**

Muñecos en lanas y fique

Juan Sebastián Ragua c.c. 91'514.477

Carrera 29 N° 122 – 24  
Tel 636-3970  
[geomancultura@hotmail.com](mailto:geomancultura@hotmail.com)

**Centro Fibras Naturales Luz y Vida**

Bolsos en cuero, algodón y fique, tapetes  
Yolanda Ramos c.c. 63'360.051  
Carrera 8 Bis N° 34 – 01  
Tel 640-2657, 673-0680  
[feliman83@latinmail.com](mailto:feliman83@latinmail.com)

**Kalao's**

Bordado y calado en tela  
María Elena Arias G. c.c. 41'742.690  
Carrera 33 # 54 – 129  
Tels 647-8268  
[kalao\\_s@epm.net.co](mailto:kalao_s@epm.net.co)

**Arte Taller Florentina**

Arcilla modelada a mano  
Jorge E. Moreno c.c.5'637.969  
Calle 104 A N° 7 A – 07 Barrio Porvenir  
Tel (7) 637-2862  
[florentinasbs@yahoo.com](mailto:florentinasbs@yahoo.com)

**Puff en tela (Infantiles)**

Muñequería  
Francy Yaneth Sánchez c.c. 51'657.693  
Carrera 29 # 93 – 31 interior 44 Apto 301  
Tel 631-0871  
[francyya@hotmail.com](mailto:francyya@hotmail.com)

**Taller Kikerías**

Semillas y fibras naturales  
Enriqueta Puente c.c. 37'803.214  
Calle 73 # 53 – 124 Lagos del Cacique

**Doris Herrera Accesorios**

Bisutería

Doris Herrera c.c. 63'286.611

Carerra 22 # 100 – 77

Tel 631-8538

[dorherrera@hotmail.com](mailto:dorherrera@hotmail.com)

Concepción

**Asociación de Mujeres Campesinas y Artesanos de Concepción -  
Asmuarcón**

Tejidos en telar en lana de oveja: cobijas, ruanas y telas

Presidenta **Dossier Yahira Gómez Peñaranda,**

Calle 7 # 4-10

e.mail [asmuarcon@latinmail.com](mailto:asmuarcon@latinmail.com)

celular 311-215-8445

Curití

**Ecofibras - Empresa Cooperativa de Fibras de Santander**

Tejeduría en fique y algodón: telas, bolsos, cojines, otros

Gerente: José Delio Porras

Casa Campesina, calle 10 N° 10-22, Curití

Tel. 0977-278436; Res. 7187158.

**Grupo Precooperativo de producción Artesanal Precoart**

Bolsos, tapetes, cortinas, individuales

Marta Gómez

Calle 9a. No. 12 – 119

Entrada a Curití

Charalá

**Corporación de Recuperación Comunera del Lienzo de la Tierra - CRCL**

Tejeduría en algodón. Lienzo de la tierra

10 mujeres de Charalá – vereda El Salitre

Representante Legal: Severa Castro Mejía

Directora Ejecutiva: Ester Monroy

Calle 22 No. 17-04

Carrera 17 # 22 - 11  
Tel 097-725-8753 , 725-7740  
[lienzodelatierra@yahoo.es](mailto:lienzodelatierra@yahoo.es)

**Asociacion de Artesanos Regionales Lengupa**

Rep Legal: Seine Catalina Sanabria Bueno  
Tel (7) 725-8351  
Charalá  
Floridablanca

**Santasabina del Yeso**

Imágenes religiosas en yeso  
María Cristina Congote S.  
Tel. 632-7570, 648-0988  
[tsantasabina@yahoo.com](mailto:tsantasabina@yahoo.com)  
Urbanización Paroquites – Casa 9A

**Berraquitas y Camelladoras**

Bolsos en cuero decorados con semillas  
Teresa Arias c.c. 63'288.516  
Calle 205 # 20 A – 52 Barrio Príncipes  
Tel 679-8095  
[bolsosdetere@yahoo.com](mailto:bolsosdetere@yahoo.com)

**Tavana Artesanías**

Trabajos en fique y madera  
Sonia Y Garcés Hernández c.c. 37'727.943  
Altos de Cañaveral 3 etapa Bloque 5 Apto 501  
Tels 638-1154, 670-8602  
[soniag30@hotmail.com](mailto:soniag30@hotmail.com)  
Girón

**XUE – Velas Decorativas**

Cerería  
Mabel Catherine Gómez P. c.c. 37'510.871  
Calle 29 B # 36-06 Portal de la Campiña

Tel 315-897-3710/08 , 653-2742  
[mabelka@terra.com.co](mailto:mabelka@terra.com.co)

**Artesanías Meg**

Porcelanicrom  
María Elena Gómez C. c.c. 41'760.108  
Calle 46 N° 26-83  
Tels – 646-7560

**Manufacturas Justi**

Bolsos en yute y fique, zapatos  
Gladys Marina Ramírez Rojas .c.c. 37'238.716  
Calle 28 # 30 A -17 Altos de la Campiña  
Tel 646-0523

**Mi Pauche**

Trabajos en pauche, decorativos  
Sara Carreño Peña c.c. 28'496.362  
Calle 13 No. 23-25  
Tel 659-4145  
Lebrija

**Rizoma**

Productos en bambú tejidos con fique  
Helga María Díaz de Marulanda c.c. 37'815.287  
Carrera 40 A # 41-24 Apto 901 B/manga  
Taller Finca Los Rosales – Lebrija  
Tel 645-4447, cel 315-332-9290  
[hmdmarulanda@hotmail.com](mailto:hmdmarulanda@hotmail.com)  
Oiba

**Asociación de Artesanos de Oiba**

Fachadas de Iglesias en cerámica  
Carrera 9 No. 7-20/26 Oiba  
Tel. 0977-279700

### **Keramos de Colombia**

Cerámica

Rafael Aranda Suárez c.c. 91'065.481

Carrera 9 No. 7-26

Tels 717-3700, cel 310-345-0640

Piedecuesta

### **Arte Luna Lámparas y Accesorios**

Lámparas y accesorios en madera de pino, lona, fique y fibras

María del Pilar Gómez Otero c.c. 63'331.942

Carrera 18 B N° 87 – 08 Apto 502 (B/manga)

Tel 631-2841, 654-3385

[arteluna@hotmail.com](mailto:arteluna@hotmail.com)

San Gil

### **Asociación Regional de Artesanos de Guanentá - Areagua**

Tejeduría en fique, bolsos, cojines, cortinas, mochilas, tapetes y papel de fique, otros

Presidenta: Patrocinia Pimiento

Carrera 11 No. 8 –20 Curití

Tel. 0977-278090

San Vicente de Chucurí

### **Asoartes – Asociación de Artesanos**

Jorge Enrique Pérez Coordinador General

Calle 12 N° 10-35

Tel. (097) 625-5255, Fax. (097) 625-4153

Socorro

### **Escuela Taller El Patio de los Artesanos**

Figuras en barro

Jacqueline Navas Cobaría c.c. 63'352.391

Carrera 6 # 18 – 33 casa 5 - Tel 729-6972, 727-3169

[ynavasempresario@hotmail.com](mailto:ynavasempresario@hotmail.com)

Zapatoca

**Asociación de Artesanos Unidos de Zapatoca**

Talla en pauche (madera) pajaros, frutas, biscochos, chimeneas, tabacos, cigarrillos

14 artesanos

Nohema de Bueno (Calle 20A No. 13-17 tel. 252464)

Carrera 7 No. 10-92 Barrio Lenguerke - Zapatoca

Tel. 0976 - 252556

**Aracely Taller de Artesanías**

Pintura en tela, sillas decoradas a mano, papel maché

Aracely Araujo De Niño c.c. 27'936.012

Calle 20 No. 11-56

Tel 97-625-2556

[aracelyaraujogomez@yahoo.com](mailto:aracelyaraujogomez@yahoo.com)

ANEXO B RECONOCIMIENTO HECHO A MANO



## ANEXO C

### DATOS POBLACIONALES DE LOS MUNICIPIOS DE COBERTURA



#### Reseña Municipal

**Alcalde:** Deyanira Ardila Gonzalez

**Fecha de censo:** 26/01/06-06/03/06

Director Departamento  
**Dr. Ernesto Rojas Morales**

Subdirector  
**Dr. Pedro José Fernández Ayala**

Directora de Censos y Demografía  
**Dra. Carmela Serna Ríos**

Coordinador General  
**Dr. Luis Hernando Páez Carrero**

Equipo de Coordinadores  
Edgar Sardi Perea  
Francisco Arboleda H  
Wilinton Buriticá Macías  
Carlos Sánchez Rave  
Luis Guillermo Ramirez  
Luz Maritza Medina  
Claudia Helen González  
Amadeo Rodríguez C.

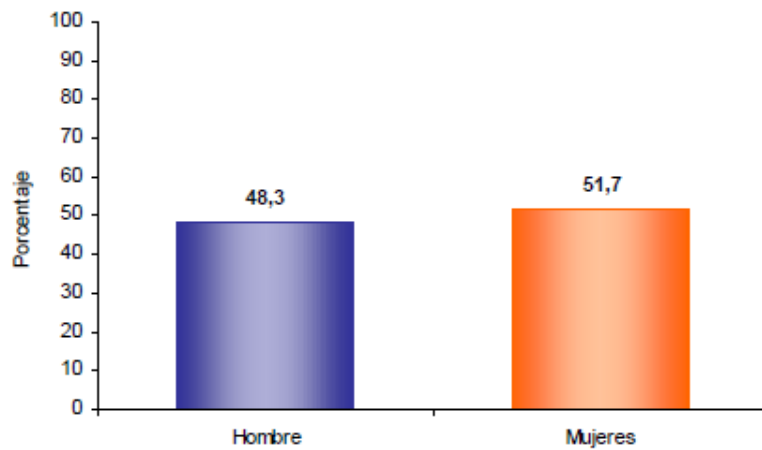
#### ICONTEC

En el mes de julio de 2005, el Instituto Colombiano de Normas Técnicas -ICONTEC- le renovó al DANE la certificación de gestión de la calidad a su Sistema, evaluado y aprobado con base en la norma internacional ISO 9001:2000

Para mayor información visite nuestra página web  
[www.dane.gov.co](http://www.dane.gov.co)

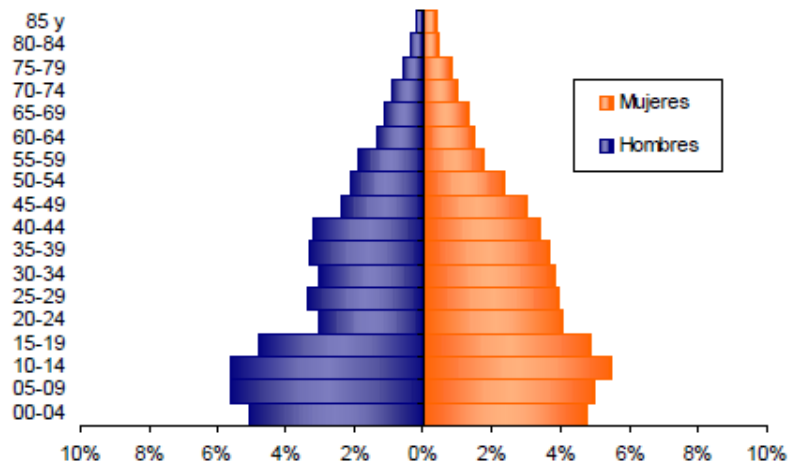
## 3. Módulo de Personas

### Población por sexo



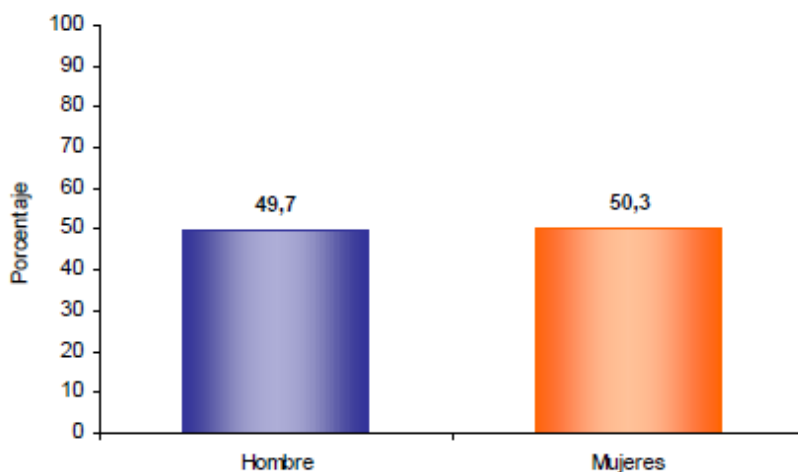
Del total de la población de Barbosa el 48,3% son hombres y el 51,7% mujeres.

### Estructura de la población por sexo y grupos de edad



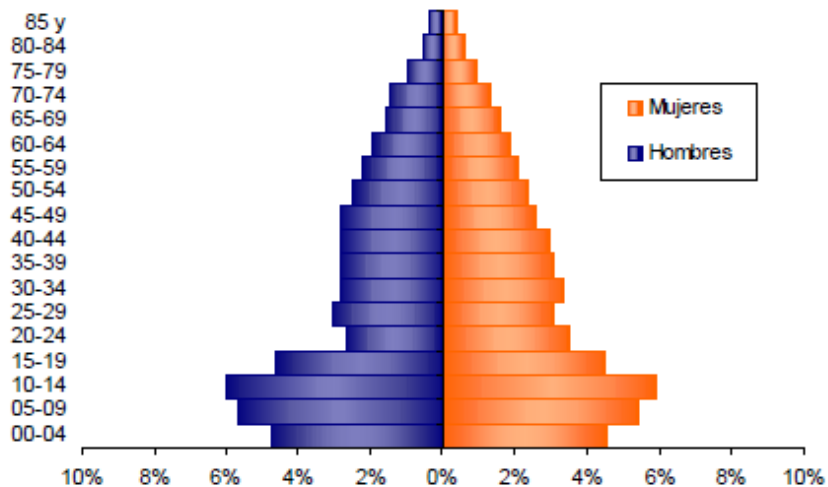
### 3. Módulo de Personas

#### Población por sexo



Del total de la población de Moniquirá el 49,7% son hombres y el 50,3% mujeres.

#### Estructura de la población por sexo y grupos de edad



**Alcalde:** Omar Leonel Ariza Hernandez

**Fecha de censo:**  
26/01/06-06/03/06

Director Departamento  
**Dr. Ernesto Rojas Morales**

Subdirector  
**Dr. Pedro José Fernández Ayala**

Directora de Censos y Demografía  
**Dra. Carmela Serna Ríos**

Coordinador General  
**Dr. Luis Hernando Páez Carrero**

Equipo de Coordinadores  
**Edgar Sardi Perea**  
**Francisco Arboleda H**  
**Wilinton Buriticá Macías**  
**Carlos Sánchez Rave**  
**Luis Guillermo Ramirez**  
**Luz Maritza Medina**  
**Claudia Helen González**  
**Amadeo Rodríguez C.**

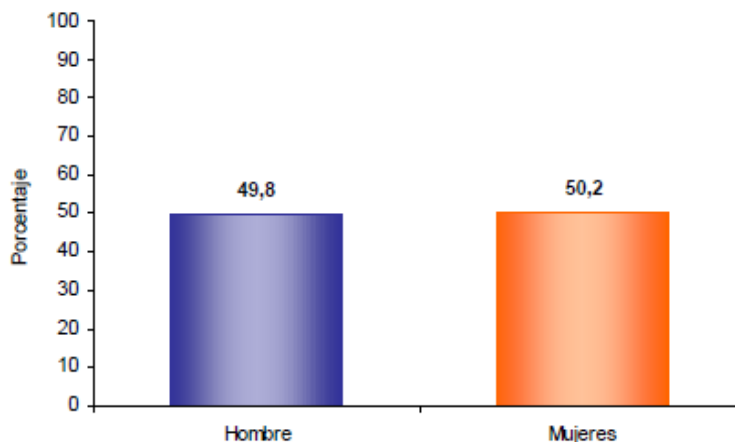
**ICONTEC**

En el mes de julio de 2005, el Instituto Colombiano de Normas Técnicas –ICONTEC– le renovó al DANE la certificación de gestión de la calidad a su Sistema, evaluado y aprobado con base en la norma internacional ISO 9001:2000

Para mayor información visite nuestra página web  
[www.dane.gov.co](http://www.dane.gov.co)

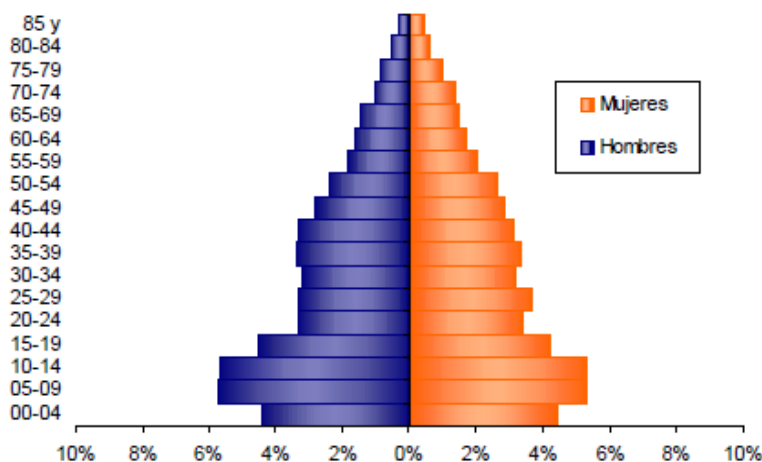
### 3. Módulo de Personas

#### Población por sexo



Del total de la población de Vélez el 49,8% son hombres y el 50,2% mujeres.

#### Estructura de la población por sexo y grupos de edad



## Reseña Municipal

**Alcalde:** Julio Vicente Niño Mateus

**Fecha de censo:**  
26/01/06-06/03/06

Director Departamento  
**Dr. Ernesto Rojas Morales**

Subdirector  
**Dr. Pedro José Fernández Ayala**

Directora de Censos y Demografía  
**Dra. Carmela Serna Ríos**

Coordinador General  
**Dr. Luis Hernando Páez Carrero**

Equipo de Coordinadores  
**Edgar Sardi Perea**  
**Francisco Arboleda H**  
**Wilinton Buriticá Macías**  
**Carlos Sánchez Rave**  
**Luis Guillermo Ramírez**  
**Luz Maritza Medina**  
**Claudia Helen González**  
**Amadeo Rodríguez C.**

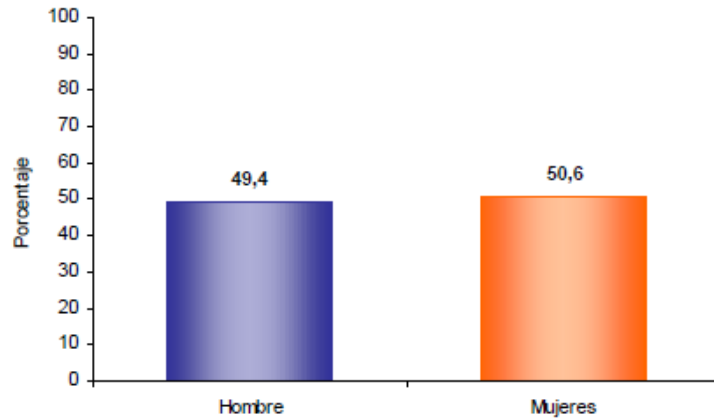
### ICONTEC

En el mes de julio de 2005, el Instituto Colombiano de Normas Técnicas –ICONTEC– le renovó al DANE la certificación de gestión de la calidad a su Sistema, evaluado y aprobado con base en la norma internacional ISO 9001:2000

Para mayor información visite nuestra página web  
[www.dane.gov.co](http://www.dane.gov.co)

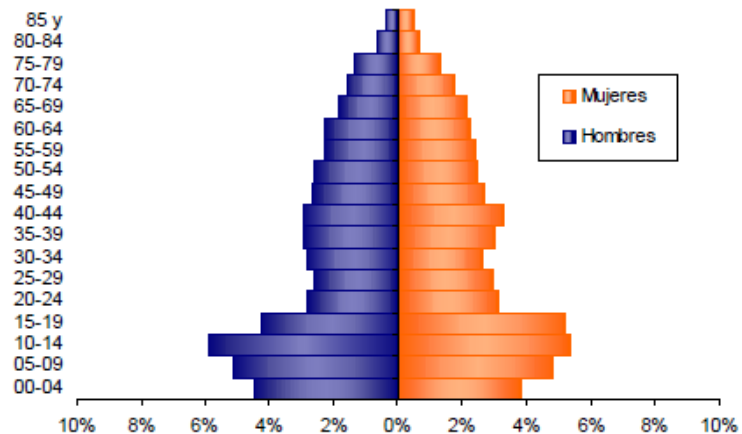
## 3. Módulo de Personas

### Población por sexo



Del total de la población de Puente Nacional el 49,4% son hombres y el 50,6% mujeres.

### Estructura de la población por sexo y grupos de edad



**ANEXO D**  
**OFERTA – ALMACENES**

<b>MUNICIPIO</b>	<b>NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO</b>
<b>BARBOSA</b>	<b>ANTONELLA ACCESORIOS</b>
	<b>DETALLES MI TIERRA</b>
	<b>GIFT SHOP CASCANUECES</b>
	<b>ACCESORIOS TANIA</b>
	<b>ACCESORIOS LAURA</b>
	<b>TIENDA DE DETALLES SOFI</b>
<b>MONIQUIRA</b>	<b>DETALLES DULCES</b>
	<b>TIENDA DE DETALLES NATHALIA</b>
	<b>DIANA ACCESORIOS</b>
	<b>DETALLES YULI</b>
<b>VELEZ</b>	<b>DETALLES VELEÑOS</b>
	<b>ACCESORIOS MI PROVINCIA</b>
	<b>TIENDA DE DETALLES LA VELEÑITA</b>
<b>PUENTE NACIONAL</b>	<b>DETALLES CHOCOMONACHOS</b>
	<b>MARINS TIENDA DE DETALLES</b>

**ANEXO E**  
**ASESORAS DE VENTA POR CATALOGO**

EMPRESA	DATOS DE LA ASESORA	CIUDADES DE COBERTURA
	BALVINA GOMEZ C.C. 28 654.078 <a href="http://www.avon.com.co">http://www.avon.com.co</a>	BARBOSA
	JAQUELINE ARDILA C.C. 36 786 098	PUENTE NACIONAL , JESUS MARIA Y BARBOSA
	PATRICIA LUENGAS C.C.28 564 656 <a href="http://www.yanbal.com">www.yanbal.com</a>	BARBOSA, VELEZ



**ANEXO F.**  
**ENCUESTA DIRIGIDA LOS CLIENTES**  
**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER**

Sra. /Srta.: Somos estudiantes de VIII Semestre de Gestión Empresarial de la UIS en la actualidad estamos realizando un estudio a las mujeres de edades entre los 15 a 45 años en de Barbosa y su área de cobertura (Moniquirá, Puente Nacional, y Vélez) para establecer parámetros que permitan continuar con la investigación sobre el sector de la bisutería y accesorios artesanales, razón por la cual solicitamos su colaboración para que nos responda las siguientes preguntas; el tratamiento de la información será confidencial.

- Nivel Educativo

Bachiller\_\_\_ Tecnológico\_\_\_ Universitario\_\_\_ Posgrado\_\_\_ otro,  
¿cuál?\_\_\_\_\_

- Nivel de ingresos

Entre \$300.000 y \$500.000\_\_\_ Entre \$500.001 y \$700.000\_\_\_  
Entre \$700.001 y \$ 1'000.000\_\_\_ Entre \$1'000.000 \_\_\_ y \$1'500.000

1. ¿Suele comprar **normalmente** algún tipo de bisutería y/ o accesorios? Si (continúe)\_\_\_ No (pase a la # 10 )\_\_\_

2. ¿Tiene alguna marca en especial?

Si\_\_\_\_\_ (¿Cuál?)\_\_\_\_\_ No\_\_\_\_\_

3. ¿En qué material prefiere la bisutería que acostumbra a comprar?

Metal común\_\_\_ Con baño en plata \_\_\_ Oro Golfi

Plástico\_\_\_ tagua\_\_\_ Semillas\_\_\_

¿Conoce el tipo de semillas? Si\_\_\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_ No\_\_\_\_\_

4. ¿Cual forma es su preferida para las piedras o cuentas de la bisutería que compra?

Redonda\_\_\_\_\_ Cuadrada\_\_\_\_\_ Ovalada\_\_\_\_\_ Romboidal \_\_\_\_\_  
Asimétrica\_\_\_\_\_

5. ¿Qué clase de bisutería utiliza?

Formal\_\_\_\_\_ Informal \_\_\_\_\_ Elegante \_\_\_\_\_

6. ¿Dónde compra la bisutería? (Por favor escriba el nombre del establecimiento)

\_\_\_\_\_

7. ¿Con que frecuencia compra bisutería?

Cada mes\_\_\_\_\_ Cada 2 meses\_\_\_\_\_ Otra

¿Cuál?\_\_\_\_\_

8. ¿Qué cantidades compra de cada uno de las siguientes clases de bisutería y a que precio?

Accesorio	Cantidad	Precio
Camándulas		
Denarios		
collares		
Aretes		
Pulseras		

9. ¿Ha tenido inconvenientes con la bisutería que compra?

Si\_\_\_\_\_ No\_\_\_\_\_

10. ¿Compraría bisutería y accesorios elaborados en semillas y fibras naturales de la región como las Lágrimas de San Pedro, Pionías, Platanillo, totumo entre otras?

Si\_\_\_\_\_ No\_\_\_\_\_



Pionías



Lágrima de San Pedro



Totumo

11. ¿Cuáles de los siguientes artículos de bisutería en semillas compraría?(demostración física)

- Camándulas\_\_\_\_\_



\$10.000\_\_\_\_\_ \$13.000\_\_\_\_\_ \$18.000\_\_\_\_\_

Café\_\_\_\_\_ Negro\_\_\_\_\_ Gris\_\_\_\_\_ Rojo\_\_\_\_\_

▪ Denarios



\$6.000 \_\_\_\_\_ \$8.000 \_\_\_\_\_ \$10.000 \_\_\_\_\_  
 Café \_\_\_\_\_ Negro \_\_\_\_\_ Gris \_\_\_\_\_

▪ Collares



Diseño1. \_\_\_\_\_ 2. \_\_\_\_\_ 3. \_\_\_\_\_

Café \_\_\_\_\_ Negro \_\_\_\_\_ Gris \_\_\_\_\_ Rojo \_\_\_\_\_

\$15.000 \_\_\_\_\_ \$10.000 \_\_\_\_\_ \$8.000 \_\_\_\_\_

▪ **Aretes**



Diseño 1. \_\_\_\_\_ 2. \_\_\_\_\_ 3. \_\_\_\_\_

\$10.000 \_\_\_\_\_ \$8.000 \_\_\_\_\_ \$5.000 \_\_\_\_\_

Café \_\_\_\_\_ Negro \_\_\_\_\_ Gris \_\_\_\_\_ Rojo \_\_\_\_\_

▪ **Pulseras**



Diseño 1. \_\_\_\_\_ 2. \_\_\_\_\_ 3. \_\_\_\_\_

Café \_\_\_\_\_ Negro \_\_\_\_\_ Gris \_\_\_\_\_ Rojo \_\_\_\_\_

\$4.000 \_\_\_\_\_ \$6.000 \_\_\_\_\_ \$8.000 \_\_\_\_\_

**12.** ¿Qué características tiene en cuenta para adquirir bisutería y accesorios en semillas y fibras naturales?

Diseños innovadores \_\_\_\_\_ Materiales empleados \_\_\_\_\_ Colores llamativos \_\_\_\_\_ tamaños \_\_\_\_\_

**13.** ¿Cuál o cuáles son los colores preferidos por usted para la bisutería

Negro \_\_\_\_\_ Rojo \_\_\_\_\_ Verde \_\_\_\_\_ Azul \_\_\_\_\_ Gris \_\_\_\_\_  
Naranja/ Ocres \_\_\_\_\_ Morado \_\_\_\_\_



## ANEXO G.

### ENCUESTA DIRIGIDA LA OFERTA UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER

ESTUDIO DEL SECTOR DE LA BISUTERIA Y ACCESORIOS ARTESANALES  
Sr. /Sra.: Somos estudiantes de VIII Semestre de Gestión Empresarial de la UIS en la actualidad estamos realizando un estudio a 15 almacenes que ofrecen bisutería y accesorios en los municipios de Barbosa, Puente Nacional, Vélez y Monquirá para establecer parámetros que permitan continuar con la investigación sobre el sector de la bisutería y accesorios artesanales, razón por la cual solicitamos su colaboración para que nos responda las siguientes preguntas; el tratamiento de la información será confidencial.

1. ¿Cuáles de los siguientes artículos de bisutería vende en su establecimiento?

2.

Camándulas\_\_\_\_\_ collares\_\_\_\_\_ Aretes\_\_\_\_\_ Pulseras\_\_\_\_\_ otros  
(¿Cuáles?)\_\_\_\_\_

3. ¿De las siguientes clases de accesorios que cantidad vende mensualmente?

Accesorio	Cantidad (docenas)
Camándulas	
collares	
Denarios	
Aretes	
Pulseras	

4. ¿Cuál es el precio promedio de VENTA de los accesorios y bisutería que ofrece su establecimiento?

Denarios	Camándulas	Collares	Aretes	Pulseras
Entre \$3.000 y \$5.000___	Entre \$10.000 y \$13.000___	Entre \$10.000 y \$13.000___	Entre \$3.000 y \$4.000___	Entre \$3.000 y \$4.000___
Entre \$6.000 y \$8.000___	Entre \$14.000 y \$16.000___	Entre \$14.000 y \$16.000___	Entre \$5.000 y \$6.000___	Entre \$5.000 y \$7.000___
Entre \$9.000 y \$10.000___	Entre \$17.000 y \$20.000___	Entre \$17.000 y \$20.000___	Entre \$7.000 y \$8.000___	Entre \$8.000 y \$10.000___

5. ¿Cuáles son los materiales más solicitados por los compradores?

Metal común\_\_\_\_\_ Con baño en plata \_\_\_\_\_ Oro Golfi

Plástico\_\_\_\_\_ tagua\_\_\_\_\_ Semillas\_\_\_\_\_

¿Conoce el tipo de semillas? Si\_\_\_\_\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_ No\_\_\_\_\_

6. ¿Cuáles de los siguientes aspectos tiene en cuenta el momento de elegir al proveedor? (1 sola respuesta).

Diseño y variedad \_\_\_\_\_ Puntualidad en la entrega \_\_\_\_\_ precio\_\_\_\_\_ calidad \_\_\_\_\_ servicio postventa\_\_\_\_\_

7. ¿Cuál es la forma de pago que utilizan sus clientes?

Contado\_\_\_\_\_ crédito\_\_\_\_\_ (a cuánto tiempo) \_\_\_\_\_

8. ¿Cuál es el margen de utilidad que usted tiene en las ventas?

\_\_\_\_\_ %

8. ¿En cuánto (%) se han incrementado las ventas de bisutería en el último año?

\_\_\_\_\_ %

ANEXO H.

COTIZACIONES

**FACTURA**

**arasmuebles** muebles en su momento

Colombia  
Calle 54 No. 26 - 29  
045 52 21  
070 10 00  
Calle 113 No. 18-49  
002 339 63 98  
www.arasmuebles.com

FECHA 11-05-2010  
NIT 80.92.014-2

NOMBRE *Joya y Naturaleza LTDA*  
DIRECCION *Cra 3ra Barbosa*

CANT	DESCRIPCION	VALOR
3	Escritorio Madera.	\$ 150.000 <i>46</i>
2	Estantes Madera	\$ 200.000 = <i>70</i>
3	Sillas Giratorias Neumáticas	\$ 80.000 = <i>46</i>
4	Góndolas, rimax - sillas.	\$ 50.000 = <i>46</i>
<b>TOTAL:</b>		

ARAS MUEBLES S.A.S. inscrita en el Registro Único de Contribuyentes con NIT 80.92.014-2. Calle No. 5 de 2008 de Sur de Bogotá D.C. Oficina: Límite - DIFUSIÓN Comercial

**arasmuebles**  
muebles en su momento

**SisteCo**

CI 35 # 17-77 Of 1206  
Bucaramanga, Santander  
Teléfono(s) : (57) (7) 6705426  
(57) (7) 6705425

DIA 15 MES 05 AÑO 2010  
NIT 80.92.014-2

Se cotiza para *Joya y Naturaleza LTDA*  
Dirección *BARBOSA*

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Total
4	PC / INTEL I3 4GB, tel. Novus (IVA)		1.000.000 =
2	IMPRESORAS HP DESKJET S920 (IVA)		400.000 =
1	TELEFAX PHS.		250.000 =
<b>TOTAL G</b>			

VELOCIDAD S.A.S. inscrita en el Registro Único de Contribuyentes con NIT 80.92.014-2. Calle No. 5 de 2008 de Sur de Bogotá D.C. Oficina: Límite - DIFUSIÓN Comercial

ARAS MUEBLES S.A.S. inscrita en el Registro Único de Contribuyentes con NIT 80.92.014-2. Calle No. 5 de 2008 de Sur de Bogotá D.C. Oficina: Límite - DIFUSIÓN Comercial



**MUNDIAL DE TORNILLOS S.A**  
Tornillería de Calidad con Reconocimiento Mundial!

**Dirección:** Cr 22 No 19-63 Bogotá D.C.

Cotización

Concepto	Referencia	Cantidad	Precio *unitario	Precio Total
Motor tul	Lkw400	2	\$80.000	\$160.000
Piro grabador	Vm200	1	\$80.000	
Pinzas	Alicates de acero 4,5"			
Puntas planas		2	\$12.000	\$24.000
Puntas para cadena		2	\$12.000	\$24.000
Puntas redondas		2	\$12.000	\$24.000
Taladro	Tv234	1	\$200.000	\$200.000
prensa	Rw123	2	\$50.000	\$100.000
Total cotización *IVA incluido				\$588.000

# ANEXO I.

## REGISTRO DE DOMINIO



Página Inicio Mapa Nosotros Contáctenos Mis Marcas Mis Dominios

### Resultados de Búsqueda

Por favor, seleccione los nombres de los Dominios y el número de años que desea registrar

DOMINIO	ESTADO	AÑOS	PRECIO *
<input checked="" type="checkbox"/> joyaynaturaleza.com.co	DISPONIBLE	1	\$ 38
<input checked="" type="checkbox"/> joyaynaturaleza.net.co	DISPONIBLE	1	\$ 38
<input checked="" type="checkbox"/> joyaynaturaleza.nom.co	DISPONIBLE	1	\$ 38
<input checked="" type="checkbox"/> joyaynaturaleza.co	DISPONIBLE	1	\$ 38
<b>Total:</b>			<b>\$ 152</b>

\* Obtenga descuentos al incrementar el período a 5 o más años

[Inicie una nueva búsqueda](#)

**Total: \$ 152**  
Precios en U.S. Dólares

[Continuar](#)

Selección Dominio  
Información de Dominio  
Carro de Compras  
Pago  
Recibo

ICANN Accredited | Términos de uso | Políticas de Privacidad  
Copyright © 2001-2010 Marcaria.com Corp.

VeriSign  
ACREDITED BUSINESS