

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE  
ACCESORIOS PARA MUJER



DIANA CAROLINA GALAN MONSALVE

Informe final de investigación presentado como requisito para título de  
Especialista en Gerencia de Proyectos.

DIRECTOR

CARLOS SALCEDO PEREZ

## NOTAS

---

---

---

---

## Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN .....	8
1.RESUMEN EJECUTIVO.....	9
2.OBJETIVOS.....	9
2.1 OBJETIVO GENERAL.....	9
2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	9
3. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS .....	10
3.1 ANÁLISIS DEL SECTOR BISUTERIA EN COLOMBIA.....	10
3.1.1 EXPORTACIONES.....	12
3.1.2 PROBLEMÁTICA DEL SECTOR DE LA JOYERIA EN COLOMBIA:.....	14
3.1.3 FORTALEZAS DEL SECTOR DE LA JOYERIA EN COLOMBIA:.....	14
3.2 ESTUDIO DE MERCADO .....	15
3.2.1 RESULTADOS DE ENCUESTA.....	15
3.2.1 CONCLUSIONES DE LA ENCUESTA.....	23
3.3 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA .....	25
3.4 ESTRATEGIA DE PRODUCTO .....	26
3.5 ESTRATEGIA DE PRECIO.....	26
3.5 ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN.....	27
3.6 ESTRATEGIAS DE PLAZA.....	28
4. ESTUDIO TÉCNICO .....	28
4.1 DIAGRAMA DE FLUJO PROCESO DE PRODUCCIÓN .....	28
4.2 MANO DE OBRA .....	29
4.3 PLANO DEL NEGOCIO .....	31
4.4 ASPECTOS LEGALES. ....	32
4.4.1 CONSTITUCION DE UNA SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA S.A.S.....	32
4.5.2 CARACTERÍSTICAS:.....	32
4.4.3 CUÁLES SON LOS REQUISITOS PARA CONSTITUIR UNA S.A.S DE CONFORMIDAD CON LA LEY 1258 DE 2008? .....	33
4.5 PASOS PARA CREAR LA EMPRESA. ....	34
4.6 IMPUESTOS A PAGAR O DECLARAR. ....	35
4.7 ORGANIGRAMA.....	36
4.8 ANALISIS FINANCIERO .....	36

4.8.1 INVERSION INICIAL .....	36
4.8.2 PROYECCION DE VENTAS .....	37
4.8.4 COSTOS MENSUALES.....	38
4.8.5 BALANCE GENERAL INICIAL Y AL FINAL DEL PRIMER AÑO DE OPERACIONES.....	39
4.8.6 ESTADO DE RESULTADOS AL TÉRMINO DEL PRIMER AÑO DE OPERACIONES .....	40
4.8.7 FLUJO DE CAJA AL TÉRMINO DEL PRIMER AÑO DE OPERACIONES.....	41
4.8.8 CRITERIOS DE DECISIÓN: TIR Y VAN .....	42
5. CONCLUSIONES .....	42
REFERENCIAS.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
ANEXOS .....	45

## LISTADO DE FIGURAS

Figura 1. Clasificación del sector de la joyería en Colombia .....	9
Figura 2. Almacenes de accesorios en Colombia.....	10
Figura 3. Países destino de exportaciones de bisutería y joyería en Colombia	11
Figura 4. Países destino de exportaciones de bisutería y joyería en Colombia	12
Figura 5. Edad de las encuestados.....	14
Figura 6. Estrato Social de las encuestadas.....	15
Figura 7: Ocupación.....	15
Figura 8: Primeras marcas de recordación de bisutería.....	16
Figura 9: Lugar de compra de los accesorios.....	16
Figura 10: Frecuencia en la adquisición de accesorios.....	17
Figura 11: Promedio de inversión en una compra de accesorios .....	18
Figura 12: Medio de preferencia para recepción de información .....	19
Figura 13: Materiales de preferencia en los accesorios.....	19
Figura 14: Accesorios más comprados.....	19
Figura 15: Razón principal para adquirir accesorios.....	19
Figura 16: Factores que debe tener un accesorio para comprarlo .....	20
Figura 17: En la búsqueda de un lugar para la compra de un accesorio que factores son importantes.....	20
Figura 18: Iniciativa para realizar una compra de accesorios .....	21
Figura 19: Opinión sobre el mercado de accesorios en Colombia .....	21
Figura 20: Preferencias sobre la procedencia del accesorio .....	22
Figura 21: Preferencia en los diseños de los accesorios.....	22
Figura 22: Diagrama de Flujo proceso de producción .....	27
Figura 23: Plano del Negocio.....	30
Figura 24: Organigrama.....	35

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Ficha técnica de la encuesta.....	14
Tabla 2: DOFA del sector.....	24
Tabla 3: Plan de Inversión Inicial.....	36
Tabla 4: Proyección de ventas .....	37
Tabla 5: Plan de Inversión Inicial.....	38
Tabla 6: Balance General Inicial y al final del primer año de operación.....	38
Tabla 7: Estado de Resultados primer año .....	39
Tabla 8: Estado de Resultados primer año .....	39
Tabla 9: Criterios de decisión .....	40

## ANEXOS

Anexo 1. Encuesta .....	45
-------------------------	----

## INTRODUCCIÓN

El buen momento por el que está atravesando Colombia, le ha permitido al Gobierno Nacional generar oportunidades para la creación de medianas y pequeñas empresas, permitiéndoles consolidarse a través de las entidades financieras que apoyen estos proyectos económicamente. Esta situación económica ha permitido además el ingreso al país de marcas altamente reconocidas en el mundo de la moda lo cual ha ampliado la demanda de este sector en Colombia.

La incursión de estas marcas internacionales han ampliado los horizontes del consumidor de moda del común, permitiéndole al consumidor ser más exigente en el momento de la compra, obligando a los empresarios colombianos a realizar diseños guiados en tendencias mundiales para poder suplir las necesidades de sus clientes.

Por lo anterior se ve la necesidad de crear una microempresa de diseño, elaboración y venta de accesorios a la vanguardia de la moda en la Ciudad de Bogotá.

En el presente trabajo se desarrollan todos los pasos para el estudio de factibilidad de una empresa de accesorios para dama, con el fin de analizar todas las variables que podrían llevar al éxito o fracaso de este negocio.



## **1. RESUMEN EJECUTIVO**

El presente proyecto permite ver el estudio de factibilidad para la creación de una empresa de diseño, producción y venta de accesorios en internet para mujeres de estratos 3, 4 y 5 en la ciudad de Bogotá.

En la ejecución se realizó un estudio de mercado que permitió analizar el sector y por medio de la aplicación de encuestas se determinaron las preferencias de las mujeres en: materiales, diseño, calidad, lugar de compra y medio por el que les gustaría recibir información del producto. Este estudio también permitió analizar la competencia en cuanto a las debilidades y fortalezas que presentan.

La empresa a crearse operará a la ciudad de Bogotá e iniciará operaciones en el año 2013.

Las variables financieras proyectadas muestran un proyecto rentable, con una Tasa Interna de Retorno de 52,22% y un Valor Actual Neto de 7.299.926.

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1 OBJETIVO GENERAL**

Realizar un estudio de factibilidad para el diseño, fabricación y venta de una empresa de accesorios para mujer.

### **2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Determinar mercado potencial de las líneas de servicio.
- Determinar las condiciones necesarias para la creación y operación de la empresa.
- Definir estrategias diferenciadoras y competitivas.
- Identificar y analizar las oportunidades y amenazas del sector.

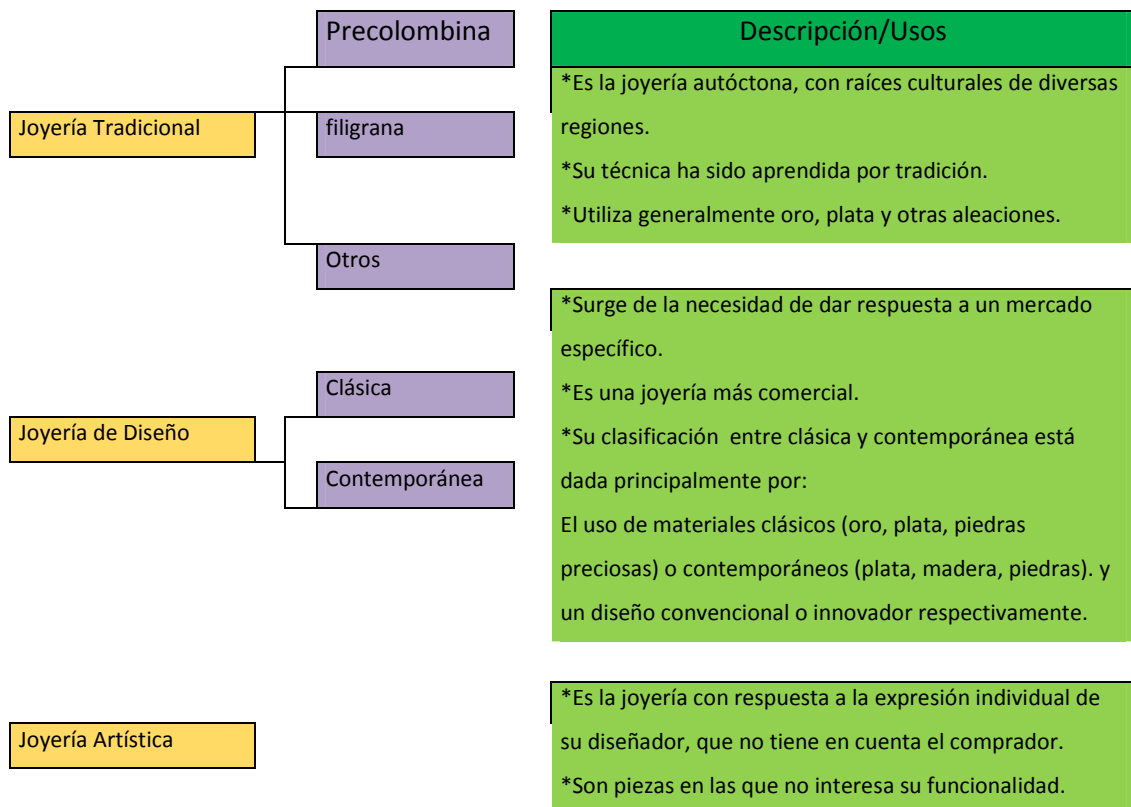
- Investigar los requerimientos legales para la ejecución del negocio.
- Realizar un estudio financiero que mida variabilidad económica de la empresa.

### 3. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

#### 3.1 ANÁLISIS DEL SECTOR BISUTERIA EN COLOMBIA

Los accesorios se encuentran en las actividades de bisutería y pertenecen a la industria de la manufactura en la especialidad de joyería y otros.

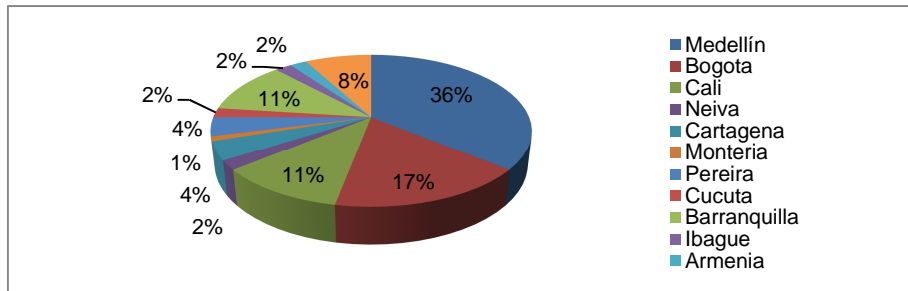
**Figura 1. Clasificación del sector de la joyería en Colombia**



Fuente: Joyería y bisutería en Colombia, Legiscomex, Agosto 2007

Como muestra la Figura 1, la bisutería se divide en tres grandes ramas, la tradicional, de diseño y artística.

**Figura 2. Almacenes de accesorios en Colombia.**



Fuente: (Adriana Vergel, Melisa Vives, 2008)

Como se observa en la Figura 2, Medellín es la ciudad del país con mayor número de tiendas de bisutería, seguida por Bogotá, Barranquilla y Cali.

A nivel mundial, Colombia aporta el 0.7% del total de exportación de Joyería y Bisutería. (Colombia ya, 2012). Entre las organizaciones encargadas de apoyar el sector de la joyería en Colombia se encuentran:

- Artesanías de Colombia S.A.
- SENA.
- Asoarjoyeros.
- Asjoyería Bogotá.
- Fedojoyas.
- Centro de Desarrollo Productivo o CDP.
- Asociación de Joyeros y orfebres de Santa dé de Antioquia.

### Joyería Y bisutería

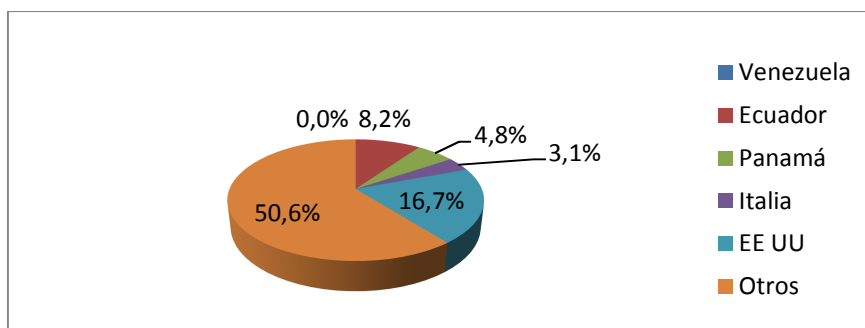
El mercado mundial de la joyería es de USD72.00m millones, de los cuales Colombia aporta alrededor de USD 19 millones de artículos de joyería y

bisutería (Legiscomex, Agosto 2007). Estas joyas llevan incrustaciones de piedras preciosas y semipreciosas como zafiros, rubíes, diamantes, amatistas, ágatas y perlas, entre otras según Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) y cálculos de Proexport.

La joyería en Colombia se puede clasificar en dos grandes tipos: el primero es la joyería típica, la cual se puede encontrar en Ciudades como Monpox, Bolívar, Nariño y Santa Fe de Antioquia, y en segundo lugar, la joyería vanguardista, la cual se puede encontrar en las principales ciudades como Bogotá y Medellín donde están elaborando diseños con las últimas tendencias de la moda mundial (Mebu, 2011).

### 3.1.1 EXPORTACIONES

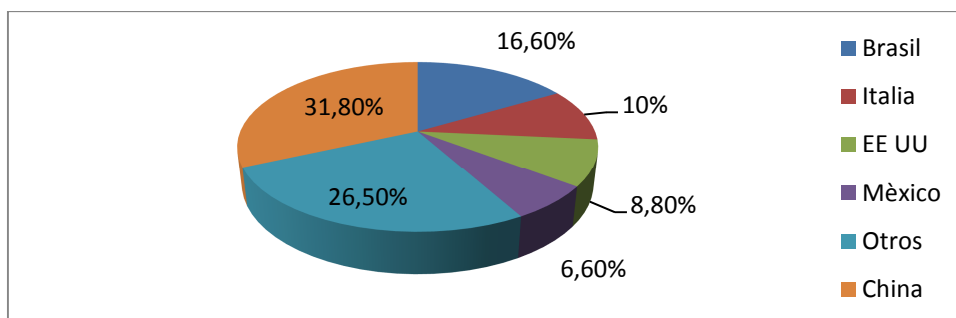
**Figura 1. Países destino de exportaciones de bisutería y joyería en Colombia**



Fuente: (DANE-Cálculos Legiscomex)

Los países destino de las exportaciones de joyería y bisutería son: Estados Unidos, Ecuador, Panamá, Italia y otros.

**Figura 4. Países destino de exportaciones de bisutería y joyería en Colombia**



Fuente: (DANE-Cálculos Legiscomex)

Países proveedores de la importaciones Colombianas de joyería y bisutería: Italia (10%), Estados Unidos de América (8,8%), México (6,6%), Brasil (16,6%), China(31,8%), otros (26,5%).

Instituciones comprometidas con el apoyo para la exportación de los accesorios en Colombia:

- Cámara de Comercio.
- Fiducoldex.
- Bancoldex.
- Fenalco.
- Minercol.
- Proexport Colombia.

Una de las mayores oportunidades para las empresas colombianas está en Estados Unidos, según un artículo de la revista Latinpyme. Entre los principales competidores están India, China, Tailandia, Italia y Francia, países que más exportan joyas en el mundo.

### 3.1.2 PROBLEMÁTICA DEL SECTOR DE LA JOYERIA EN COLOMBIA:

- ✓ Exportación de oro y piedras preciosas en bruto, para después ingresarlas al país ya trabajadas con costos altos.
- ✓ No se cuenta con diseños innovadores en los productos.
- ✓ No existe en Colombia tecnología de punta para la elaboración de Joyas que permita acceder a mercados internacionales, siguiendo con la elaboración de joyas artesanales lo cual acarrea más costos y tiempo.
- ✓ La inseguridad del entorno ha hecho que se opte por comprar joyas económicas.
- ✓ El sector Joyero se encuentra catalogado como un sector de alto riesgo y se ha visto afectado en la solicitud de préstamos.

### 3.1.3 FORTALEZAS DEL SECTOR DE LA JOYERIA EN COLOMBIA:

- ✓ Diseños vanguardistas con nuevos materiales, colores, formas, tamaños, texturas lo que daría una amplia y atractiva variedad de productos puestos al alcance de las manos, tanto al productor, como al consumidor final.
- ✓ Tradición artesanal, joyera y orfebre.
- ✓ Bajos costos de la mano de obra.
- ✓ Disponibilidad de materia prima en el país.
- ✓ Entidades que apoyan al sector.
- ✓ Variedad de materiales para producir.

Al realizar el análisis del sector de la bisutería y joyería en Colombia se puede concluir que se cuenta con insumos, materia prima y mano de obra económica, así como una buena accesibilidad al mercado

### 3.2 ESTUDIO DE MERCADO

Para conocer mejor el mercado, se diseñó y aplicó una encuesta por Internet a 92 mujeres entre 15 a 65 años de edad.

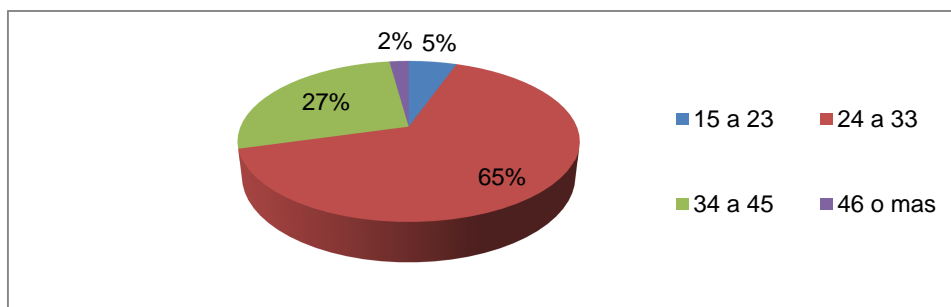
**Tabla 1: Ficha técnica de la encuesta**

<b>Población estudiada</b>	Mujeres de la ciudad de Bogotá entre 15 y 65 años
<b>Tamaño de la muestra</b>	92 mujeres
<b>Forma de recolección</b>	Por Internet
<b>Fecha de aplicación</b>	Entre el 24/04/2013 al 17/05/2012.
<b>Margen de error</b>	5%

Fuente: La autora

#### 3.2.1 RESULTADOS DE ENCUESTA

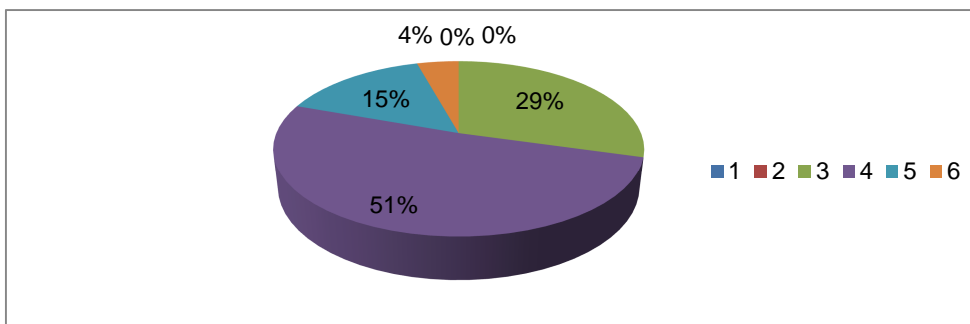
**Figura 5. Edad de las encuestados**



Fuente: La autora

De la encuesta realizada a 92 mujeres en la Ciudad de Bogotá, el 65% se encuentra de 24 a 33 años, el 27% de 34 a 45 años y el 5% de 15 a 23 años.

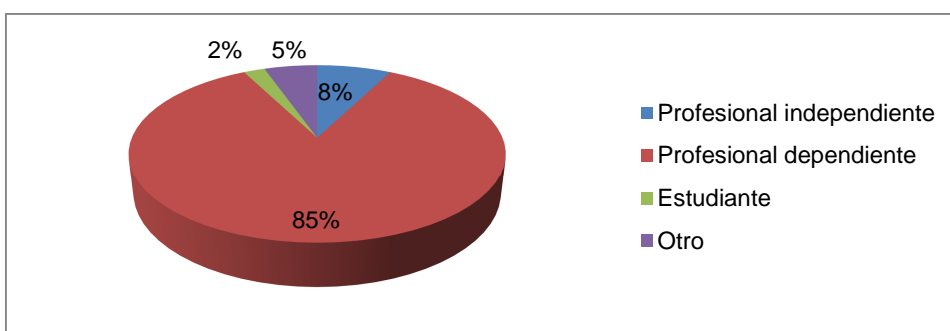
**Figura 6. Estrato Social de las encuestadas**



Fuente: La autora

De las encuestadas, el 51% pertenecen al estrato 4, el 29% al estrato 3, un 15% al estrato 5 y un 4% de estrato 6.

**Figura 7: Ocupación**

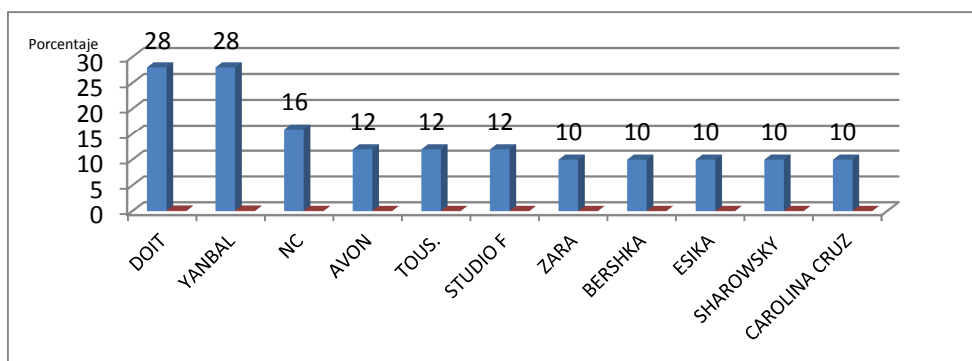


Fuente: La autora

La encuesta refleja que el 85% de las encuestadas son profesionales dependientes y el 8% independientes.



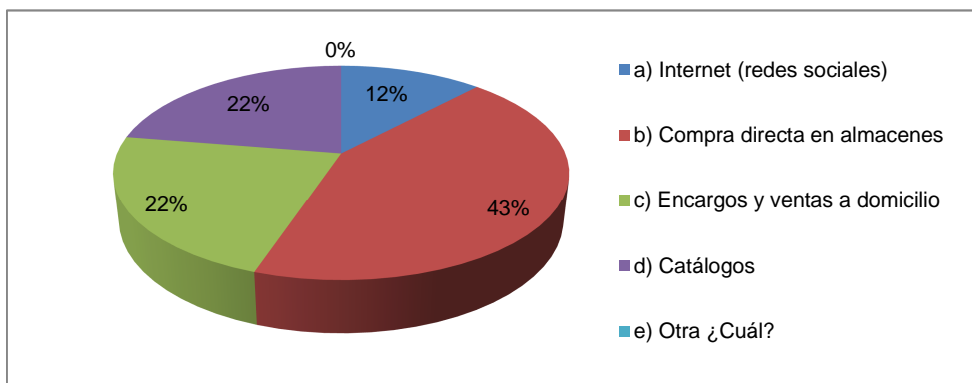
**Figura 8: Primeras marcas de recordación de bisutería**



Fuente: La autora

En la encuesta se observa que las marcas más recordadas son: DIOT y Yanbal con un 28%, seguidas de Avon, Tous y Studio F con un 12%. Un 16% de las encuestadas manifestó no conocer ninguna marca de bisutería.

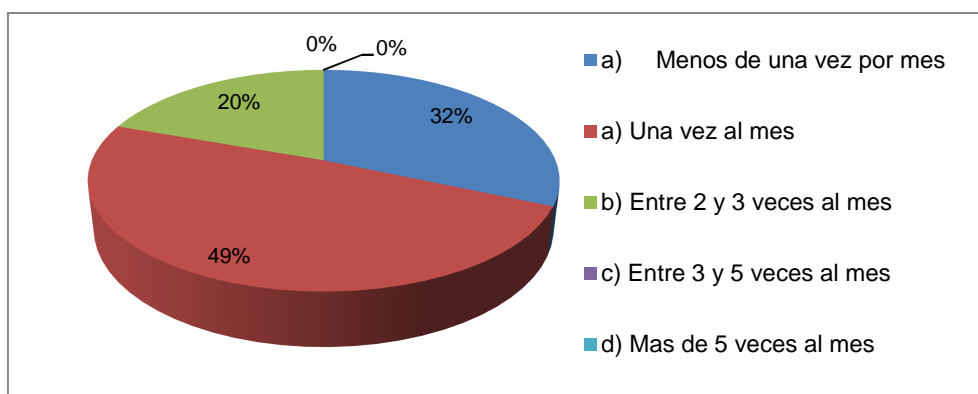
**Figura 9: Lugar de compra de los accesorios**



Fuente: La autora

De las encuestadas, el 43% compran accesorios en almacenes, el 22% por catálogos, encargos y ventas a domicilio, teniendo por ultimo un 12% de compras por internet.

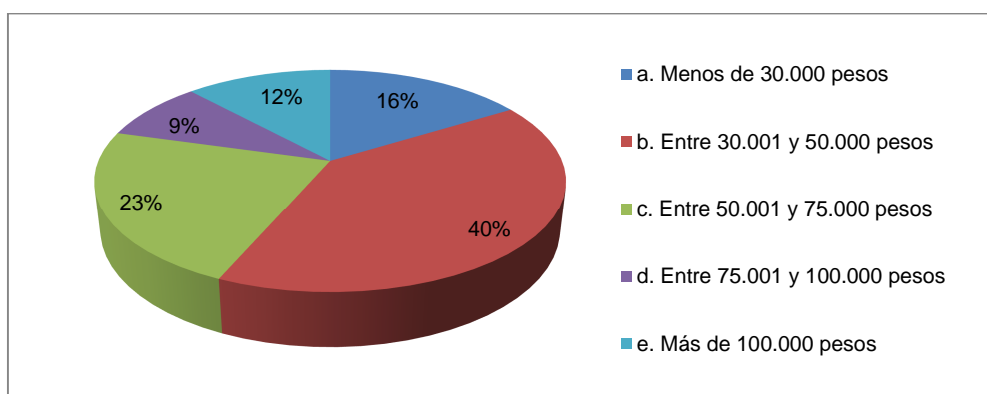
**Figura 10: Frecuencia en la adquisición de accesorios**



Fuente: La autora

De la encuesta aplicada se puede inferir que el 49% de las mujeres encuestadas compran accesorios una vez al mes, el 32% menos de una vez por mes y el 20% entre 2 y 3 veces al mes.

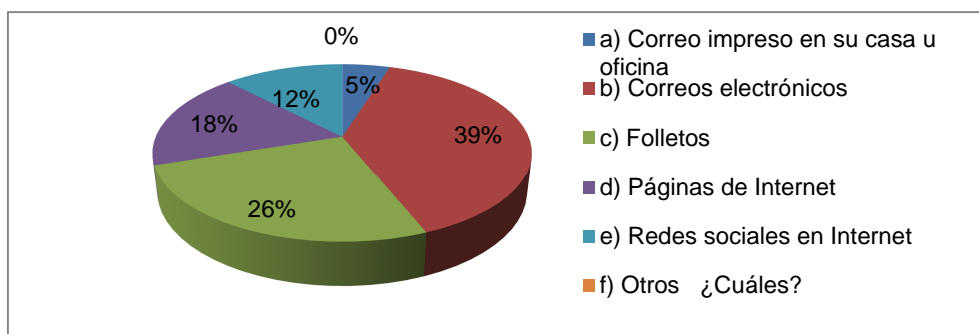
**Figura 11: Promedio de inversión en una compra de accesorios**



Fuente: La autora

El 40% de las mujeres encuestadas invierten en una compra entre 30.001 y 50.000 pesos, el 23% de las mujeres entre 50.001 y 75.000 pesos, el 16% menos de 30.000 pesos y el 12% más de 100.000 pesos.

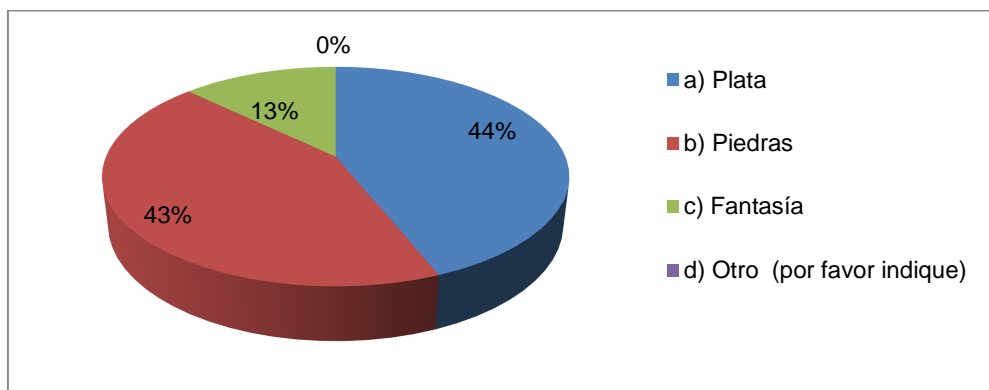
**Figura 12: Medio de preferencia para recepción de información**



Fuente: La autora

La encuesta arrojó que los medios por los cuales a las encuestadas les gustaría recibir información sobre accesorios son: correos electrónicos a un 39%, folletos a un 26%, páginas de internet a un 18% y finalmente redes sociales a un 12%.

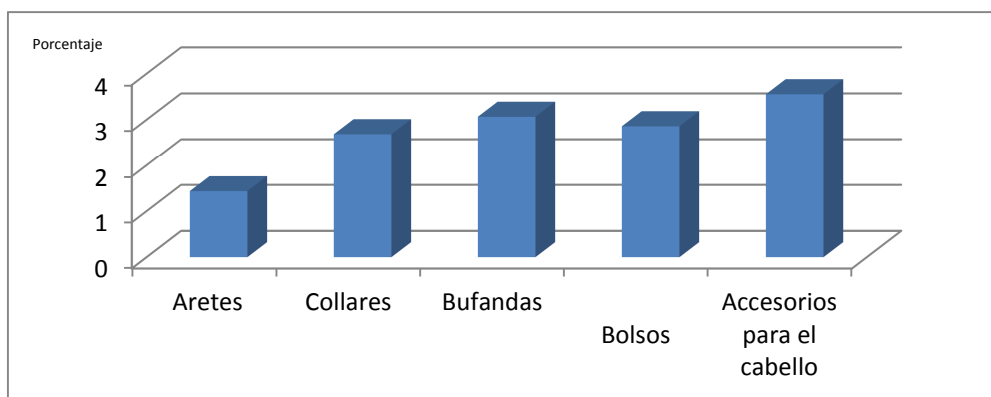
**Figura 13: Materiales de preferencia en los accesorios.**



Fuente: La autora

De la encuesta se puede inferir que los materiales de preferencia en los accesorios para las mujeres encuestadas son en un 44% la plata, 43% las piedras y el 13% la fantasía. En otros materiales describieron el oro.

**Figura 14: Accesorios más comprados**

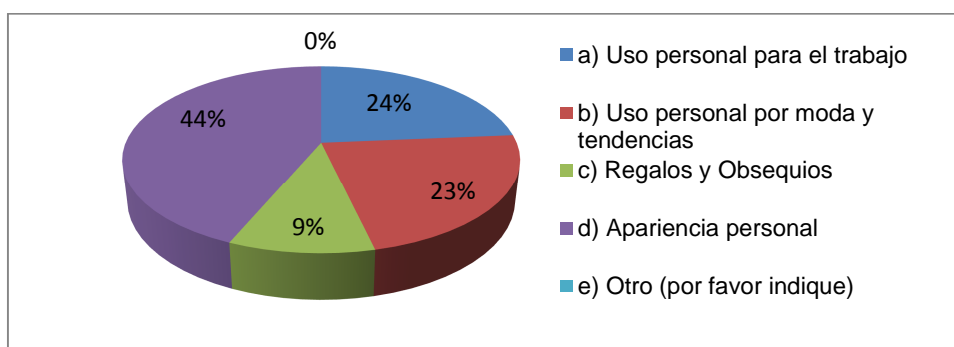


Fuente: La autora

En la encuesta se pidió a las encuestadas que marcaran de 1 a 5, siendo 1 el más y 5 el menos comprado, los accesorios de mayor compra.

En el estudio se puede inferir que las mujeres tienen mayor inclinación en el momento de la compra por los aretes; en un segundo, tercero y cuarto lugar, aunque con cifras muy similares aparecen los collares, seguidos de las bufandas y los bolsos; finalmente, los accesorios para el cabello son los accesorios que las mujeres manifestaron que compran menos.

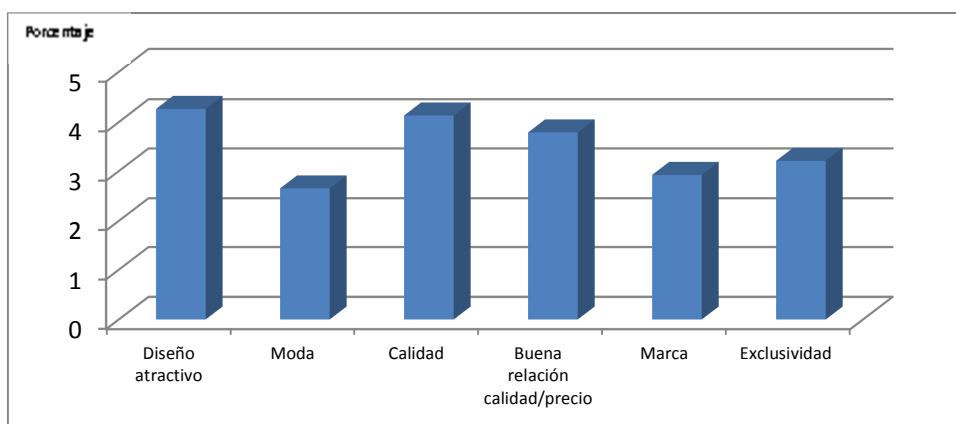
**Figura 15: Razón principal para adquirir accesorios.**



Fuente: La autora

La encuesta arrojó que las principales razones para adquirir los accesorios para las encuestadas son: apariencia personal con un 44% uso personal para el trabajo con un 24%, uso por moda con un 23% y finalmente para regalos u obsequios con un 9%.

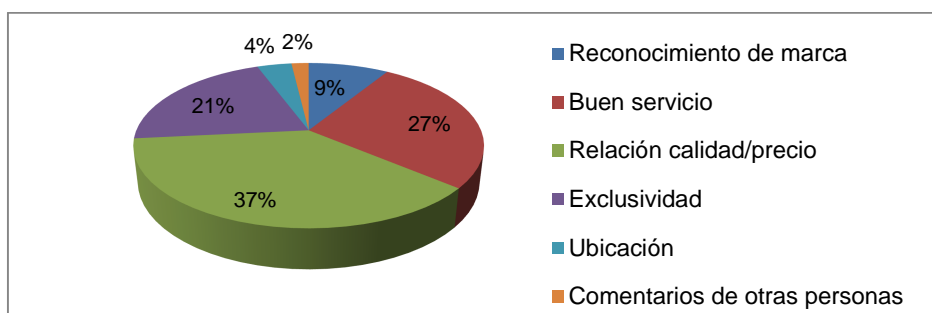
**Figura 16: Factores que debe tener un accesorio para comprarlo**



Fuente: La autora

El factor más importante para las mujeres a la hora de la compra de un accesorio es el diseño, que debe ser atractivo. En segundo lugar se encuentra la calidad. Cabe destacar que la moda y la marca fueron las cualidades menos importantes para las mujeres a la hora de comprar accesorios.

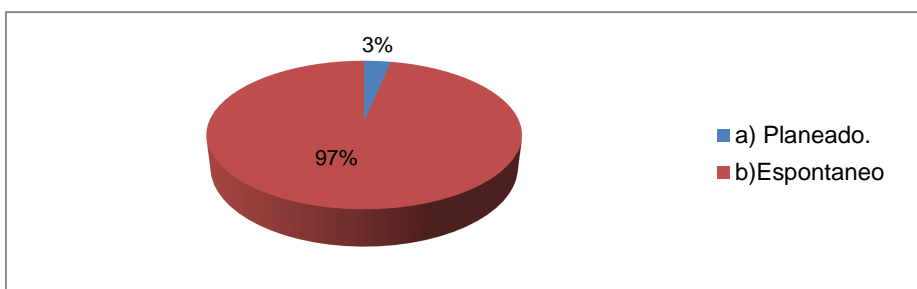
**Figura 17: En la búsqueda de un lugar para la compra de un accesorio que factores son importantes.**



Fuente: La autora

Las mujeres encuestadas reflejaron que los factores importantes en la compra de un accesorio son: relación calidad/precio (37%), buen servicio (27%), exclusividad (21%) y reconocimiento de marca (9%).

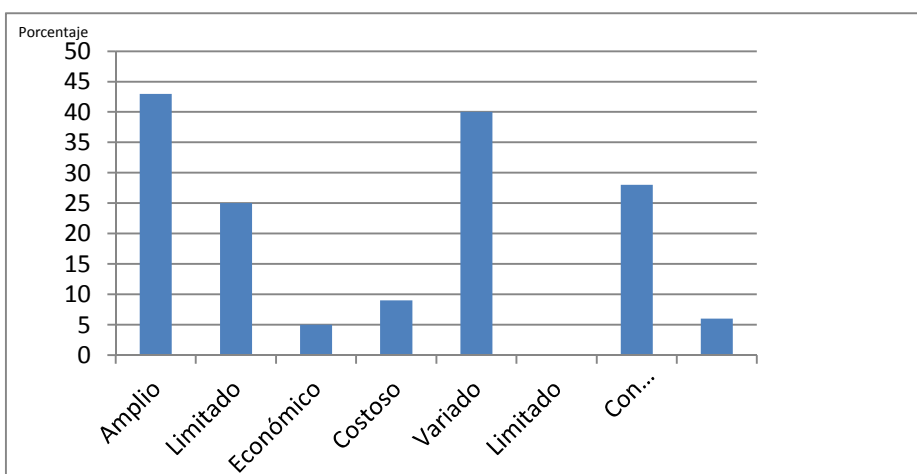
**Figura 18: Iniciativa para realizar una compra de accesorios**



Fuente: La autora

En la encuesta se evidencio que el 97% de las mujeres realizan la compra espontáneamente y el 3% de forma planeada.

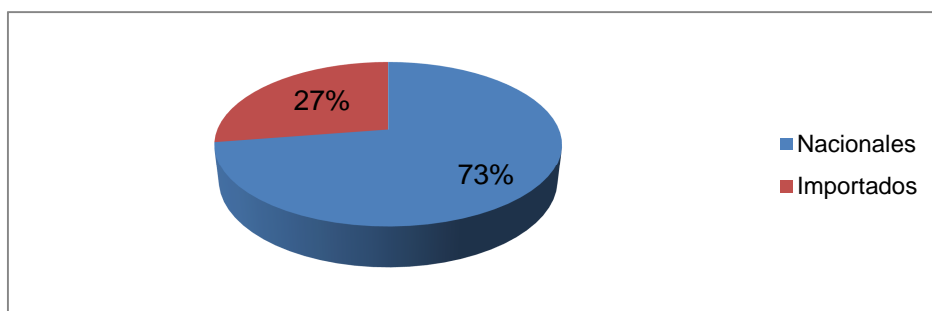
**Figura 19: Opinión sobre el mercado de accesorios en Colombia**



Fuente: La autora

Las mujeres encuestadas opinaron que en mercado en Colombia es: amplio (28%), variado(26%), con diseños atractivos (18%), limitado (16%), costoso (6%), sin diseños atractivos (4%) y económicos(3%).

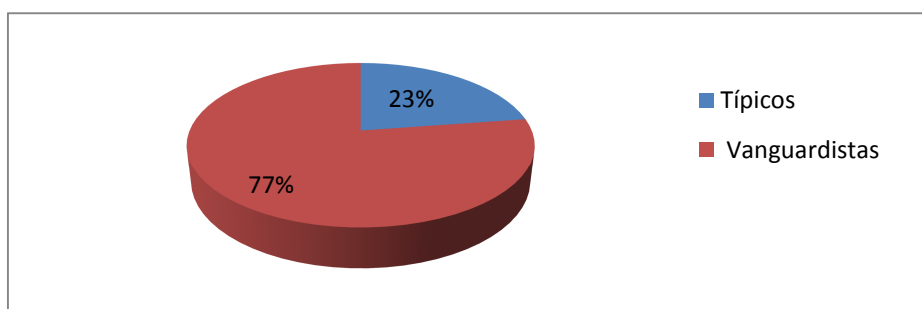
**Figura 20: Preferencias sobre la procedencia del accesorio**



Fuente: La autora

En la encuesta aplicada se evidencia que el 73% de las encuestadas prefieren los accesorios nacionales y el 27% los importados.

**Figura 21: Preferencia en los diseños de los accesorios**



Fuente: La autora

La encuesta arroja que el 77% de las mujeres encuestadas prefieren los accesorios con diseños vanguardistas y el 23% con diseños típicos.

### 3.2.1 CONCLUSIONES DE LA ENCUESTA

-La compra de accesorios es impulsiva en el 97% de los casos. Tras analizar los resultados obtenidos, se puede inferir que el lugar de compra favorito son los almacenes (43%), con posibilidad de ampliar las ventas por catálogos a domicilio o por correos electrónicos.

-Para el envío de información referente a la publicidad de productos y promociones de la empresa el medio preferido es el correo electrónico en segundo lugar los folletos, en tercer lugar internet y con menos preferencia se ubicaron las páginas de internet y las redes sociales.

-La plata y las piedras fueron los materiales preferidos por las encuestadas. Esta es una característica importante para el diseño y realización de los accesorios. Las piedras preciosas no son una opción para la mayoría de las mujeres cuando se trata de accesorios.

-En el estudio se puede inferir que las mujeres tienen mayor inclinación en el momento de la compra su orden por: aretes, anillos, collares, bolsos, y bufandas.

-La mitad de las mujeres manifiestan comprar sus accesorios por apariencia personal, siguiendo la moda y las tendencias en estos.

-La variable de diseño atractivo es la más importante al momento de comprar un accesorio, seguida por relación calidad/precio.

-Las mujeres determinaron que en Colombia el mercado es amplio y variado, la gran mayoría de las mismas pudieron recordar diferentes marcas de accesorios y tan solo un 16% no recuerda ninguna.

-La preferencia de las mujeres son los accesorios nacionales y vanguardistas buscando la innovación artística en cada producto.

-Existen marcas con cierto grado de recordación como son: DOIT de venta en almacén y Yanbal de venta por catálogo, pero también se observa que la marca no es un factor determinante en la selección de un accesorio debido a que cuando se les pregunta a las mujeres una marca específica de accesorios no la recuerdan fácilmente, aunque las recuerdan. Otro factor que refuerza que la marca no es importante, es que esta característica fue elegida como una de las menos importantes a la hora de comprar accesorios.

-Las marcas más nombradas son de almacenes donde su especialidad es la venta de ropa, pero están tomando la tendencia de venderles a las mujeres accesorios para acompañar la ropa que están adquiriendo.



-En promedio una vez al mes una mujer invierte 52.500 pesos en accesorios.

### 3.3 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

En la competencia no existe en su gran mayoría marcas de recordación por lo que se hace la DOFA del sector.

**Tabla 2: DOFA del sector**

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>*Materia prima Nacional (Oro, Plata, Esmeraldas).</li> <li>*Mano de obra económica.</li> <li>*Gran variedad de precios de venta.</li> <li>*Apoyo a las pequeñas industrias colombianas por medio del Gobierno Nacional</li> <li>*Fuerte posicionamiento del sector artesanal en el mercado nacional.</li> <li>*Alto consumo del producto por parte de las mujeres.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Pocos diseños vanguardistas.</li> <li>*Falta de una agremiación fuerte del sector.</li> <li>*Pocas empresas exportadoras.</li> <li>*Falta de tecnología de punta.</li> <li>*La gran mayoría de los clientes no son fieles a una marca de accesorios.</li> <li>*Escaso crecimiento y tecnología para competir a nivel mundial.</li> </ul>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>*Los almacenes de ropa están iniciando a vender accesorios para acompañar las prendas de las mujeres.</li> <li>*Según Confecamaras el consumo de artículos de Joyería ha ido aumentando en los últimos años.</li> <li>*Tendencia a la innovación de diseños.</li> <li>*Adaptabilidad del producto a las nuevas tendencias.</li> <li>*El Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos facilitará la exportación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Ya se encuentran en Colombia almacenes como Stradivarius donde se consiguen accesorios a la vanguardia de la moda Europea.</li> <li>*Competencia con costos de producción importados similares.</li> <li>*Altas exigencias en controles de calidad para exportación.</li> <li>*Entrada de almacenes de grandes marcas a nivel mundial.</li> </ul>

Fuente: La autora utilizando encuesta y análisis del sector del presente trabajo

### **3.4 ESTRATEGIA DE PRODUCTO**

Según lo analizado en los resultados de las encuestas es muy importante contar con diseños innovadores que vayan a la vanguardia de la moda, para lo anterior se contratara un diseñador que realice diseños creativos basándose en las tendencias de la bisutería a nivel nacional e internacional.

Los productos que se comercializaran serán: aretes, collares, pulseras, bufandas, bolsos y accesorios para el cabello, pero la mayor cantidad de producción según los resultados de la encuesta se debe enfocar en los aretes, pulseras y collares.

Entre los materiales que se usaran para la elaboración de los accesorios se encuentran las piedras como murano, diferentes aleaciones de metales, insumos para bisutería y la plata debido a que según la encuesta se encuentran entre las preferidas por las mujeres.

Los diseños de los accesorios van a estar caracterizados por el uso de tonalidades pasteles como elemento diferenciador de la marca.

El diseño de la etiqueta y empaque de los productos lo realizara un diseñador buscando conservar un estilo exclusivo, delicado y con colores pasteles que serán las características que diferenciaran los productos.

Para el aseguramiento de calidad, los productos se elaboraran en materiales de larga vida que no presenten despigmentaciones rápidas ni deformaciones.

La marca de la empresa se encuentra en estudio buscando poder de recordación y diferenciación del producto.

### **3.5 ESTRATEGIA DE PRECIO**

Según los datos arrojados por la encuesta una mujer invierte 52.500 pesos mensuales en accesorios. Sin embargo, eso es un promedio, y la encuesta igualmente arroja que hay personas que invierten hasta 100.000 pesos en una

sola compra, así como hay personas que invierten 15.000 pesos en una sola compra.

Rango de Precios:

-Aretes: 15.000 a 45.000.

-Collares: 20.000 a 50.000.

-Pulseras: 15.000 a 45.000.

Para el diseño, fabricación y venta de los accesorios se clasificaran en la categoría A y B, la primera con materiales más económicos.

### **3.5 ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN**

El lanzamiento de la empresa de accesorios G&M se realizara en el mes de Diciembre del 2012 y para la promoción y venta del producto se creara una página web debido a que el comercio electrónico está creciendo y esta es la mejor forma de acceder en cualquier momento y en cualquier lugar visualizar los nuevos productos y adquirirlos la cual tendrá los diseños y promociones actualizadas constantemente. También se enviaran las nuevas colecciones y promociones a correos electrónicos y se abrirán espacios en redes sociales que sirvan de exhibición y publicidad de los productos.

La promoción se hará por medio de fotos con mujeres usando los accesorios para diferentes ocasiones y en la parte inferior de cada imagen se encontraran los precios del artículo y un link que permitirá realizar la compra en la red.

En la página web también se podrán registrar todas las inquietudes de los clientes y les permitirá calificar la puntualidad y calidad del artículo que recibieron siendo visible para todos los visitantes de la página.

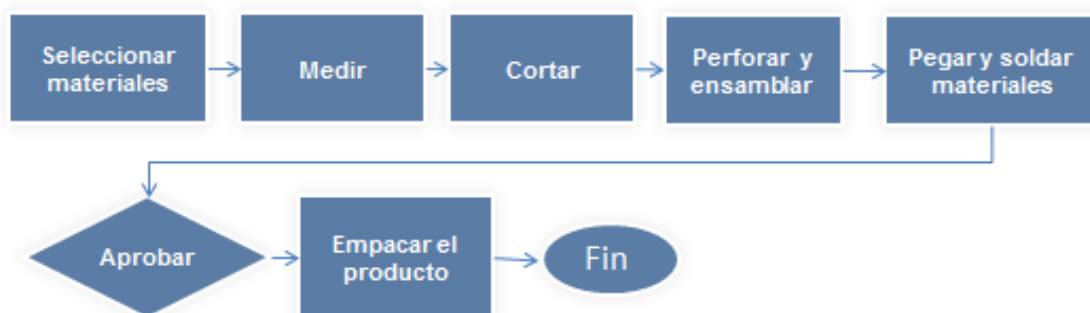
### 3.6 ESTRATEGIAS DE PLAZA

Inicialmente las ventas se realizarán por internet para no incurrir en gastos de arriendo y administración de locales, se distribuirán por operarios logísticos entregando el producto comprado en perfectas condiciones con un tiempo de 1 a 2 días.

## 4. ESTUDIO TÉCNICO

### 4.1 DIAGRAMA DE FLUJO PROCESO DE PRODUCCIÓN

Figura 22: Diagrama de Flujo proceso de producción



Fuente: autora

En la figura número 20 se muestra el flujo del proceso de producción para fabricación los pasos son los siguientes:

Seleccionar Materiales: Una vez sean comprados los materiales, el operario solicita a la administradora la entrega de estos. La administradora corroborará el pedido con las especificaciones dadas por el diseñador para el producto y procede a la medición, conteo y entrega de las piezas solicitadas, dejando la evidencia de esto en el libro de solicitud y entrega de material.

Medir y Cortar: Cuando la operaria recibe el material, selecciona el que necesita corte y por medio de un metro mide el material según las especificaciones del diseño, procediendo al corte de este.

Perforar y ensamblar: Después de cortar el material, se realiza la perforación de las piezas que en las especificaciones del diseño lo requieran, después de esto se selecciona el material y se ensambla.

Pegar y soldar materiales: Por último se pegan los materiales y se soldan los que lo requieran. Después de tener terminado el primer producto de un diseño se pasa a aprobación por parte del diseñador y de la administradora, para poder proseguir a realizar las cantidades faltantes requeridas por la administración para este diseño.

Empacar el producto: Como parte final de este proceso se realiza el empaque de cada producto para el posterior envío al cliente.

## **4.2 MANO DE OBRA**

La empresa contará con una administradora, un operario y un diseñador a quien se le pagará por diseños realizados.

### ADMINISTRADORA

Las funciones de administración serán cubiertas por la propietaria de la empresa.

Perfil:

Ingeniera Industrial con 4 años de experiencia en Sistemas de Gestión de Calidad y Capitalización de Proyectos.

Funciones:

- Realizar gestión administrativa y comercial.
- Realizar manejo contable y financiero de la empresa.
- Solicitar y comprar la materia prima, teniendo en cuenta el nivel de ventas por artículo y los diseños.
- Recibir materiales.

- Realizar órdenes de compra y pagarlas.
- Pagar nómina a los empleados.
- Controlar inventario de materia prima y de producto terminado.
- Realizar la publicidad de los productos.
- Administrar página web y compras de los clientes.
- Pagar obligaciones financieras y administrativas.
- Confirmación del pago realizado por los clientes.
- Coordinar la logística del envío del producto.
- Aprobar diseños y realizar control de calidad de productos terminados.

## OPERARIO

Perfil:

Experiencia comprobada en áreas de producción en joyería.

Funciones:

- Ensamblar los modelos con las medidas del diseño
- Empacar los productos terminados.
- Embalar los productos y dejarlos en disposición para el envío.

## DISEÑADOR

Perfil:

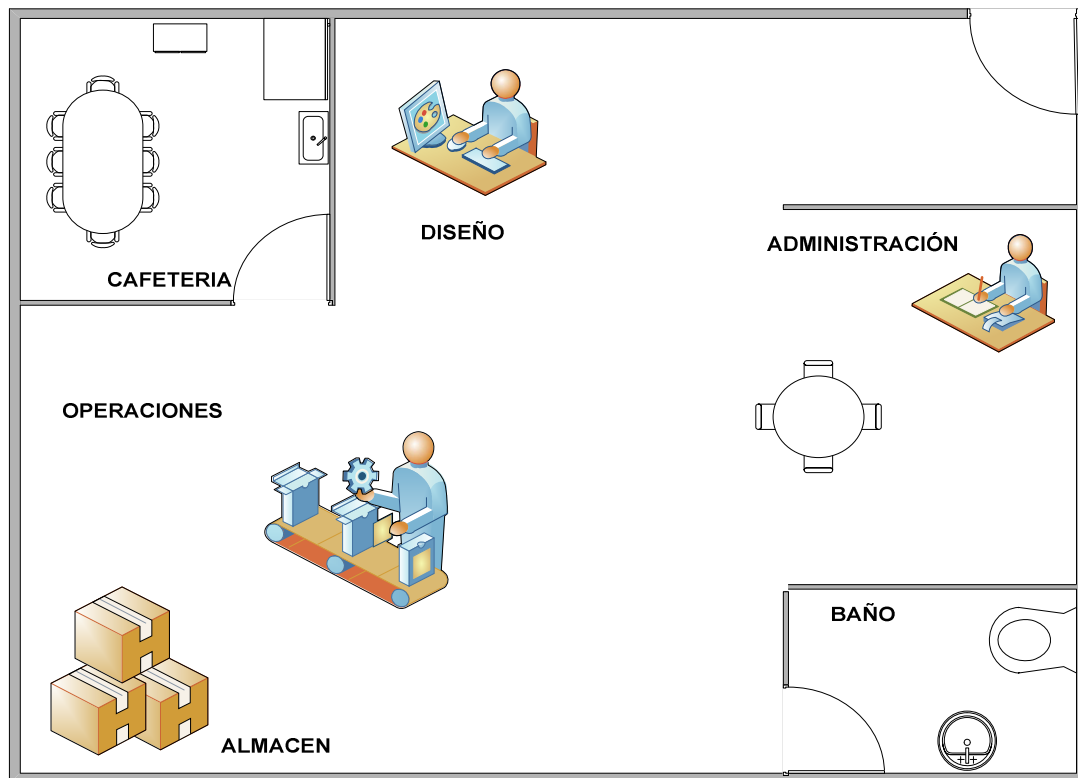
Diseñador Gráfico o de modas recién graduado.

Funciones:

- Realizar diseños de accesorios para mujer de acuerdo a las tendencias de moda.
- Realizar catálogo de diseños para ser aprobados.
- Revisar productos terminados para la respectiva aprobación de materiales y diseño.

### 4.3 PLANO DEL NEGOCIO

Figura 23: Plano del Negocio



Autor: La autora.

La figura numero 20 muestra la distribución del local donde va a quedar ubicados la fabricación, el diseño y la administración del negocio. La dirección donde quedara ubicado será en la transversal 76 # 130-48 barrio Gratamira, Bogotá.

La plata será de 64 mts<sup>2</sup> contara con las siguientes áreas:

Administración: Espacio donde la administradora llevara a cabo la administración del negocio y venta de productos. Este lugar contara con un espacio para reuniones, una mesa, computador y silla para realizar sus funciones.

Almacén: Lugar donde se almacenara la materia prima, inventario de producto terminado y los sobrantes de producción.

Operaciones: Esta área contara con la maquinaria de producción y con una mesa de medición, corte y armado. En este lugar estará el operario realizando los productos.

Diseño: En este espacio abra una mesa, una silla y un computador donde se realizara el diseño de los productos.

#### **4.4 ASPECTOS LEGALES.**

##### **4.4.1 CONSTITUCION DE UNA SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA S.A.S**

La ley 1258 de 2008 representa la innovación jurídica en materia societaria más importante de los últimos años. Establece una regulación flexible que permite a los asociados estipular condiciones bajo las cuales se regirán sus relaciones, para lo cual se requiere responsabilidad en la adopción de las cláusulas por parte de los contratantes. (Cámara de Comercio de Cali, 2012)

##### **4.5.2 CARACTERÍSTICAS:**

- Se crea mediante contrato o acto unilateral que constará en documento privado.
- Se constituyen por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.
- Una vez inscrita en el registro mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas.



- Es una sociedad de capitales.
- Su naturaleza siempre será comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social.
- Para efectos tributarios, se rige por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.
- Las acciones y demás valores que emita la S.A.S no podrán inscribirse en el Registro Nacional de Valores y Emisores ni negociarse en bolsa.
- El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el registro mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación deberá hacerse directamente o a través de apoderado.
- Cuando los activos aportados a la sociedad comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución de la sociedad deberá hacerse de igual manera e inscribirse también en los registros correspondientes.

(Cámara de Comercio de Cali,2012)

#### 4.4.3 CUÁLES SON LOS REQUISITOS PARA CONSTITUIR UNA S.A.S DE CONFORMIDAD CON LA LEY 1258 DE 2008?

- Nombre, documento de identidad, domicilio de los accionistas (ciudad o municipio donde residen).
- Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”, o de las letras S.A.S.

- El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
- El término de duración, si éste no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
- Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
- El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.
- La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

<http://www.ccc.org.co/servicios/registros-publicos/mercantil/tramites/constituciones-reformas-y-nombramientos/sociedad-por-acciones-simplificada-sas/>

#### **4.5 PASOS PARA CREAR LA EMPRESA.**

##### **ANTE CAMARA DE COMERCIO:**

1. Verificar la disponibilidad del nombre.
2. Diligenciar el formulario de registro y matricula.
3. Diligenciar el anexo de solicitud del NIT ante la DIAN. (También se puede hacer en la DIAN).
4. Pagar el valor de registro y matricula. Cabe anotar que por la Ley 1429 de 2010, se otorgan los siguientes beneficios en el pago del registro mercantil:

Descuento de 100% en los dos primeros años de desarrollo de la actividad económica principal.

Descuento de 75% en el tercer año.

Descuento de 50% en el cuarto año.

Descuento de 25% en el quinto año.

ANTE LA DIAN:

1. Inscribir el RUT (Registro Único Tributario).
2. Obtención del NIT (Número de identificación tributaria).

ANTE LA SECRETARIA DE HACIENDA DE LA ALCALDIA

1. Registro de industria y comercio.

<http://emprendimientosimple.blogspot.com/2009/04/pasos-para-crear-una-empresa-en.html>

#### **4.6 IMPUESTOS A PAGAR O DECLARAR.**

Declaración IVA:16%

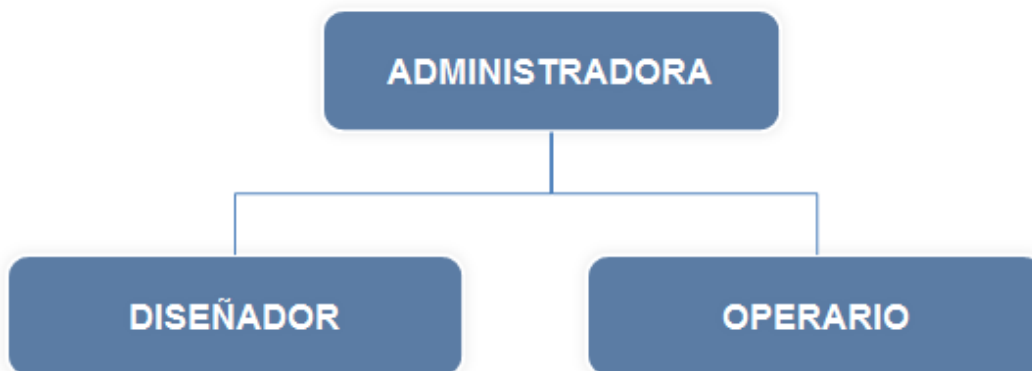
La Ley 1429 del 2012 brinda los siguientes beneficios a las empresas pequeñas y nuevas durante los primeros cinco años de operaciones de la siguiente forma:

Para la declaración de renta:

- Descuento de 100% en los dos primeros años de desarrollo de la actividad económica principal.
- Descuento de 75% en el tercer año.
- Descuento de 50% en el cuarto año.
- Descuento de 25% en el quinto año.

## 4.7 ORGANIGRAMA.

**Figura 24: Organigrama**



Fuente: La autora.

Para iniciar operaciones la empresa requiere tan solo de tres personas. La anterior figura muestra la estructura organizacional de la empresa, el diseñador y el operario dependen de las decisiones que tome la administradora. A partir del segundo año se puede ampliar el número de operarios, sin embargo, en el primer año de operaciones se requiere tan solo de uno.

## 4.8 ANALISIS FINANCIERO

### 4.8.1 INVERSION INICIAL

**Tabla 3: Plan de Inversión Inicial**

<b>PLAN DE INVERSION INICIAL</b>	
	<b>PRECIO</b>
<b>EFFECTIVO</b>	6.520.000
Muebles de oficina( Escritorios, sillas, mesones de madera para fabricación)	2.000.000
Papelería	300.000
Herramientas de Fabricación	800.000
<b>COMPUTADOR Y LICENCIAS</b>	2.000.000
Diseño página web	1.000.000
Dominio página web	160.000
<b>GASTOS LEGALES DE CONSTITUCIÓN</b>	60.000
<b>TOTAL</b>	<b>12.840.000</b>

Fuente: la autora

La inversión inicial del proyecto es de \$12.840.000 pesos, los cuales serán aportados por la propietaria. En el siguiente cuadro se muestra la descripción de cada uno de los valores que conforman la inversión inicial.

El valor del efectivo incluye el dinero necesario para la compra y materiales y producción inicial.

#### 4.8.2 PROYECCION DE VENTAS

Para determinar el precio de venta se analizaron las variables que intervienen en la decisión como son los precios del mercado, analizando los precios de la competencia y los resultados que arrojó el estudio de mercados.

**Tabla 4: Proyección de ventas**

		Valor	Cantidad de ventas anuales
ARETES	Categoría A	<b>12000</b>	<b>720</b>
	Categoría B	<b>35000</b>	<b>600</b>
COLLARES	Categoría A	<b>20000</b>	<b>672</b>
	Categoría B	<b>45000</b>	<b>600</b>
PULSERA	Categoría A	<b>18000</b>	<b>324</b>
	Categoría B	<b>40000</b>	<b>240</b>

Fuente: La autora

Para las 3 clases de productos (aretes, collares y pulseras) y su respectiva categoría se determinó la cantidad de artículos a realizar en un año, así como el precio de cada uno, con lo anterior se determinaron las ventas del primer año por 84.600.000.

Los productos que se estimaron que tendrán mayor demanda y para los cuales se requiere un inventario mayor serán los aretes y los collares de categoría A.

Las ventas del primer año se basaron en la estimación de la demanda, teniendo en cuenta que en algunas temporadas del año como Diciembre y Septiembre.

#### 4.8.4 COSTOS MENSUALES

En la siguiente tabla se discriminan los costos mensuales en los que tendrá que incurrir la empresa una vez entre en funcionamiento:

**Tabla 5: Plan de Inversión Inicial**

<b>GASTOS MENSUALES</b>	
	<b>PRECIO</b>
Alquiler Local	500.000
Transporte	150.000
Servicios públicos	350.000
Mantenimientos	40.000
Papelería	100.000
Plan telefónico	130.000
Publicidad en páginas web	200.000
Gastos de representación	450.000
<b>TOTAL</b>	<b>1.920.000</b>

Fuente: La autora.

Los gastos mensuales serán de \$1.920.000 pesos, los cuales son importantes para el funcionamiento del negocio, publicidad, venta y recaudo del dinero de las compras

#### 4.8.5 BALANCE GENERAL INICIAL Y AL FINAL DEL PRIMER AÑO DE OPERACIONES

**Tabla 6: Balance General Inicial y al final del primer año de operación**

	<b>Inicial</b>	<b>Final primer año</b>
<b>BALANCE GENERAL</b>		
<b>Activo Corriente</b>		
Efectivo	6.520.000	14.112.392
<b>Total Activo Corriente:</b>	<b>6.520.000</b>	<b>14.112.392</b>
Muebles y Enseres Neto	2.000.000	1.696.000
Equipo de Oficina Neto	2.000.000	1.696.000
<b>Total Activos Fijos:</b>	<b>4.000.000</b>	<b>3.392.000</b>
<b>Total Otros Activos Fijos</b>	<b>800.000</b>	<b>0</b>

<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>11.320.000</b>	<b>17.504.392</b>
<b>Pasivo</b>		
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Patrimonio</b>		
Capital Social	11.320.000	11.320.000
Utilidades del Ejercicio	0	5.505.192
Revalorización patrimonio	0	679.200
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>11.320.000</b>	<b>17.504.392</b>
<b>TOTAL PAS + PAT</b>	<b>11.320.000</b>	<b>17.504.392</b>

Fuente: La autora.

La empresa inicia operaciones con un activo de 11.320.000 pesos, de los cuales 6.520.000 son efectivo. La empresa inicia operaciones sin pasivo y con un patrimonio de 11.320.000. Para el final del primer año de operaciones la empresa cuenta con activos por valor de 17.504.392 pesos y sin pasivo. Los activos se incrementan en 6.184.392 pesos.

#### 4.8.6 ESTADO DE RESULTADOS AL TÉRMINO DEL PRIMER AÑO DE OPERACIONES

**Tabla 7: Estado de Resultados primer año**

<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>	
Ventas	84.600.000
Materia Prima, Mano de Obra	36.040.008
Depreciación	848.000
Otros Costos	5.950.000
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>41.761.992</b>
Gasto de Ventas	7.800.000
Gastos de Administración	28.017.600
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>5.944.392</b>
Otros ingresos	
Intereses	0
<b>Otros ingresos y egresos</b>	<b>0</b>
Revalorización de Patrimonio	-679.200
Ajuste Activos no Monetarios	240.000



Total Corrección Monetaria	-439.200
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>5.505.192</b>
Impuestos (35%)	0
<b>Utilidad Neta Final</b>	<b>5.505.192</b>

Fuente: la autora

La empresa en el primer año de operaciones tendrá unas ventas de 84.600.000 pesos, en materia prima y mano de obra se invertirán 36.040.008 pesos, depreciación de equipos \$848.000 y otros costos \$ 5.950.000 para una utilidad neta al primer año de operaciones descontando egresos de \$5.505.192 pesos.

#### 4.8.7 FLUJO DE CAJA AL TÉRMINO DEL PRIMER AÑO DE OPERACIONES

El flujo de Caja muestra la diferencia que existirá entre los ingresos y egresos, por medio del flujo de operaciones e inversiones, esto permite visualizar el dinero con el que contara la empresa.

**Tabla 8: Estado de Resultados primer año**

<b>FLUJO DE CAJA</b>	
<b>Flujo de Caja Operativo</b>	
Utilidad Operacional	5.944.392
Depreciaciones	848.000
<b><u>Neto Flujo de Caja Operativo</u></b>	<b>6.792.392</b>
<b>Flujo de Caja Inversión</b>	
Inversión Otros Activos	800.000
Inversión Activos Fijos	800.000
<b><u>Neto Flujo de Caja Inversión</u></b>	<b>800.000</b>
<b>Flujo de Caja Financiamiento</b>	
<b><u>Neto Flujo de Caja Financiamiento</u></b>	<b>0</b>
<b>Neto Periodo</b>	<b>7.592.392</b>
<b>Saldo anterior</b>	<b>6.520.000</b>
<b>Saldo siguiente</b>	<b>14.112.392</b>

Fuente: La autora

La utilidad operacional de la empresa al primer año es de \$5.944.392 pesos, depreciaciones de \$848.000 pesos, para un flujo de caja al primer año de \$7.592.392 pesos.

#### 4.8.8 CRITERIOS DE DECISIÓN: TIR Y VAN

La siguiente tabla muestra las variables TIR y VAN las cuales sirven como soporte para tomar la decisión si el proyecto es financieramente viable:

**Tabla 9: Criterios de decisión**

TIR (Tasa Interna de Retorno)	52,22%
VAN (Valor actual neto)	7.299.926

Fuente: la autora

La tasa de oportunidad del inversionista es del 16% y comparándola con una TIR que arroja el análisis del 52,22% se puede determinar que el proyecto es financieramente viable debido a que es superior a la tasa dada por el inversionista.

El VAN del proyecto es de \$7.299.926 de donde se deduce que se recuperara la inversión inicial y se obtendrá mayor rentabilidad que poniendo este dinero en un Banco.

## 5. CONCLUSIONES

- Por medio del estudio realizado se permitió verificar la factibilidad de la creación de la empresa de accesorios en Bogotá para los estratos 3,4 y 5.
- Se evidencio la creciente demanda de los accesorios para mujer en el mercado objetivo de la ciudad de Bogotá.

- Por medio de la encuesta aplicada se permitió confirmar que la estrategia de mercado por internet será aceptada por las mujeres para la compra de sus accesorios. Esta estrategia les permitirá tener un contacto visual cada vez que lo deseen.
- El mercado en Colombia cuenta con muy poco diseño y esta es una característica que los encuestados reflejaron como un factor muy importante en el momento de la compra y es por eso que este negocio contara con un diseñador.
- Como factor importante para ampliar el mercado se encuentran los almacenes de ropa donde actualmente se están vendiendo esta clase de productos.
- El estudio permitió ver que los accesorios más comprados por las mujeres y con los cuales se iniciaría el negocio son: aretes, pulseras y collares.
- En el análisis del sector se evidencio que no es organizado y que cuenta con muy poca tecnología para competir en el mercado internacional.
- La inversión inicial del negocio será de \$12.840.000 pesos los cuales serán aportados por la propietaria del negocio.
- El proyecto es rentable financieramente debido a que en los criterios de decisión TIR y VAN arrojaron resultados favorables financieramente del negocio. TIR: 52,22% superando la esperada del 16 por el inversionista y VAN: \$7.299.926.

## REFERENCIAS

(Adriana Vergel, Melisa Vives, ( 2008). Plan de negocios para el inicio del proceso de expansión de chic accesorios en la ciudad de montería. Extraído desde:

[http://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=1&ved=0CFAQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.javeriana.edu.co%2Fbiblos%2Ftesis%2Feconomia%2Ftesis20.pdf&ei=zloUUJHFF4j-8AT\\_8oGgAw&usg=AFQjCNE-n0hYgiUD25hPLOkGkiZnUw54yQ](http://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=1&ved=0CFAQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.javeriana.edu.co%2Fbiblos%2Ftesis%2Feconomia%2Ftesis20.pdf&ei=zloUUJHFF4j-8AT_8oGgAw&usg=AFQjCNE-n0hYgiUD25hPLOkGkiZnUw54yQ)

Cámara de Comercio de Cali,(2012). S.A.S. Extraído el 12 de Julio de 2012 desde:<http://www.ccc.org.co/servicios/registrospublicos/mercantil/tramites/constituciones-reformas-y-nombramientos/sociedad-por-acciones-simplificada-sas/>

DANE, (2011), Estadísticas históricas. Eстриado el 13 de Junio de 2012 desde: [http://www.dane.gov.co/#twoj\\_fragment1-4](http://www.dane.gov.co/#twoj_fragment1-4)

Legiscomex,( Agosto 2007), Joyería y bisutería en Colombia. Extraído el 12 de Julio de 2012 desde: [http://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/estudio\\_joyeria\\_col.pdf](http://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/estudio_joyeria_col.pdf)

Proexport (2011), Estadísticas de exportaciones. Extraído el 7 de Junio de 2012 desde: <http://www.proexport.com.co/especiales/2011http://emprendimientosimple.blogspot.com/2009/04/pasos-para-crear-una-empresa-en.html>

BNP, (S.F), Pequeñas empresas con descuentos sobre rentas. Extraído el 19 de Julio de 2012 desde: <http://www.dnp.gov.co/Pol%C3%ADticasdeEstado/LeydeFormalizaci%C3%B3nyGeneraci%C3%B3ndeEmpleo/Peque%C3%B1asEmpresasDescuentosImpuestosobreRenta.aspx>

## ANEXOS

### ANEXO 1. ENCUESTA

#### INVESTIGACIÓN DEL MERCADO DE ACCESORIOS

Buenos Días/Tardes.

Como estudiante de la Especialización de Gerencia de Proyectos de la Universidad EAN me encuentro realizando un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de accesorios, Solicito amablemente 5 minutos de su tiempo para realizar la siguiente encuesta.

Algunas preguntas pueden ser de múltiple respuesta.

Agradezco su tiempo y colaboración.

Edad  15 a 23 años  24 a 33 años  34 a 45 años  46 0 más

Estrato Social    1    2    3    4    5    6

Ocupación  Profesional independiente

Profesional dependiente

Estudiante

Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_

1. Cuando piensa en accesorios, cuales son las tres primeras marcas que vienen a su mente?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

2. ¿Por qué medio le gustaría adquirir sus accesorios?

- a) Internet (redes sociales)
- b) Compra directa en almacenes
- c) Encargos y ventas a domicilio
- d) Catálogos
- e) Otra ¿Cuál? \_\_\_\_\_

3. ¿Con que frecuencia adquiere accesorios?

- a) Menos de una vez por mes
- a) Una vez al mes
- b) Entre 2 y 3 veces al mes
- c) Entre 3 y 5 veces al mes
- d) Más de 5 veces al mes

4. En promedio, cuanto invierte usted en una sola compra de accesorios?

- a. Menos de 30.000 pesos
- b. Entre 30.001 y 50.000 pesos
- c. Entre 50.001 y 75.000 pesos
- d. Entre 75.001 y 100.000 pesos
- e. Más de 100.000 pesos

5. A través de qué medio le gustaría recibir información sobre accesorios?

- a) Correo impreso en su casa u oficina
- b) Correos electrónicos
- c) Folletos
- d) Páginas de Internet
- e) Redes sociales en Internet
- f) Otros ¿Cuáles?

6. Cuando usted compra bisutería, que materiales prefiere?

- a) Plata
- b) Piedras
- c) Fantasía
- d) Otro (por favor indique) \_\_\_\_\_

7. Enumere de 1 a 5, siendo 1 el que más comprado y 5 el menos comprado, los accesorios que usted más compra son:

- Aretes
- Collares
- Bufandas
- Bolsos
- Accesorios para el cabello
- Otros (por favor indique) \_\_\_\_\_

8.Cuál es la razón principal por la que adquiere accesorios?

- a) Uso personal para el trabajo
- b) Uso personal por moda y tendencias
- c) Regalos y Obsequios
- d) Apariencia personal
- e) Otro (por favor indique)

9. Por favor organice de 1 (menos importante) a 6 (más importante) los factores que debe tener un accesorio para comprarlo

- Diseño atractivo
- Moda
- Calidad
- Buena relación calidad/precio
- Marca
- Exclusividad

10. Cuando usted busca un lugar o una marca de accesorios, que factores son importantes para usted?

- Reconocimiento de marca
- Buen servicio
- Relación calidad/precio
- Exclusividad
- Ubicación
- Comentarios de otras personas

11. Considera que el mercado de accesorios en Colombia es:

Amplio  Limitado  Económico  Costoso  Variado

Limitado

Con diseños atractivos  Sin diseños atractivos

12. Prefiere accesorios:

Nacionales  Importados

13. Usted prefiere accesorios con diseños

Típicos  Vanguardistas



LICENCIA DE USO - AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES

Actuando en nombre propio identificado (s) de la siguiente forma:

Nombre Completo Diana Carolina Galán Monsalve  
Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: 63553046

Nombre Completo \_\_\_\_\_  
Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: \_\_\_\_\_

Nombre Completo \_\_\_\_\_  
Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: \_\_\_\_\_

Nombre Completo \_\_\_\_\_  
Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: \_\_\_\_\_

El (Los) suscrito(s) en calidad de autor (es) del trabajo de tesis, monografía o trabajo de grado, documento de investigación, denominado:

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de accesorios para mujer

Dejo (dejamos) constancia que la obra contiene información confidencial, secreta o similar: SI  NO   
(Si marque (marcamos) SI, en un documento adjunto explicaremos tal condición, para que la Universidad EAN mantenga restricción de acceso sobre la obra).

Por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) a la Universidad EAN, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad EAN y a los usuarios de bases de datos y sitios webs con los cuales la institución tenga convenio, a ejercer las siguientes atribuciones sobre la obra anteriormente mencionada:

- A. Conservación de los ejemplares en la Biblioteca de la Universidad EAN.
- B. Comunicación pública de la obra por cualquier medio, incluyendo Internet.
- C. Reproducción bajo cualquier formato que se conozca actualmente o que se conozca en el futuro.
- D. Que los ejemplares sean consultados en medio electrónico.
- E. Inclusión en bases de datos o redes o sitios web con los cuales la Universidad EAN tenga convenio con las mismas facultades y limitaciones que se expresan en este documento.
- F. Distribución y consulta de la obra a las entidades con las cuales la Universidad EAN tenga convenio.

Con el debido respeto de los derechos patrimoniales y morales de la obra, la presente licencia se otorga a título gratuito, de conformidad con la normatividad vigente en la materia y teniendo en cuenta que la Universidad EAN busca difundir y promover la formación académica, la enseñanza y el espíritu investigativo y emprendedor.

Manifiesto (manifiestamos) que la obra objeto de la presente autorización es original, el (los) suscritos es (son) el (los) autor (es) exclusivo (s), fue producto de mi (nuestro) ingenio y esfuerzo personal y la realizo (zamos) sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es de exclusiva autoría y tengo (tenemos) la titularidad sobre la misma. En vista de lo expuesto, asumo (asumimos) la total responsabilidad sobre la elaboración, presentación y contenidos de la obra, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Universidad EAN por estos aspectos.

En constancia suscribimos el presente documento en la ciudad de Bogotá D.C.,

NOMBRE COMPLETO: Diana Corralina  
FIRMA: Diana Galarraga  
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: 63553046  
FACULTAD: Posgrados  
PROGRAMA ACADÉMICO: Especialización  
en Gerencia de Proyectos

NOMBRE COMPLETO: \_\_\_\_\_  
FIRMA: \_\_\_\_\_  
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: \_\_\_\_\_  
FACULTAD: \_\_\_\_\_  
PROGRAMA ACADÉMICO: \_\_\_\_\_

Fecha de firma: 28 de Julio de 2012