



**Plan de negocios para la creación de una empresa
productora y comercializadora de joyería en el municipio de Pitalito, 2021**

Yinet Meliza Castillo Torres

Daniela Fernanda Medina Gaviria

Código

Universidad Antonio Nariño

Programa Administración de empresas

Facultad de ciencias económicas y administrativas

Neiva, Colombia

2021

**Plan de negocios para la creación de una empresa
productora y comercializadora de joyería en el municipio de Pitalito, 2021**

**Yinet Meliza Castillo Torres
Daniela Fernanda Medina Gaviria**

Proyecto de grado presentado como requisito parcial para optar al título de:
Administradoras de empresas

Director (a):
Mg, Sonia Patricia Rojas Álvarez

Línea de Investigación:
Gestión de la innovación

Universidad Antonio Nariño
Programa Administración de empresas
Facultad de ciencias económicas y administrativas
Neiva, Colombia

2021

NOTA DE ACEPTACIÓN

El trabajo de grado titulado **Plan de negocios para la creación de una empresa productora y comercializadora de joyería en el municipio de Pitalito, 202**, Cumple con los requisitos para optar Al título de Administrador de empresas

Firma del Tutor

Firma Jurado

Firma Jurado

Neiva, 22 de noviembre de 2021.

Contenido

Pág.

Resumen.....	1
Abstract.....	2
Justificación.....	5
1. Título 1. Planteamiento del problema.....	6
1.1 Planteamiento del problema.....	6
1.2 Pregunta principal de investigación.....	7
1.3 Objetivos.....	7
1.3.1 Objetivo general.....	7
1.3.2 Objetivos específicos.....	7
2. Título 2. Marco referencial.....	9
2.1 Marco referencial.....	9
2.1.1 Estado del arte.....	9
3. Título 3. Metodología de la investigación.....	13
3.1 Enfoque investigativo.....	13
3.1.1 Enfoque Cuantitativo.....	13
3.2 Tipo de estudio según enfoque.....	14
3.3 Población y muestra.....	14
3.3.1 Población.....	14
3.3.2 Muestra.....	14
3.4 Técnicas de recolección de datos.....	15
4. Título 4. Resultados.....	15
4.1 Resultados de la encuesta.....	15
4.1.1 Ficha técnica y análisis de la encuesta.....	16
4.1.2 Caracterización de los sujetos.....	16
5. Título 5. Descripción empresarial.....	21
5.1 Generalidades de la empresa.....	21
5.1.1 Socios:.....	21
5.1.2 Ubicación de la empresa.....	21

5.1.3	Nombre o Razón Social de la empresa:	21
5.1.4	Constitución de empresa SAS	21
5.1.5	Objeto social:	23
5.1.6	Responsabilidad social	23
5.1.7	Necesidades y requerimientos técnicos	24
5.1.8	Estructura orgánica del negocio	24
6.	Título 6. Plan de negocio	25
6.1	Análisis de mercado	25
6.1.1	Mercado potencial	25
6.1.2	Segmentación del mercado	26
6.1.3	Micro localización del proyecto	27
6.2	Análisis de la competencia	27
6.3	Estrategia de mercado	29
6.3.1	Análisis DOFA	30
6.3.2	Estrategias DOFA	31
6.3.3	Concepto del producto	32
6.3.4	Las 4P	33
6.3.5	Flujograma de procesos comerciales y de abastecimiento	44
6.4	Estudio técnico productivo	45
6.4.1	Estudio técnico de la maquinaria	45
6.4.2	Necesidades de mobiliario	46
6.4.3	Necesidades de materia prima e insumos	47
6.4.4	Necesidades de mobiliaria para tienda	48
6.4.5	Gastos operativos	49
6.4.6	Flujograma	49
6.4.7	Descripción de proceso de producción	50
6.4.8	Ficha técnica	53
6.4.9	Infraestructura	56
6.4.10	Talento humano	57
6.4.11	Denominación de cargos	57
6.5	Estudio económico y financiero	59
6.5.1	Inversión inicial en pesos	60
6.5.2	Proyección de ventas	62
6.5.3	Punto de equilibrio	64
	Conclusiones	65
	Anexos	67
	Referencias Bibliográficas	68
	Referencias	68

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1 <i>Género</i>	16
Ilustración 2 <i>Edad</i>	17
Ilustración 3 <i>Utiliza joyas y accesorios</i>	17
Ilustración 4 <i>Carateristicas a tener en cuenta</i>	18
Ilustración 5 <i>Que tiene en cuenta al momento de comprar joyas</i>	18
Ilustración 6 <i>Tipos de accesorios</i>	19
Ilustración 7 <i>Tiempo de compra</i>	19
Ilustración 8 <i>Incorporación de aromas</i>	20
Ilustración 9 <i>Lugar de compra de joyas</i>	20
Ilustración 10 <i>Proyección de población</i>	25
Ilustración 11 <i>Ubicación de Pitalito</i>	27
Ilustración 12 <i>las 4 P del Marketing (Sanchez, 2019)</i>	33
Ilustración 13 <i>Logo</i>	34
Ilustración 14 <i>Empaque elegante</i>	35
Ilustración 15 <i>Bolsas biodegradables YUTE</i>	35
Ilustración 16 <i>Botella de cristal</i>	36
Ilustración 17 <i>Material Arcilla polimérica</i>	36
Ilustración 18 <i>Material Lency</i>	36
Ilustración 19 <i>Volante de Krystal Joyería</i>	41
Ilustración 20 <i>Página oficial de Instagram</i>	43
Ilustración 21 <i>Canal de distribución directo</i>	44
Ilustración 22 <i>Canal online</i>	44

Ilustración 23 <i>Flujograma Comercial</i>	45
Ilustración 24 <i>Anillo</i>	54

Lista de tablas

Tabla 1	<i>Segmentación del mercado objetivo</i>	26
Tabla 2	<i>Análisis de la competencia</i>	27
Tabla 3	<i>DOFA</i>	30
Tabla 4	<i>Estrategia DOFA</i>	31
Tabla 5	<i>Productos con aroma</i>	38
Tabla 6	<i>Producto de oro</i>	38
Tabla 7	<i>Productos en plata</i>	38
Tabla 8	<i>Productos en acero</i>	39
Tabla 9	<i>Productos en cuarzo</i>	39
Tabla 10	<i>Productos en esmeralda</i>	39
Tabla 11	<i>Productos en joyería artesanal</i>	40
Tabla 12	<i>Maquinaria para elaboración de joyas</i>	45
Tabla 13	<i>Productos mobiliarios</i>	46
Tabla 14	<i>Materia prima e insumos</i>	47
Tabla 15	<i>Mobiliaria para punto físico</i>	48
Tabla 16	<i>Proceso de producción</i>	50
Tabla 17	<i>Ficha técnica de anillos</i>	54
Tabla 18	<i>Materia prima</i>	54
Tabla 19	<i>Total de materia prima</i>	56
Tabla 20	<i>Inversión Inicial</i>	60
Tabla 21	<i>Inversión De Socios</i>	61
Tabla 22	<i>Proyección De Ventas</i>	62
Tabla 23	<i>Punto De Equilibrio</i>	64

(Dedicatoria)

Dedicamos este proyecto de grado principalmente a Dios, porque él es la inspiración y nos da la fuerza para seguir obteniendo uno de los deseos más anhelados en el proceso.

A nuestros padres por su trabajo, amor y apoyo a lo largo de los años, por su acompañamiento en cada paso y el ánimo que siempre nos dan.

Agradecimientos

Agradecemos principalmente a nuestros padres, abuelos y hermanos que fueron nuestra base principal, nuestra fuerza y nuestro animo durante todo nuestro proceso de formación.

A cada uno de nuestros mentores durante esta carrera universitaria, especialmente a Diego Suarez Urriago, Miguel Restrepo y Vicedecano Edgar Perez por llenarnos de conocimientos y practicas para poder cumplir nuestro sueño de ser grandes profesionales.

Resumen

Hoy en día la tendencia de la moda presenta una volatilidad inigualable, día a día se puede observar cómo se presentan nuevos diseños en búsqueda de satisfacer las necesidades de los consumidores. Esto hace que el mercado tenga una gran apertura, pues existen necesidades insatisfechas y siempre se tiene la expectativa de los nuevos productos que llegaran al mercado. Por lo tanto, la siguiente propuesta de negocio busca identificar los resultados de la implementación de un plan de negocios de una joyería en el municipio de Pitalito Huila, donde la presente investigación será de tipo cuantitativo – descriptivo que logrará identificar un nicho de mercado potencial que se ha visto afectado a través de los años por la falta de tacto por parte de los joyeros al momento de llegar a los clientes, generando una gran problemática ya que solo quieren vender en grandes cantidades y se olvidan de la gran importancia que tiene en este sector la exclusividad de los productos. Por esta razón, la presente propuesta se enfoca en resaltar la esencia de cada cliente por medio de joyas personalizadas con la implementación de materiales como el cuarzo, oro, esmeraldas, plata y acero inoxidable y rodio, esto con el fin de llegar a todo tipo de cliente sin importar su estrato económico.

PALABRAS CLAVES: Exclusividad, joyas y bisutería, calidad.

Abstract

Nowadays, fashion trends have an incomparable volatility. Day by day, it can be observed that new designs that satisfy consumers' needs are presented. This allows the market to have a great projection, since there are unsatisfied needs and there is always expectation for new products. Therefore, the following business proposal seeks to identify the results of the implementation of a business plan for a jewelry store in the municipality of Pitalito, Huila. This research study will be quantitative - descriptive and will identify a potential market niche that has been affected over the years by the lack of understanding on the part of jewelers when reaching customers. This has created great difficulties since they only want to sell large quantities, thus forgetting the considerable importance that exclusive products have. For this reason, this proposal focuses on highlighting the essence of each customer through personalized jewelry with the implementation of materials such as quartz, gold, emeralds, silver, stainless steel and rhodium in order to reach all types of purchasers regardless of their economic stratum.

Keywords: Exclusivity, jewelry, costume jewelery, quality.

Introducción

El enfoque de desarrollo de este proyecto es construir un plan de negocios basado en una amplia gama de joyería que ayuda a tener unas bases firmes en el desarrollo, gestión y creación del producto. Además, también presta atención a la creación de espíritu innovador que buscan el desarrollo económico nacional, con responsabilidad integral por la sociedad y el medio ambiente. De acuerdo a lo planteado el desarrollo del proyecto de dará con unas pautas específicas planteadas en el transcurso de nuestra formación académica.

El objetivo de la empresa dar a conocer los pasos para la creación del diseño, inversión de capital, establecimiento y así mismo evaluar la viabilidad, rentabilidad, factibilidad y sustentabilidad de KRYSTAL, una productora y comercializadora de joyería que maneja diferentes tipos de materiales e insumos los cuales generan una característica primordial en el proyecto que sería convertirse en la primera empresa nacional Joyas que sean ambiental y socialmente responsables, por ende comprender y contribuir a la solución de los principales problemas que surjan. La minería de metales y gemas de Colombia será el factor más influyente de nuestra calidad y duración del producto. Estamos convencidos de que, a través del diseño de accesorios innovadores, se puede lograr una sostenibilidad económica ecológica y social.

Al momento de desarrollar esta propuesta, encontramos en una primera parte los diferentes contenidos relacionados, con la teoría, historia y conceptos que se tienen que ver con la joyería de igual forma administrativos, así como los objetivos generales y específicos, la metodología en el estudio de mercados nos da a conocer las acciones y estrategias para la elaboración de un buen plan de marketing, implementando una evaluación exhaustiva para la identificación de la población al cual vamos dirigida. Este estudio técnico – operativo,

desarrollamos un paso a paso para la elaboración de nuestros diferentes productos, sus materiales, empaques, embalajes.

Por último, respecto al componente financiero analizaremos los gastos operativos, la proyección de ventas, puntos de equilibrio, inversión total y la puesta en marcha por consiguiente analizar y conocer el alcance para la viabilidad de nuestro proyecto, aspectos que guiarán la elaboración del plan de negocios.

Justificación

Con el objeto de mirar la viabilidad para la creación de una joyería y ponerla en marcha en un mediano o largo plazo, se desea presentar un plan de negocios enmarcado principalmente por una línea de investigación institucional llamada Gestión de la innovación el cual es importante para manejar un buen proceso y así canalizar recursos asimismo conocimientos que sean requeridos por el público para fortalecer e impulsar al avance de la creación de nuevas ideas que permitan desarrollar nuevos procesos , productos y servicios como lo es el montaje de una joyería en la ciudad de Pitalito Huila, con un producto diferente e innovador.

Observando y analizando nos damos cuenta que las joyas, los accesorios o adornos para la mujer y el hombre hacen parte de su esencia, su personalidad, sus gusto y necesidades. Es por esto que se quiere elaborar un plan de negocios con el propósito de plasmar la idea en la creación de una empresa dedicada a la elaboración, ensamblaje y diseño de joyas que busca suplir las necesidades del mercado en el que se desenvuelve, brindando a la mujer como para el hombre de la actualidad diferentes opciones que estén de acuerdo con las tendencias de moda cambiantes del mercado.

Colombia es un país con mucha diversidad en materiales preciosos (oro, esmeraldas, plata), esto representa una ventaja ya que sería más fácil la compra de materias primas. En general con el proyecto se pretende satisfacer de igual manera la demanda de ambos mercados.

Actualmente el sector de la joyería ha tenido un aumento en su demanda, ya que gracias a las cambiantes tendencias de la moda y la estética su demanda ha subido considerablemente, convirtiéndose así esta industria prometedora en las distintas regiones del país.

1. Título 1. Planteamiento del problema

1.1 Planteamiento del problema

Generalmente el concepto de la comercialización y producción de joyas es generar productos a gran escala, es decir producir joyería en gran volumen para así disminuir los costos, pero se olvidan por completo que en la joyería es parte esencial al igual que en cualquier producto el desarrollo y la innovación, por lo tanto, también se debe contribuir a su creación debido a que son productos dirigidos a la vanidad de las personas.

En Colombia, el negocio de la joyería se fortalece cada vez más, en cuanto entidades públicas y privadas apoyan esta causa para mejorar la economía nacional. Cuando hablamos de emprendimiento, estamos hablando de nuevas oportunidades de negocio y la creación de nuevas empresas ya sean grandes, medianas o pequeñas la cual promuevan el crecimiento económico. En este país esta tendencia va en aumento, contribuyendo al desarrollo sostenible y con ello reduciendo el desempleo, teniendo en cuenta que los emprendedores aportan con perseverancia a la innovación para obtener nuevas y grandes oportunidades de negocio para el éxito. (espectador, 2017)

Las entidades públicas y privadas en Colombia apoyan el emprendimiento, y estas organizaciones son muy importantes para nosotros como emprendedores. Si hay una realidad muy cierta es que podemos tener muchas aspiraciones para emprender, por otra parte tenemos una gran problemática la cual se evidencia que sin recursos ni conocimientos estaremos desorientados. Es aquí donde nos ayudan empresas, organizaciones, universidades o cualquier otro tipo de institución. (Polo, 2018). Sin embargo, son muchos los obstáculos económicos que dificultan el establecimiento de empresas formales. La asociación informa que en Colombia

enfrentan una tasa impositiva social del 68%, consolidándose como el tercer país con mayor tasa impositiva de América Latina, solo superando a Argentina y Bolivia. (espectador, 2017)

Del mismo modo, la escasez de maquinaria de última tecnología afectará el espíritu empresarial, porque dificulta la competitividad del mercado de la joyería. Según la investigación de la asociación, el 27% de los encuestados ha utilizado la tecnología durante más de cinco años y más del 54% ha utilizado equipos más atrasados. "Este es un obstáculo para el proceso de producción en cualquier sector del mercado, especialmente en un mundo donde la base tecnológica se ha vuelto crítica para cualquier empresa", enfatizó ASEC. (espectador, 2017)

1.2 Pregunta principal de investigación

¿Cuáles son las pautas para la creación de un plan de negocios basado en la creación de empresa productora y comercializadora de joyería en el municipio de Pitalito huila?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Establecer un plan de negocios para la creación de una joyería productora y comercializadora en el municipio de Pitalito Huila.

1.3.2 Objetivos específicos

- Reconocimiento del entorno comercial y competitivo de la empresa.
- Identificar el esquema operativo y funcional de la propuesta de negocio.

- Analizar el esquema económico de la propuesta para denotar la viabilidad y sostenibilidad financiera a futuro

2. Título 2. Marco referencial

2.1 Marco referencial

2.1.1 Estado del arte

De acuerdo a una revisión bibliográfica se evidenció un estudio realizado por Paola Pérez Rozo, la cual hace una descripción donde enfoca todos sus esfuerzos en la exportación de joyería en plata al mercado de estados unidos buscando aprovechar las características económicas, tendencias de consumo y programas arancelarios que se presentan con este país. El perfil del mercado objetivo manifiesta las oportunidades que tiene productores y comercializadores del producto para generar ingresos el cual es el objetivo principal de la empresa a crear un proyecto. (Rozo, 2003)

De acuerdo a esto se hizo una comparación y se encontró una similitud con nuestro proyecto siendo así una gran ventaja logrando dar pilares fundamentales para el desarrollo de este. Teniendo en cuenta la riqueza de recursos naturales en Colombia, lo cual facilita la disponibilidad de materia prima de alta calidad para la producción de joyas y el gran potencial de los joyeros, este país se convierte en un país viable para el crecimiento en el sector de la joyería. Este enfrenta limitaciones de tipo sectorial, tecnológico y de conocimiento, por lo cual este sector ha presentado baja productividad, innovación y la poca utilización de producción a escala. Es por esto que con los recursos destinados para la joyería se espera enfrentar todas estas limitaciones y aprovechar el gran potencial de los joyeros colombianos. (Ana Milena Serrano Amaya, 2009)

Por otra parte evidenciamos que en otros estudios mediante una investigación denominada *Plan exportador de joyas colombianas elaboradas en plata con incrustaciones de*

oro, para la la empresa Joyería Sol de Plata , se pretende obtener un amplio conocimiento de la oferta, demanda y competencia actual de joyas (plata con oro) en Colombia y Madrid –España, la generación de productos con valor agregado para fortalecer el mercado colombiano entrando a considerar la conveniencia de exportación para las empresas de un país en desarrollo como Colombia. Al realizar este proyecto se facilitaría la puesta en marcha de exportaciones de Joyas hacia España y se lograría un mayor grado de motivación para pymes interesadas en el tema de la globalización e internacionalización. (Vega, 2009)

En un reciente estudio desarrollado por (Valencia, 2020) denominado *Comportamiento de compra de joyería elaborada con piedras minerales en la ciudad de Santiago de Cali*, se determinó que el factor motivacional que tienen de las mujeres habitantes de la ciudad de Santiago de Cali, corresponde a adquirir joyas para su uso personal de una manera continua, la cual fue respondida por más del 60% de las 203 personas encuestadas como muestra poblacional, y, por tanto, disponen de invertir al menos dos veces al año en comprar joyería de mejor calidad a precio justo, sobre todo, con diseños sencillos en su mayoría preferencial. Además, se detalla que el consumidor tiene en cuenta varios aspectos importantes que lo pueden llevar a inhibir la compra, por ejemplo, que no haya variedad o exclusividad en los diseños de los productos, también el hecho de que sea muy costosos donde el consumidor busca precios justos y asequibles. Por último, que sean de buena calidad debido a que se presenta en muchos casos de que no son duraderos y se empieza a imperfeccionar las joyas.

De igual importancia un estudio realizado por (Molina, 2014) denominado *Guía de mercado para el subsector de joyas y bisutería Colombiano con Alemania como mercado objetivo* en Colombia un país con potencial en joyas y bisutería, pues cuenta con las materias primas que son necesarias para la producción y aún más importante, son materias primas de

calidad, además de contar con las materias primas necesarias, se cuenta con mano de obra, tanto para aquellos productos de carácter artesanal como para aquellos refieren de diseños de alto privilegio; por último se tienen aquellos recursos que hacen referencia a la inversión,, punto en el que flaquea el sector, ya que todos los productores y/o comercializadores no cuentan con el capital suficiente para adquirir tecnología de punta para la transformación de materias primas y muchas veces tampoco lo tienen para adquirir las mismas materias primas.

En un estudio realizado por (Turizo, 2020) denominado *Análisis de la competitividad socioeconómica de la actividad joyera en el centro comercial la isla de la ciudad de Bucaramanga.* , se evidenció que el oro cuenta con productos sustitutos los cuáles se dieron a conocer en la recolección de datos estadísticos en donde el principal sustituto del mismo es el acero inoxidable, siendo este de fácil adquisición por el cliente. Además, la plata es otro material sustituto del oro el cual es el más económico del mercado según los propietarios de los locales, pero en la mayoría de casos los empresarios prefieren trabajar con el oro nacional, debido a sus márgenes de rentabilidad y su fácil transformación.

Por consiguiente, un factor importante para el propietario de cada local es la negociación con sus proveedores ya que estos son el pilar fundamental para generar estrategias que el gremio. Al momento de elegir el proveedor la principal característica que tienen en cuenta es la calidad del producto y el servicio que presta cada uno, no obstante, el precio es otro factor que tiene incidencia en esta decisión, puesto que realizan pedidos en promedio cada 3 o 4 semanas y les beneficia mantener una relación adecuada con los mismos. Por consiguiente, los nuevos empresarios que quieren incursionar en esta actividad joyera en muchas ocasiones no cuentan con el capital inicial ya que la inversión es alta por los costos de sostener una empresa de tal magnitud y a su vez, la competencia nos refiere mayor experiencia en el sector estudiado. No

obstante, con relación a lo anterior estos se caracterizan por la innovación y desarrollo de nuevos diseños según las preferencias y gustos de los clientes.

Tras el desarrollo de un Plan de marketing digital elaborado por (Avila & Burbano, 2016). Se evidenció que el plan de marketing se hizo a través de una presentación de brief del cliente, es decir, un documento breve, claro y conciso que permite definir el enfoque que la empresa quiere y espera obtener con la formulación del plan del marketing digital que desarrollamos a sí misma; Con esto se pudo concluir que a pesar de que en la actualidad; pleno siglo XXI, era digital, donde todo se realiza mediante la web o dispositivos móviles, aún hay personas que no asimilan ni tampoco reciben las tendencias y los cambios que está teniendo constantemente el mercado.

Por último, es de suma importancia siempre investigar y cerciorarse de que se va a dar a conocer al mercado un producto o servicio, tiene que ser viable, aceptados por los usuarios o consumidores, generando siempre beneficios y buenas experiencias de uso y reconocimiento para los partes (oferente-demandante).

3. Título 3. Metodología de la investigación

3.1 Enfoque investigativo

Esta investigación se realizó según el nivel de profundidad y la manipulación de variables, aplicando un método cuantitativo, descriptivo, no experimental, ya que se hace tratamiento y procesamiento de datos numéricos arrojando resultados concisos, es recordar que este tipo de estudio no presente ningún tipo de riesgo la población objeto que interviene en los resultados del proyecto.

3.1.1 Enfoque Cuantitativo

Como la palabra lo indica, la investigación cuantitativa tiene que ver con la “cantidad” y, por tanto, su medio principal es la medición y el cálculo. En general, busca medir variables con referencia a magnitudes. Tradicionalmente se ha venido aplicando con éxito en investigaciones de tipo experimental, descriptivo, explicativo y exploratorio, aunque no exclusivamente. (Rojas, 2011)

Por lo tanto, se realizará una encuesta el cual permite identificar la opinión de cada una de las personas que la diligencie y así realizar un análisis estadístico y explicativo para el cual Krystal Joyería pueda conocer el segmento al que va dirigido. Por consiguiente, por medio de sus resultados arrojados permitirán realizar unas estrategias de marketing y posicionamiento de marca para así dar a conocer la viabilidad del proyecto.

3.2 Tipo de estudio según enfoque

El tipo de estudio de este proyecto será descriptivo, con el propósito de analizar y explicar la realidad del estudio, un aspecto de ello, sus partes, sus clases, sus categorías o las relaciones que se pueden establecer entre varios objetos, con el fin de esclarecer una verdad, corroborar un enunciado o comprobar una hipótesis. Una técnica fácil y sencilla para abordar la descripción, es la que tradicional-mente se formula con preguntas en torno del objeto de estudio: ¿Qué es? ¿Qué partes tiene? ¿Cómo se divide? ¿Cómo es su forma? ¿Qué características posee? ¿Qué funciones cumple? ¿De qué está hecho? (Rojas, 2011). Por lo tanto, este tipo de enfoque nos permitirá recolectar información importante que será analizada para conocer la viabilidad de Krystal Joyería en el municipio de Pitalito.

3.3 Población y muestra

3.3.1 Población

Se trabajó con población universo a conveniencia, por lo tanto, los potenciales beneficiarios de este estudio son los consumidores de joyería, tanto hombres como mujeres de la ciudad de Pitalito, los cuales tengan la necesidad de tener variedad de accesorios de excelente calidad y diseños exclusivos.

3.3.2 Muestra

Se realizará un cálculo de la muestra a evaluar para tener una muestra significativa de la población con el fin de hallar la media y probabilidades observadas dentro de la población.

3.4 Técnicas de recolección de datos

Se realizará una encuesta en este proyecto, herramienta que permite la recolección de datos que proporcionan los individuos de una población, o más comúnmente de una muestra de ella, para identificar sus opiniones, apreciaciones, puntos de vista, actitudes, intereses o experiencias, entre otros aspectos, mediante la aplicación de cuestionarios, técnicamente diseñados para tal fin, es decir, nos dará a conocer la opinión de cada una de las personas que la diligencie y así realizar un análisis estadístico y explicativo para el cual Krystal Joyería pueda conocer el segmento al que va dirigido. Por consiguiente, por medio de sus resultados arrojados permitirán realizar unas estrategias de marketing y posicionamiento de marca para así dar a conocer la viabilidad del proyecto.

4. Título 4. Resultados

En el próximo apartado se conocerá de manera resumida todos los aspectos a lo largo de la investigación basada en el análisis de los resultados recogidos de la encuesta compuesta por 9 preguntas claves para comprender el mercado potencial y sus preferencias al comprar joyas. Se mostrarán diagramas para una mayor y mejor comprensión.

4.1 Resultados de la encuesta

A través de la elección del instrumento a utilizar, se realizará el diagnóstico de la situación actual y se elabora el análisis estadístico de la demanda.

4.1.1 Ficha técnica y análisis de la encuesta

Universo: Habitante del municipio de Pitalito - Huila

Tamaño de la encuesta: 50 encuestas

Muestreo: Sección transversal no ponderada

Tipo de encuesta: Encuesta Online - CAWI (Computer Assisted Web Interview).

4.1.2 Caracterización de los sujetos

1. ¿Cuál es su sexo?
51 respuestas

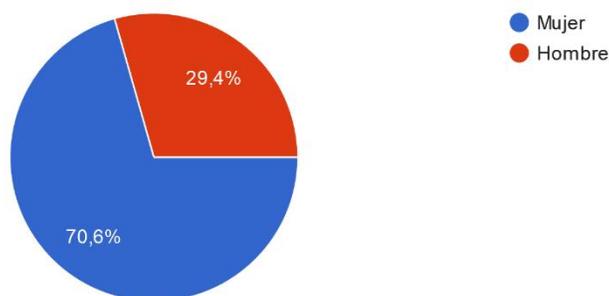


Ilustración 1 Género

En el siguiente gráfico podemos evidenciar que hay mayor participación por parte del género Femenino con un 41,2% por encima del género masculino.

2. ¿En que rango de edad se encuentra usted?

51 respuestas

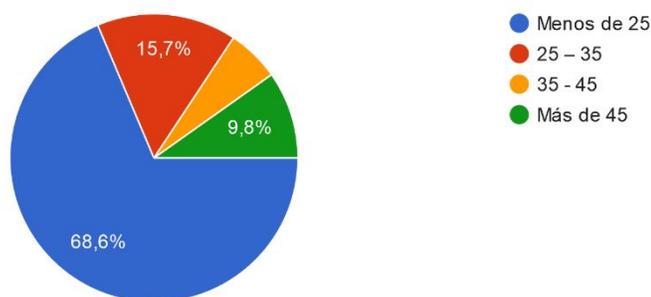


Ilustración 2 Edad

Podemos identificar que nuestros clientes potenciales se encuentran en personas menores de 35 años, lo que nos permite interpretar que nuestro publico objetivo se encuentra en el rango juvenil.

3. ¿Utiliza usted joyas y accesorios?

51 respuestas

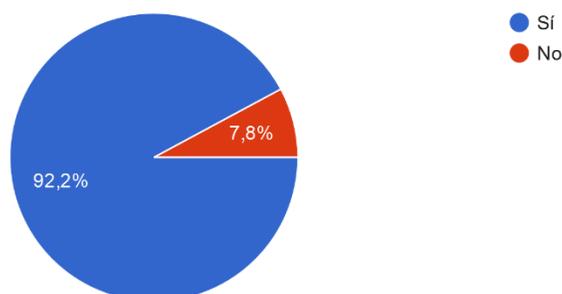


Ilustración 3 Utiliza joyas y accesorios

Se obtuvo una respuesta positiva, ya que el grado de aceptación de los productos fue de un 92 %, lo que demuestra que estamos en un mercado potencial por su alta demanda.

4. De los siguientes materiales ¿Cuál tiene en cuenta al momento de comprar joyas?

50 respuestas

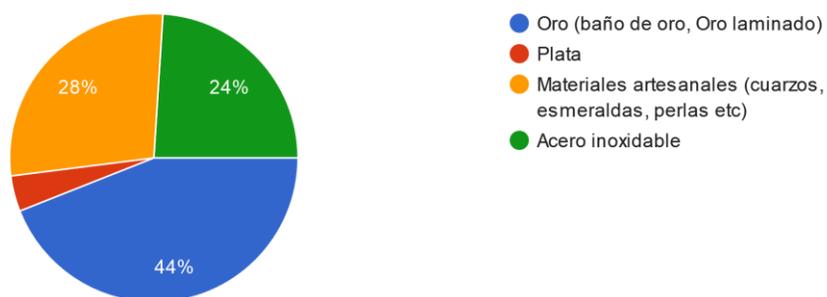


Ilustración 4 *Carateristicas a tener en cuenta*

A partir de la siguiente gráfica podemos analizar que nuestro material premium es el oro y sus derivados (baño de oro y oro laminado).

5. Cuando compra joyas, ¿Qué tiene en cuenta?

50 respuestas

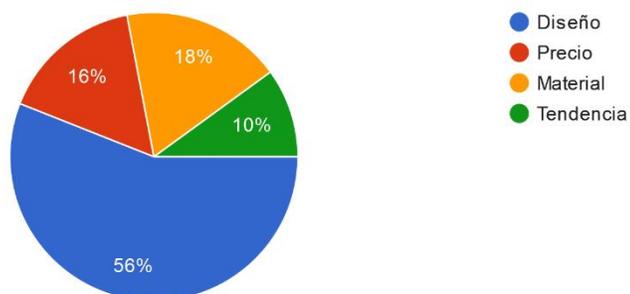


Ilustración 5 *Que tiene en cuenta al momento de comprar joyas*

De acuerdo con los resultados de la anterior grafica entendemos que las personas tienen mas en cuenta el diseño de los accesorios, y el precio de estas, un balance de calidad precio.

6. ¿Qué tipo de accesorios compra con más frecuencia?

50 respuestas

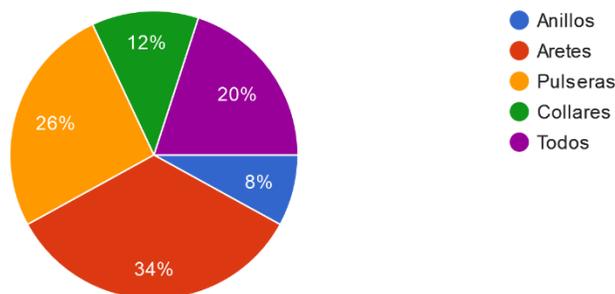


Ilustración 6 *Tipos de accesorios*

Evidenciamos con estos resultados obtenidos que los productos con mayor demanda son los aretes y pulseras, lo que nos permitirá tener mayor stock para cumplir con nuestros clientes.

7. ¿Con que frecuencia compra usted joyas?

50 respuestas

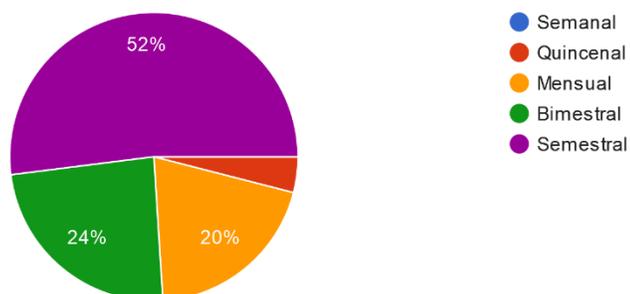


Ilustración 7 *Tiempo de compra*

Las personas encuestadas generalmente compran sus accesorios de manera semestral, seguidamente encontramos que un alto porcentaje de la demanda compra en un tiempo bimestral.

8. ¿Utilizaría joyas que tenga incorporado aromas?

50 respuestas

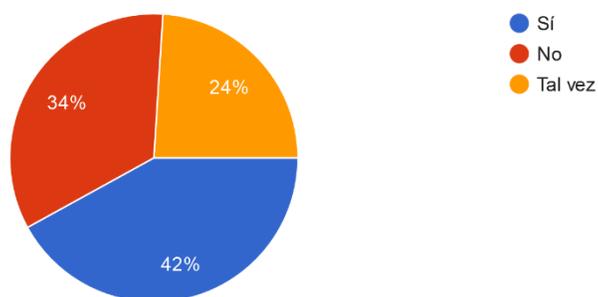


Ilustración 8 *Incorporación de aromas*

La innovación es importante en este proyecto, por lo tanto encontramos una gran viabilidad al incorporar aromas en nuestros productos ya que hubo gran aceptación por nuestros posibles clientes.

9. ¿Dónde compra sus joyas?

50 respuestas

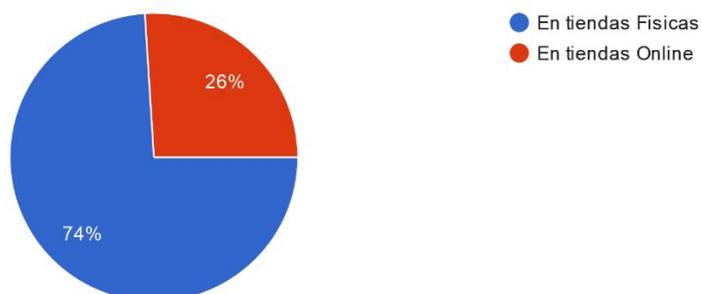


Ilustración 9 *Lugar de compra de joyas*

Evidenciamos que las personas aún siguen eligiendo las tiendas físicas para la compra de sus accesorios, pero no descartamos la probabilidad de abrir tiendas Online ya que queremos darle diferentes opciones a nuestros compradores para la elección de su joya.

5. Título 5. Descripción empresarial

5.1 Generalidades de la empresa

La empresa Krystal esta desarrollada bajo unos pilares financieros, administrativos y de calidad que brindarán la mejor utilización de la materia prima recolectada, asimismo distribuir y facturar productos joyería de alta calidad a nuestro cliente, generando así una nueva estandarización de los productos a nivel nacional a través de la innovación para alcanzar la autosostenibilidad empresarial y el mejoramiento continuo.

5.1.1 Socios:

La empresa krystal Joyería estará compuesto por dos socios

Yineth Meliza Castillo Torres

Daniela Fernanda Medina Gaviria

5.1.2 Ubicación de la empresa

La empresa está ubicada en el centro del municipio de Pitalito Huila, para mayor accesibilidad de nuestros clientes.

5.1.3 Nombre o Razón Social de la empresa:

La empresa tiene como nombre Krystal Joyería SAS

5.1.4 Constitución de empresa SAS

La Sociedad por Acciones Simplificada (SAS) puede ser constituida por una o varias personas, bien sean naturales o jurídicas, mediante contrato o acto unilateral que conste por

documento privado o escritura pública, el cual debe ser inscrito en el registro mercantil de la Cámara de Comercio correspondiente a su domicilio (Artículo 5 y 6 de la Ley 1258 de 2008).

Debe ingresar al portal de la Entidad: www.ccb.org.co y acceder a los servicios registrales de Constitución Virtual de SAS a través de la opción tramites y consultas:

- El solicitante debe ingresar al portal de la Cámara de Comercio de Bogotá, www.ccb.org.co, dirigirse a trámites y consultas y hacer clic en link Constitución Virtual de SAS.
- A continuación, debe leer los términos y condiciones y en caso de estar de acuerdo hacer clic en iniciar.
- El solicitante debe validar su identificación.
- Acto seguido debe hacer clic en crear una nueva solicitud en la que el servicio le solicitará la información del número del formulario del pre RUT y el número de teléfono relacionado en ese formulario.
- El sistema verificará que corresponda a un pre RUT válido y de ser el caso el solicitante podrá hacer clic en aceptar y confirmar.
- Posteriormente el solicitante deberá diligenciar cada uno de los formularios exigidos. Al respecto debe precisarse que el formulario “Matricular establecimiento de comercio” es opcional.
- Una vez diligenciados la totalidad de los formularios el sistema realizará la liquidación del valor a cancelar por la constitución de la sociedad y la eventual matrícula de un establecimiento de comercio.

- El solicitante envía las notificaciones a los accionistas con el fin que se lleva a cabo la revisión de los formularios y de los estatutos, cuya aprobación y consentimiento se realiza a través de la firma digital de los constituyentes.
- Finalmente, el solicitante efectúa el pago vía Proveedor de Servicios Electrónicos (PSE).
- La Cámara de Comercio de Bogotá notificará de la culminación exitosa del trámite. (CABRERA, 2018)

5.1.5 Objeto social:

La empresa está dedicada a la fabricación y comercialización de joyería personalizada a base de diferentes materiales como el cuarzo, oro, esmeraldas, plata, acero inoxidable y rodio en el municipio de Pitalito.

5.1.6 Responsabilidad social

En nuestra joyería garantiremos al cliente la trazabilidad de los metales y piedras con las que elaboramos nuestras piezas únicas desde el momento que son extraídos por organizaciones mineras artesanales y de pequeña escala con sello de aseguramiento llamado FAIRMINED que garantizan un desarrollo organizacional, social y de protección ambiental, en conjunto con un grupo único de mineros (Fairmined, 2014) y de artesanos laboyanos para el proceso de fabricación y entrega de una joya de calidad y sostenible.

Propuesta de valor:

Krystal Joyería busca principalmente satisfacer a los clientes a través de la calidad, innovación y fácil accesibilidad económica de los productos. Recordando que los artículos

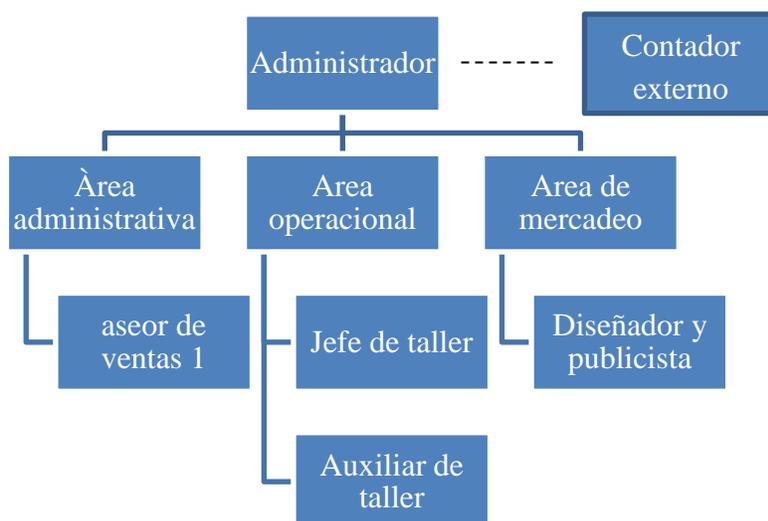
(Collares, aretes, pulseras y anillos), son elaborados en plata, aceros inoxidable, oro (laminado), esmeraldas y cuarzos. Con un valor diferenciador a la competencia nacional como lo es la implementación de diferentes perfumes en nuestros collares.

5.1.7 Necesidades y requerimientos técnicos

En primera instancia se requiere una base económica para la implementación de este proyecto, para realizar inversiones a nivel local y comercial, analizando y desarrollando un exhaustivo trabajo de marketing a través de las redes sociales mas importantes como (Instagram, Facebook), también por medio de herramienta off-line; ya logrando esto interviene la maquinaria, la parte inmobiliaria y los insumos que se necesitan para la producción y comercialización de los productos.

Por ultimo y no menos importante, la maquinaria cumplirá con altos estándares de calidad y nuestra infraestructura era optima y adecuada para la elaboración de nuestros productos como también los empleados.

5.1.8 Estructura orgánica del negocio



6. Título 6. Plan de negocio

6.1 Análisis de mercado

6.1.1 Mercado potencial

Nuestro mercado potencial se encuentra en Colombia, principalmente en el municipio de Pitalito Huila, hombre y mujeres entre los 18-35 años de edad.

Pitalito tiene un cálculo poblacional de 135.711 habitantes (según fuentes oficiales del Geoportal DANE en el 2020), de los cuales 67.348 son hombres (49.6%) y 68.363 son mujeres (50.4%). Pitalito refleja una mayor concentración poblacional en la zona urbana (el 59,06% de sus habitantes viven en el casco urbano) y la población restante (el 40,94%) se ubica en la zona rural.

(Pitalito, 2020)

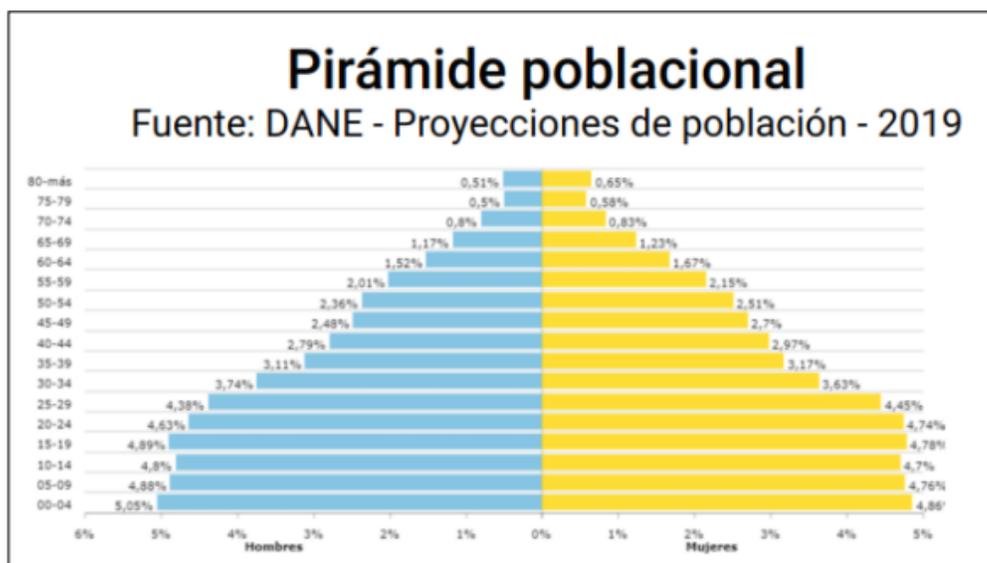


Ilustración 10 *Proyección de población*

Estas estadísticas nos permiten perfilar nuestro proyecto dentro de un gran mercado, ya que Pitalito es un municipio de mucho comercio por ende genera consumo masivo el cual, es un dato importante para la implementación de una Joyería.

6.1.2 Segmentación del mercado

En la tabla 1 se encuentra el resultado total para la segmentación del mercado obtenido por las encuestas.

Tabla 1

Segmentación del mercado objetivo

Segmentación geográfica	Pitalito – Huila
Segmentación demográfica	Rango edad: 18-35 años Mujeres: 70,6% Hombres: 29,4%
Resumen de segmentación	Mujeres y hombres en el rango de edad de 18 a 35 años en el municipio de Pitalito Huila.

Características de Comportamiento:

Hombres y mujeres que quieren llevar un estilo de vida elegante por lo tanto quieren tener una mejor apariencia con un grado de vanidad alto, el cual tienen capacidad económica para comprar joyas de diferentes tipos ya que su favoritismo es el oro y los materiales artesanales como cuarzo, esmeraldas y perlas, que son llamativos y duraderos.

6.1.3 Micro localización del proyecto

Krystal Joyería, queda ubicada en la carrera 4 en pleno centro del municipio de Pitalito para mayor accesibilidad por parte de los posibles clientes.



Ilustración 11 *Ubicación de Pitalito*

6.2 Análisis de la competencia

En la siguiente tabla 2 se muestra el análisis de la competencia en el municipio de Pitalito

Tabla 2

Análisis de la competencia

EMPRESAS	PRODUCTOS	DIRECCIÓN	DESCRIPCIÓN
JOYAS VANESSA	Anillos, Pulseras, cadenas y dijes, camándulas, relojería (Kevins, Cat, Loix Guess, Fossil, Citizen Kevin'S , Festina, Mario Hernandez,	Carrera 4 # 3-73 Pitalito	Empresa dedicada a la fabricación de joyería a base de oro blanco, oro de 18 kilates, Zircón, pulseras tejidas personalizadas y

	Casio, Edifice, M&H, G-Shock), Aretes (candongas, topos) anillos, Gafas.		comercialización de relojería de diferentes marcas.
JOYERÍA EL ZIRCÓN	Argollas matrimoniales, Anillos de compromiso, Anillos 15 Años, Anillos de grado, Joyería en Oro 18k, Joyería en plata ley 925		Elaboración y Reparación de joyas en Oro, plata y Acero.
CORBAN JOYERÍA	Relojería (D'mario, Totto, Fossil, CAT, Loix,) , Aretes en diferente material y motivos fantasía, pulseras.	Centro comercial San Antonio Plaza local 190	Comercializador de relojeria y joyerías, fabricantes en oro, oro laminado y acero .
CH JOYAS Y ACCESORIOS	Anillos, Cadenas (Set de cadenas). Candongas, Topos, porta gafas, EarCuff,, pulseras, Joyero, Cadenas personalizadas, rosario.	CC San Antonio - Pitalito	Empresa Comercializadora de Joyas en oro laminado, plata, baño de oro, Zircón, perlas de agua dulce.
ANGELLS ACCESORIOS	Collares, manillas, aretes, anillos, camándulas, pulseras entre muchos más.	Villa Matilde, Cl 5 ##13-17 segundo piso, Pitalito	Se elaboran accesorios personalizados para el gusto de todos. Accesorios en acero, en murano, en mostacilla. Se elaboran de acuerdo a tus gustos y colores.

ORO EXPRESS	Pulseras, Tobilleras, Anillos, aretes (Topos, Candongas, aretes de oro para bebés). Cadenas, Dijes	Cra. 4 #43, Pitalito	Es la cadena de joyerías con mayor presencia en el territorio nacional; con una experiencia de más de 36 años en el negocio de la venta y compra de joyas de oro, plata y electrodomésticos. A través de sus 180 sucursales. Cuenta además con una plataforma de ventas online; es el único outlet de joyas en Colombia, con precios asequibles para todos los presupuestos.
-------------	---	-------------------------	--

6.3 Estrategia de mercado

Realizar un acercamiento previo al sector con el ánimo de detectar necesidades, debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas, con los cuales se busca identificar y plantear las estrategias por medio de las 4P (Producto, precio, punto de venta y promoción) para el desarrollo de las fases posteriores del trabajo y para definir una fuente confiable de información veraz para dar a conocer nuestros productos al cliente, posicionarnos en el mercado y así incrementar las ventas.

6.3.1 Análisis DOFA

Tabla 3

DOFA

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
1. Desconocimiento en la elaboración de joyas por volúmenes altos	1. Tendencias en el mercado
2. Falta de experiencia debido a que la empresa será nueva dentro del mercado	2. Mercados que permiten la innovación de los productos por la implementación de la tecnología y estandarización de los productos.
3. Ser parte de un mercado que es bastante competitivo a nivel general en joyas.	3. Temporadas altas por las fechas especiales que se celebran a nivel nacional, internacional y familiares.
FORTALEZAS	AMENAZAS
1. Elaboración de productos de alta calidad, diseños exclusivos y únicos ya que nuestros productos tienen diferentes formas, olores, y son personalizadas por nuestros clientes	1. Existencia en el mercado de joyas más económicas y de baja calidad.
2. Responsabilidad social en la captación de nuestros materiales para la elaboración de las joyas	2. Productos sustitutos
	3. Precios inestables por parte de nuestros proveedores por la inestabilidad económica.

-
3. Precios justos y competitivos dentro
del municipio de Pitalito Huila
-

6.3.2 Estrategias DOFA

Tabla 4

Estrategia DOFA

FO	DO
1. Tener en cuenta a nuestro segmento establecido para la implementación de estrategias de publicidad y venta	1. Existe poco conocimiento de elaboración de joyas por volúmenes altos pero gracias a la innovación, tecnología y estandarización se cumplirá con las solicitudes del mercado, por eso se presentará al público joyas innovadoras y únicas.
2. Estrategias de promoción y valor de marca para mayor captación de nuestros clientes por la innovación de piezas únicas y con responsabilidad social.	2. Abastecer y aumentar el inventario con nuestros materiales diversos también según las diferentes personalidades de nuestros clientes para las temporadas altas.
FA	DA
1. Tener siempre en cuenta la personalidad y exclusividad en nuestras joyas para poder competir en	1. Asistir en fechas particulares en posibles ferias para estar y crear contactos y además de esto observar mas cerca nuestra competencia para

nuestro mercado de manera así tener mas claro nuestro valor diferenciador departamental y nacionalmente. en cuanto al mercado de joyería

2. Crear alianzas con los correctos proveedores para que el margen de precios no sea tan variable por la inestabilidad económica de nuestro país.
2. Capacitar nuestro personal para la eficiencia en la elaboración de joyas y cumplir con volúmenes altos.
-

6.3.3 Concepto del producto

Krystal Joyería se basa principalmente en cubrir la necesidad de los clientes al momento de poseer u obsequiar piezas con diseños exclusivos que garanticen su calidad. Todas las joyas son hechas con amor, para brindarle a los clientes la mejor experiencia al momento de adquirir nuestras diferentes líneas de productos, ya que se manejan diferentes materiales y además de esto, una línea innovadora, con insumos exclusivos como la sección de joyería con aroma.

De acuerdo a o analizado, se toma la decisión de dividir las líneas de la siguiente manera:

- Collares
- Anillos
- Aretes
- Pulseras

Estas líneas se manejarán de tres formas diferentes:

Joyas básicas: Son las joyas de mayor rotación, es decir, lo infaltables para nuestros clientes, como (cadenas sencillas, aretes, pulseras y anillos de un solo tono)

Joyas de colección: Aquí se encuentran las joyas de colección exclusivas el cual se producen en diferentes periodos de tiempo durante el año, es decir, joyas diferentes con mayor elaboración.

Joyas con aroma: Elaboración de joyas en materiales como en hilo y arcilla poliméricas para que absorban el aroma electo por el cliente en embalaje.

6.3.4 Las 4P



Ilustración 12 las 4 P del Marketing (Sanchez, 2019)

Producto:

El elemento más importante en una empresa es su producto o servicio, pero en el caso de nuestra empresa se hablará de producto, un bien con múltiples atributos (características, funciones, beneficios, usos) que dan la capacidad de ser intercambiado o usado con el fin de satisfacer objetivo individuales y organizacionales. (Gomez, 2019). Krystal joyería tendrá varias líneas de productos el cual se pueden complementar mutuamente como lo son los aretes, cadenas, pulseras y anillos. Por ende, hay unas características de vital importancia y es conocer nuestro producto, su desarrollo para dar a conocer nuestras líneas deberán aplicar estrategias la cual se

diferencia de las competencia y gracias a esto tendremos exclusividad en el mercado, estas características son:

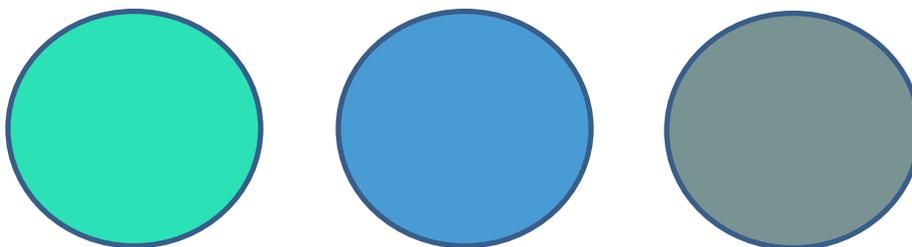
- **Logo:**



Ilustración 13 Logo

Este logo se compone principalmente por un diamante cristal que hace alusión a la joyería, por consiguiente, una estrella de 4 picos el cual significa constancia.

Se manejan 3 colores el cual hacen juego a una sola gama. El color azul aguamarina el cual representa paz, tranquilidad, equilibrio y estabilidad, el color azul turquesa se relaciona con la calma, alegría y lealtad. Por último, el gris oscuro que significa serenidad, fuerza y resistencia. Adjetivos que van alineados al nombre y propuesta.



- **Empaque:**

Nuestros empaques serán biodegradables, ya que tenemos una responsabilidad social, y así se evita mayor desgaste de nuestro ecosistema



Ilustración 14 *Empaque elegante*



Ilustración 15 *Bolsas biodegradables YUTE*

- Innovación del producto

Los productos tienen diferentes valores diferenciadores con los demás, y es la línea de collares con perfumes que apunta a la innovación por lo tanto se convierte en un producto estrella con altos estándares de calidad ya que se cuenta con materiales oro (laminado) y collares con cuarzo y esmeraldas e insumos artesanales.

Su proceso será de la siguiente manera:

Se elabora una almohadilla con un material llamado con paño lency, el cual se impregnará el aroma de preferencia del cliente, se introduce al fondo de la botella de cristal y por ende se incluye allí adentro el collar electo por el cliente. Hay que tener en cuenta que el collar debe encontrarse en una línea específica de productos, es decir, joyas elaboradas con arcilla poliméricas e hilos. Se recomienda que, al destapar y utilizar el collar, se tape la botella para que perdure su fragancia, por otro lado, ya utilizada la joya, se debe volver a dejar en su empaque para que se recargue de su perfume.



Ilustración 18 *Material Lency*



Ilustración 16 *Botella de cristal*



Ilustración 17 *Material Arcilla polimérica*

Precio:

El fijar los precios de los productos ofrecidos es de vital importancia para la empresa ya que es un instrumento de crecimiento empresarial, por esto se realizará una estrategia de precios para alcanzar mayor competitividad. Por eso, krystal joyería ha decidido aplicar tres estrategias importantes para así fijar los precios y poder adquirir la lealtad de los clientes.

De acuerdo a lo anterior se implementarán las siguientes estrategias de precios:

- Estrategia de precios psicológicos: esta estrategia consiste en fijar un precio a al producto tratando de conseguir que el consumidor actúe más por la emoción que por la lógica o la razón, (García, 2017) es decir, que en lugar de establecer un precio redondeado se pone uno menor. Los precios se manejarán de tal forma que un collar que cuesta 40.000 costará 3.990, esto hará que inmediatamente el cliente evalúe y compre el producto por que es “mas económico” el cual solo sería muy poca la diferencia.

- Estrategias de precios hi-lo: esta estrategia o método generalmente se utiliza cuando un artículo de alto valor después de un tiempo pierde su relevancia ante los ojos del cliente. (Pursell, 2021) por ende, como joyería se aplicará esta estrategia cada vez que llegue una nueva colección, es decir, las colecciones anteriores a la nueva tendrán descuento dependiendo de su tiempo de exhibición. Como ejemplo, la colección de octubre (Halloween) entrará en descuento ya que saldrá una nueva que sería la colección de noviembre – diciembre (navideña).

- Estrategia de precios por paquete: consiste en que la empresa fijará un precio final menor por la compra de varios productos, por ende, la empresa realizará esta estrategia de la siguiente forma: los precios por paquetes serán reflejado por colecciones, es decir, el cliente tomará diferentes líneas de una misma colección (1 aretes, 1 collar, 1 pulsera, 1 anillo), según disponibilidad de la colección.

- Estructura de precios base del portafolio de productos de la empresa (artículo por artículo). Para desarrollar el estudio financiero es indispensable este estudio de precios (valor por cada artículo, y márgenes previstos de ganancias)

Portafolio de productos de la empresa

Tabla 5

Productos con aroma

Con aroma	
Cadenas	\$25.000
Pulseras	\$33.000

Tabla 6

Producto de oro

Oro de 18k	
Producto	Precio
Cadenas	\$740.000
Aretes	\$295.000
Pulseras	\$384.000
Anillos	\$493.000

Tabla 7

Productos en plata

Plata 925

Cadenas	\$70.000
Aretes	\$50.000
Anillos	

Tabla 8*Productos en acero*

Acero	
Choker	\$22.500
Cadenas	\$21.000
Pulseras	\$25.000
Aretes	\$12.000
Anillos	\$15.000

Tabla 9*Productos en cuarzo*

Cuarzo	
Cadenas	32.000
Pulseras	27.000

Tabla 10*Productos en esmeralda*

Esmeraldas	
------------	--

Aretes	\$360.000
--------	-----------

Tabla 11

Productos en joyería artesanal

Artesanales	
Pulseras	\$15.000
Choker	\$20.000

Promoción

Al hablar de promoción se refiere especialmente a todas los canales, medios o formas que el producto o servicio que se ofrece lo conozca el público al que deseamos llegar. Es por eso que existen infinidad de estrategias de promoción, que las empresas como krystal joyería utilizan para llamar la atención de los posibles clientes y por ende existan beneficios como el incremento de ventas, reconocimiento de marca, fidelización por parte de los clientes etc.

Krystal joyería ha tomado un mix de estrategias que engloban los medios tradicionales y digitales para cumplir con los objetivos los cuales son:

- **Publicidad:**

Medios tradicionales / off-line

Volantes



Ilustración 19 *Volante de Krystal Joyería*

Medios digitales/ online

Campañas con influencers locales: pautar con jóvenes influenciadores en redes sociales llegando a un acuerdo mutuo ya sea por medio de dinero o canje. Es decir, se contrata a una o dos personas en el mejor caso jóvenes para realizar un acuerdo para que promocioe nuestras joyas en sus redes sociales y así tener un mayor alcance en el municipio de Pitalito.

Anuncios publicitarios por redes sociales como Instagram y Facebook, pagando una cuota mensual considerable y asequible.

- **Promoción de ventas:**

Stand o punto de venta de producto: la empresa será participe de los eventos realizados de manera privada o pública, es decir por medio de ferias, exposiciones, asociaciones etc., se tendrá presencialidad en un stand para exhibir nuestras líneas de productos y los clientes conozcan la marca.

Regalo o sorteo de productos: se realizarán descuentos en fechas especiales (san valentín, mes de la mujer, black friday, día sin IVA etc..) Por medio de juegos como ruleta de descuentos, explotar bomba de descuentos (bombas en látex con papeles por dentro de porcentajes de descuento que cada cliente explota por compras mayores a 50.000 pesos).

Programa de incentivos/fidelización a clientes de referencia: también se tendrá un descuento especial (30% dcto.) Por el mes de cumpleaños de los clientes vip registrados en la base de datos.

Evento de presentación del producto: se realizará eventos privados en donde se invitará a los clientes vip a conocer las nuevas colecciones, el cual disfrutarán de un brunch como muestra de agradecimiento a su fidelidad con nosotros.

Plaza

La plaza es de gran importancia ya que es el responsable de cómo llegar al cliente con sus productos, es decir, dónde el público objetivo llega a krystal joyería por medio establecimientos físicos o tiendas virtuales.

Krystal joyería se llevará a cabo de manera virtual y física, para así nuestros posibles clientes puedan encontrarnos de manera fácil y adquieran los productos a ofrecer. Es por eso que necesitamos analizar variables como:

- **Lugar de compra del producto:** Se establece como principal lugar un local en el centro donde hay mayor circulación de personas, en donde se encontrará en el mostrador la gran variedad de colecciones y líneas de productos, para elección del cliente. Por otro lado, se tendrá en cuenta nuestra página virtual de Instagram donde encontrarán nuestro catalogo y los productos existentes y podrá contactarnos por ese medio o vía WhatsApp ya que se habilitará una línea específica para atención al cliente.

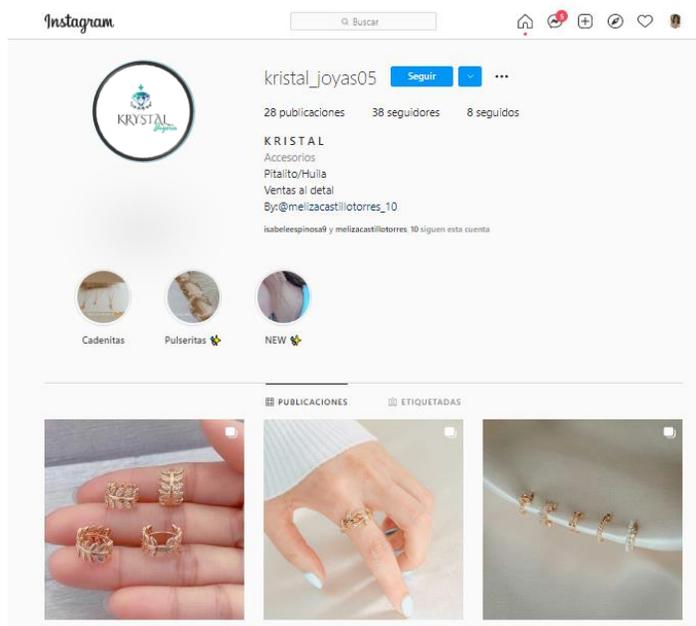


Ilustración 20 *Página oficial de Instagram*

- **Almacenamiento:**

Se manejará un stock amplio en los productos de mayor rotación (básicos) en nuestra bodega del local, y menor stock de las líneas de colección ya que es joyería exclusiva.

- **Canales de distribución:**

Krystal joyería maneja un canal de distribución directo ya que es el productor y se entrega de manera directa a nuestro consumidor por medio de nuestros canales de venta (online, tienda física propia)



Ilustración 21 *Canal de distribución directo*

- **Canal online:** Se manejará el e-commerce como medio de compra por medio de canales como Instagram, WhatsApp y nuestra página web.



Ilustración 22 *Canal online*

6.3.5 Flujograma de procesos comerciales y de abastecimiento

Flujo grama de procesos comerciales y de abastecimiento (flujo de valor)

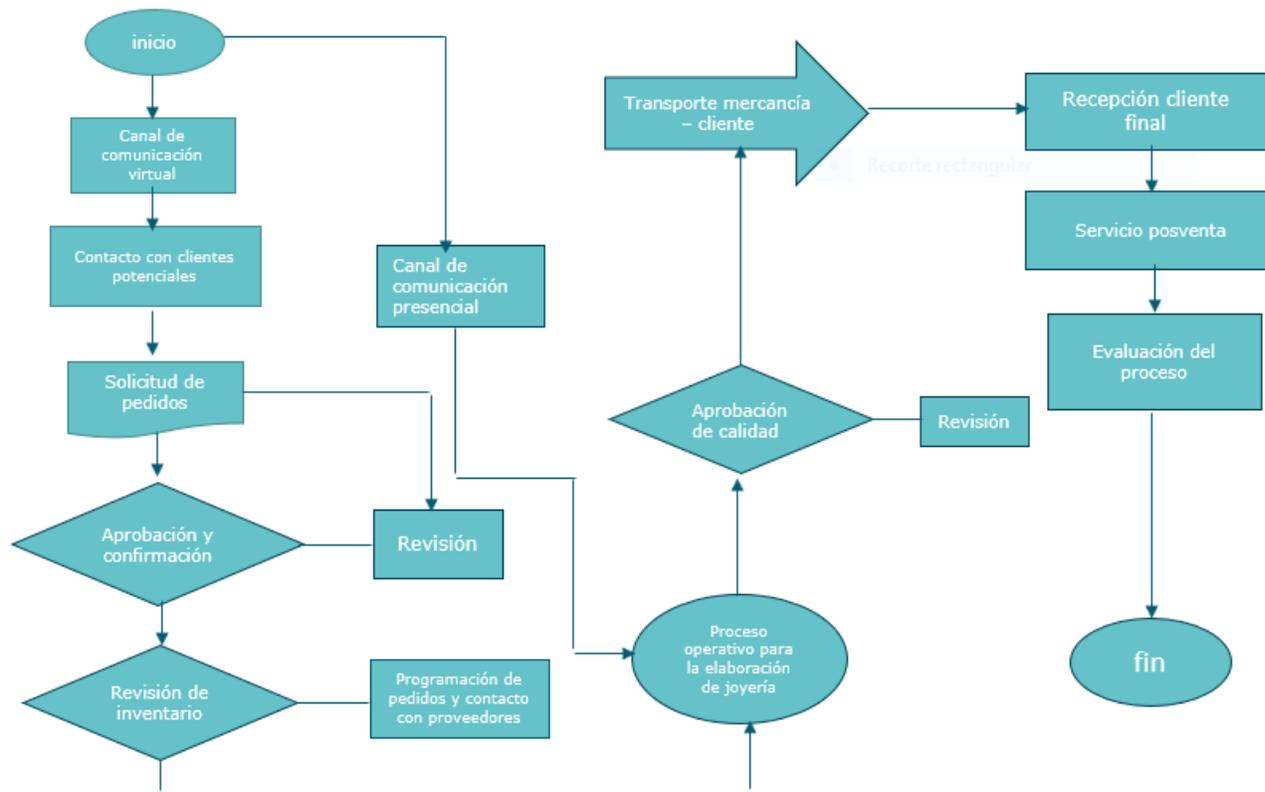


Ilustración 23 *Flujograma Comercial*

6.4 Estudio técnico productivo

6.4.1 Estudio técnico de la maquinaria

A continuación, en la tabla 12. se muestra la maquinaria requerida para la elaboración de los diferentes tipos de joyas.

Tabla 12

Maquinaria para elaboración de joyas

Vacum	\$1.887.917
Pulidor	\$900.000

Kit de pinzas	\$109.000
Visor de aumento	\$80.000
Mesa para pulidora	\$2.500.000
Lima para joyas	\$150.000
Fresadora	\$320.000
Soplete de oxígeno	\$159.000
Laminador	\$1.000.000
Martillos	\$196.000
Arco de cierra	\$75.000
Mesa de joyería	\$300.000
Grabador laser	\$562.950

Fuente: (Elaboración propia)

6.4.2 Necesidades de mobiliario

Tabla 13

Productos mobiliarios

PRODUCTO	PRECIO
Mesas de producción	\$240.000
Sillas ergonómicas (2)	\$250.000
Computador portátil	0
Impresora	\$249.000
Lámparas de escritorio	\$40.000

Organizadores plásticos, gabinetes, estantes	\$450.000
Mesa para escritorio	\$30.000
Papelera y utensilios de aseo	\$50.000

Fuente: (Elaboración propia)

6.4.3 Necesidades de materia prima e insumos

Tabla 14

Materia prima e insumos

Material	Cantidad	Precio
Esmeraldas 2,9mm	10	\$790.000
Plata	200gr	\$680.000
Oro 18k	27gr	\$4.714.524
Acero inoxidable 306	3	\$570.000
Cuarzo	70	\$490.000
Diamantes de 1 punto	100	\$1.100.000
Perlas de agua dulce	200	\$60.000
Escancias	5	\$60.000
Gemas	\$300.000	\$45.000
Figuras de arcilla polimérica	300.000	\$37.500

Circonita cubica de 0.8g	200	\$45.000
Fragancias	5	\$67.000
Mini botellas de vidrio	50	\$174.000
Hilos	10	\$65.000
Paño lency	10	\$59.000
Mostacilla china	6	\$6.000

Fuente: (Elaboración propia)

6.4.4 Necesidades de mobiliaria para tienda

Tabla 15

Mobiliaria para punto físico

Caja registradora	\$300.000
Espejos	\$380.000
Estantes de vidrio	\$500.000
Cuellos de exhibidor	\$300.000
Vitrinas para exhibir	\$2.500.000
Protocolo de bioseguridad	\$100.000
Artículos de decoración y pintura	\$500.000

6.4.5 Gastos operativos

Tabla 16

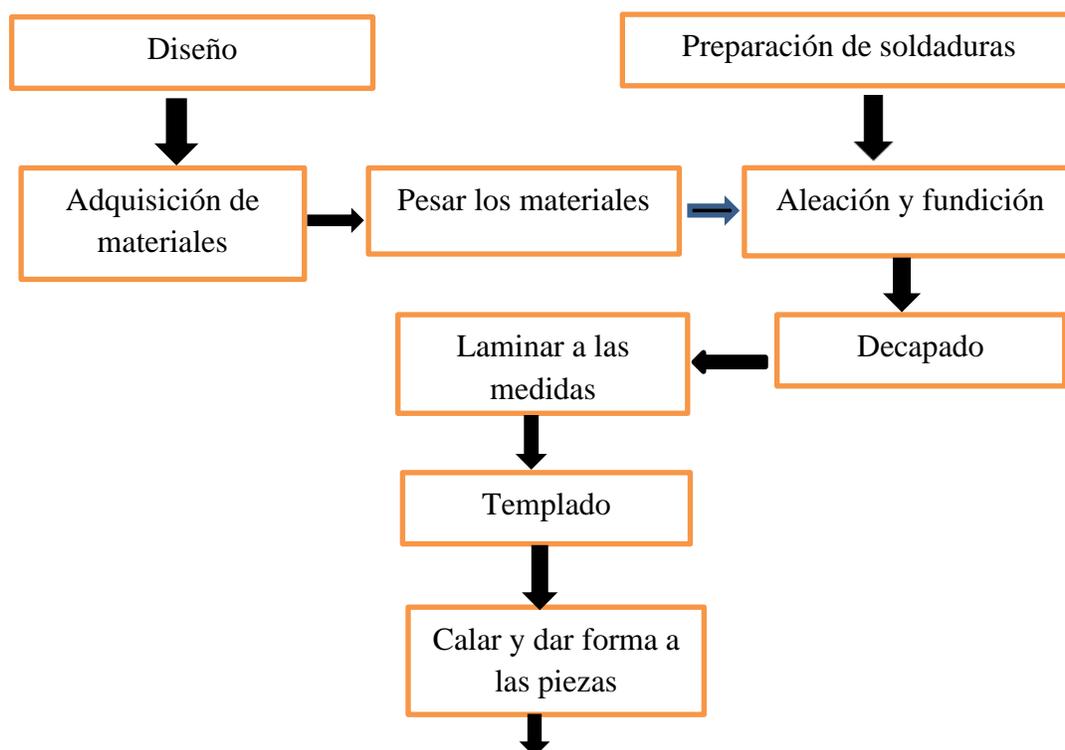
Gastos operativos

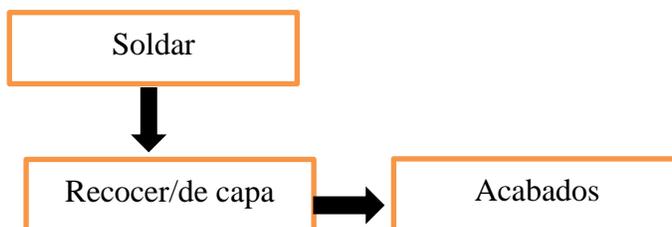
GASTOS OPERATIVOS	MENSUALES	ANUAL
Energía	\$ 400.000,00	\$4.800.000,00
Agua	\$ 60.000,00	\$720.000,00
Red de internet y teléfono	\$ 60.000,00	\$720.000,00
TOTAL	\$ 520.000,00	\$6.240.000,00

6.4.6 Flujograma.

Armado

Es un proceso que se utiliza para producción al detal, se trata de fabricar manualmente el diseño que se tiene en papel.





Fuente: (Elaboración propia)

6.4.7 Descripción de proceso de producción

Para la fabricación de joyas elaboradas con materiales que requieran de fundición como el oro, la plata y el acero inoxidable se tienen que tomar en cuenta ciertos aspectos fundamentales. Se debe de determinar el diseño y así poder saber los materiales más adecuados para dicha elaboración. La mano de obra y el tiempo que llevara la elaboración de la pieza de joyería.

A continuación, se describirá el proceso de fabricación de joyas:

Tabla 17

Proceso de producción

Nombre del proceso	Características operativas	Descripción
Fundición	Personal Involucrado: 1 Tiempo Estimado: 20 min Maquinaria: Soplete de Oxígeno Insumos: Cuchara Crisol – Lingotera	Calentar el metal en bruto hasta generar cambio de estado de sólido a líquido, dándole posteriormente forma en un molde (lingote) una vez se enfríe.

Decapado 1	Personal Involucrado: 1	Tratamiento químico para
	Tiempo Estimado: 40 min	eliminar el óxido generado por el
	Maquinaria: Estufa	contacto del metal con el aire
	Insumos: Alumbre y Agua	durante la fundición.
Trefilado y	Personal Involucrado: 1	Introducir el lingote en
laminado	Tiempo Estimado: 240	una máquina que a presión reduce
	min	el espesor del lingote a la medida
	Maquinaria: Trefiladora y	requerida. Posteriormente
	Laminadora	mencionada pieza atraviesa una
		lámina dotada de orificios con el
		objeto de formar hilos de diámetro
		requerido.
Recocido 1	Personal Involucrado: 1	Tratamiento térmico para
	Tiempo Estimado: 40 min	brindar
	Maquinaria: Soplete de	dureza al metal trabajado y
	Oxígeno	evitar
		futuros agrietamientos
Calado, limado y	Personal Involucrado: 1	Calar: Eliminar grandes
soldadura	Tiempo Estimado: 120	sobrantes de material con una
	min	sierra muy fina.
	Maquinaria: Caladora –	Limar: Eliminar pequeñas
	Lima - Soplete de oxígeno	

		imperfecciones en el material por medio de unas herramientas llamadas limas
		Soldar: Unir mediante acción térmica las dos puntas del lingote a fin de dar forma a la figura redonda del Anillo
Decapado2	Personal Involucrado: 1 Tiempo Estimado: 40 min Maquinaria: Estufa Insumos: Alumbre y Agua	Tratamiento químico para eliminar el óxido generado por el contacto del metal con el aire durante la soldadura.
Recocido 2	Personal Involucrado: 1 Tiempo Estimado: 40 min Maquinaria: Soplete de Oxígeno	Tratamiento térmico para brindar dureza al metal trabajado y evitar futuros agrietamientos
Definición de la forma final	Personal Involucrado: 1 Tiempo Estimado: 60 min Maquinaria: Estaca- Martillo de Vinilo	Aprovechando el calor ha transferido a la pieza en el paso anterior, se malea la misma afianzando su forma final
Limado	Personal Involucrado: 1	Eliminación final de imperfecciones en el anillo

	Tiempo Estimado: 600 min	mediante el uso de progresivo de limas gruesas a finas.
	Maquinaria: Lima Bastarda - Lima Musa - 7 Limas Especiales	
Brillado	Personal Involucrado: 1 Tiempo Estimado: 240 min	Tratamiento químico de contacto que le brinda el acabado final a la Pieza
	Maquinaria: Buril Insumos: 2 Felpas (Blanca y Amarilla) 3 Pastas de Brillo (Roja, Blanca y Verde)	

Fuente: (Elaboración propia)

6.4.8 Ficha técnica

Para la obtención del precio de venta de los productos, se elaboró una ficha técnica con el fin de conocer el costo del proceso de producción de cada joya, para esto se tendrán en cuenta los costos de materia prima, costos de producción (agua, luz, internet) y mano de obra.

Anillos

Tabla 18*Ficha técnica de anillos*

Mano de obra directa
Diseñador-12.000
Joyero-11.000
Luz-1.6000
Agua-1.3000
Total costos fijos
\$25. 000

**Ilustración 24 Anillo****Tabla 19***Materia prima*

Materia	Unidad	Cantidad	Valor	Valor
prima			unitario	total
Oro de 18k	Gramo	1.5	\$60.000	\$261.000
Circonita	Cantidad	18	\$215	\$3.800
cubica de 0.8g				
Crisol de	Cantidad	1	\$125	\$125
barra				
Aleación	Gramos	1,5	\$5.060	\$7.590
Yeso de	Gramos	1	\$2.800	\$2.800
revestimiento				

Parafina	Unidad	1	\$500	\$500
Cera	Unidad	1	\$8.000	\$8.000
Bórax	Gramos	0.1	\$10	\$1
Seguetas	Unidad	1	\$444	\$444
Alcohol	Mililitros	0	\$8	\$0
industrial				
Lija 320	Unidad	0.30	\$1.000	\$300
Lija 360	Unidad	0.30	\$1.000	\$300
Lija 400	Unida	0.30	\$1.000	\$300
Lija 600	Unidad	0.30	\$1.000	\$300
Pasta de	Gramo	3	\$108	\$324
brillo rojo				
Pasta de	Gramo	3	\$108	\$324
brillo blanco				
Felpa de	Unidad	0.001	\$750	\$8
brillo blanco				
Felpa de	Unidad	0.001	\$750	\$8
brillo amarillo				
Engaste	Unidad	3	\$-	\$-
Rodinado	Unidad	1	\$3.000	\$3.000
Grabado	Unidad	1	\$-	\$-
Terminado y	Unidad	1	\$-	\$-
pulido				

Estuche	Unidad	1	\$7.000	\$4.000
---------	--------	---	---------	---------

Tabla 20

Total de materia prima

Total materia prima	\$309.924
Costos fijos	\$25.000
Total	
\$328.924	
Utilidad 50%	
\$164.462	
Precio de venta:	\$493.386

6.4.9 Infraestructura

En relación a la infraestructura requerida para el funcionamiento de la tienda física de Kristal, se tomará un local en arriendo de aproximadamente \$1.000.000, que cuente con espacio suficiente para el montaje de la joyería y estará ubicado en el centro de la ciudad, dicha ubicación se determinó gracias a que esa es una de las zonas más transitadas y comerciales de la ciudad. En cuanto al taller estará ubicado en el barrio Puertas del Sol en la ciudad de Pitalito, esto gracias a que uno de los socios se ofreció a prestar una habitación de su casa, la cual cuenta con los requerimientos necesarios para la puesta en marcha del taller.

6.4.10 Talento humano

Este estudio se realiza con el fin de estructurar el área organizacional de la empresa definiendo los cargos de los empleados y estableciendo sus funciones para así organizar de la mejor forma su personal.

6.4.11 Denominación de cargos

Kristal joyas denomina los cargos de sus empleados de la siguiente manera:

Administrador, Diseñador, jefe de taller, Joyero, Vendedor

Nombre del cargo: Administrador

Persona encargada de representar legalmente a la empresa, así como coordinar, administrar y dirigir las labores de la compañía, es el responsable de su desarrollo.

Funciones

Representar a la Joyería en cualquier actividad legal en la que ésta participe o sea vea involucrada.

Establecer la planeación financiera de la empresa y mantener un control permanente sobre esta área.

Solución, logrando así la optimización de las utilidades de la empresa.

Conocer la situación económica de la empresa y buscar solución a las eventualidades que se puedan presentar en este aspecto.

Nombre del cargo: Jefe de Taller

El jefe de producción es el responsable de la planeación, programación y control del área productiva de la empresa.

Funciones

Planear la producción y los turnos de trabajo mensualmente.

Pasar informes al gerente a cerca de la producción y funcionamiento de la maquinaria.

Realizar reuniones periódicas con el Gerente para discutir las eventualidades que

Ocurran en el taller y planear las actividades que ocurren es éste.

Coordinar la provisión de insumos necesarios en el desarrollo de las actividades para prestar eficientemente los servicios de asesoría en diseño y productos.

Nombre del cargo: Diseñador

Se encarga de la creación de joyas que representen un diseño propio y personal de la marca, siempre atendiendo a las tendencias y necesidades actuales del consumidor.

Nombre del cargo: Joyero

Es responsable ante el jefe de taller por las diversas tareas asignadas

Funciones

Recibir los materiales e insumos para realizar las joyas.

Velar por el cuidado de la maquinaria y demás elementos del trabajo asignado.

Hacer el mantenimiento preventivo de limpieza a la maquinaria asignada con el debido tiempo.

Realizar las operaciones de fabricación asignadas con un alto grado de calidad y eficiencia.

Nombre del cargo: Vendedor

El vendedor es el encargado de utilizar las herramientas de Promoción de la empresa buscando la captación de nuevos clientes.

Funciones:

- Utilizar las técnicas disponibles de promoción de la empresa.
- Explicar adecuadamente al cliente las posibilidades que ofrece el producto.
- Evaluar las necesidades del cliente.
- Gestionar el cobro de las ventas realizadas e informar sobre las maneras de crédito y

pago.

Tabla 21

Nómina

CARGO	DIAS	MENSUAL	ANUAL
Administrador	30	\$ 1.200.000,00	\$ 14.400.000,00
Diseñador	30	\$ 1.000.000,00	\$ 12.000.000,00
Jefe de taller	30	\$ 1.200.000,00	\$ 14.400.000,00
Joyero	30	\$ 1.000.000,00	\$ 12.000.000,00
Vendedor	30	\$ 908.526,00	\$ 10.902.312,00
TOTAL		\$ 5.308.526,00	\$ 63.702.312,00

6.5 Estudio económico y financiero

La inversión total es la suma de los siguientes activos fijos, costos diferidos y capital de trabajo; con los que se deberá contar para iniciar la actividad económica del proyecto.

6.5.1 Inversión inicial en pesos

Tabla 22

Inversión Inicial

Activos fijos	cantidad	Valor unidad	valor total
Muebles y enseres			
Mesas de producción	1	\$ 240.000,00	\$ 240.000,00
Sillas ergonómicas	2	\$ 250.000,00	\$ 500.000,00
Impresora	1	\$ 249.000,00	\$ 249.000,00
Lámparas de escritorio	2	\$ 40.000,00	\$ 80.000,00
Organizadores plásticos, gabinetes, estantes	1	\$ 450.000,00	\$ 450.000,00
Mesa para escritorio	1	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00
Caja registradora	1	\$ 300.000,00	\$ 300.000,00
Espejo grande	1	\$ 300.000,00	\$ 300.000,00
Espejos pequeños	3	\$ 30.000,00	\$ 90.000,00
Estantes de vidrio	3	\$ 60.000,00	\$ 180.000,00
Cuellos de exhibidor	4	\$ 22.000,00	\$ 88.000,00
Vitrinas para exhibir	2	\$ 1.500.000,00	\$ 3.000.000,00
Total muebles y enseres			\$ 5.507.000,00
Maquinaria y equipo			
Vacum	1	\$ 1.887.917,00	\$ 1.887.917,00
Pulidor	1	\$ 900.000,00	\$ 900.000,00
Kit de pinzas	1	\$ 109.000,00	\$ 109.000,00
Visor de aumento	1	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00
Mesa para pulidora	1	\$ 2.500.000,00	\$ 2.500.000,00
Lima para joyas	1	\$ 150.000,00	\$ 150.000,00
Fresadora	1	\$ 320.000,00	\$ 320.000,00
Soplete de oxígeno	1	\$ 159.000,00	\$ 159.000,00
Laminador	1	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00
Kit martillos	1	\$ 196.000,00	\$ 196.000,00
Arco de cierra	1	\$ 75.000,00	\$ 75.000,00
Mesa de joyería	1	\$ 300.000,00	\$ 300.000,00
Grabador laser	1	\$ 562.950,00	\$ 562.950,00
Amplificador de argollas	1	\$ 1.200.000,00	\$ 1.200.000,00
Total maquinaria y equipo			\$ 9.439.867,00
Total activos fijos			\$ 14.946.867,00

(continuación)

Activos diferidos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Gastos de constitución			
Camara de cmercion (registro mercantil)	1	\$ 526.680,00	\$ 526.680,00
Registro industria y comercio	1	\$ 1.147.895,00	\$ 1.147.895,00
Uso de suelo	1	\$ 9.200,00	\$ 9.200,00
Sayco y Acinpro	1	\$ 10.700,00	\$ 10.700,00
Bomberos	1	\$ 215.000,00	\$ 215.000,00
Higiene y sanidad	1	\$ 85.000,00	\$ 85.000,00
Total gastos de constitución			\$ 1.467.795,00
Total activos diferidos			\$ 1.467.795,00
Capital de trabajo	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Gastos de administración	1	\$ 1.340.000,00	\$ 1.340.000,00
Gastos de ventas	1	\$ 2.005.000,00	\$ 2.005.000,00
Nomina	1	\$ 5.517.052,00	\$ 5.517.052,00
Iventario inicial	1	\$ 10.856.527,00	\$ 10.856.527,00
Otros gastos	1	\$ 3.500.000,00	\$ 3.500.000,00
Total capital de trabajo			\$ 21.878.579,00
Total inversión			\$ 38.293.241,00
%Inversión a financiar			100%
TOTAL INVERSIÓN A FINANCIAR			\$ 38.293.241,00

En el anterior cuadro se puede observar la inversión necesaria para la puesta en marcha de la empresa, que equivale a \$38.293.241. Este presupuesto será financiado en su totalidad por los socios. La responsabilidad de los socios será:

Tabla 23

Inversión De Socios

Socios	%	Valor de la inversión
Meliza Castillo Torres	50%	\$19.146.620
Daniela Medina Gaviria	50%	\$19.146.620
Total inversión		\$38.293.241

6.5.2 Proyección de ventas

Para este proceso se tuvo en cuenta el coste de producción cada pieza y se acumuló el valor promedio por línea de producto, para aplicarlo a la proyección de ventas. Se realiza multiplicando las cantidades a vender por línea y el valor promedio. De esta manera, la herramienta de costeo arrojó la cantidad que debemos vender por línea.

Tabla 24

Proyección De Ventas

LINEA	Valor unidad	Número de ventas por mes	Total ventas primer mes	Total ventas 1 año
CON AROMA				
Cadenas	\$ 25.000,00	22	\$ 550.000,00	\$ 12.100.000,00
Pulseras	\$ 33.000,00	28	\$ 924.000,00	\$ 11.088.000,00
Total L.Aroma			\$ 1.474.000,00	\$ 17.688.000,00
ORO DE 18K				
Cadenas	\$ 740.000,00	4	\$ 2.960.000,00	\$ 35.520.000,00
Aretes	\$ 295.000,00	9	\$ 2.655.000,00	\$ 31.860.000,00
Pulseras	\$ 384.000,00	6	\$ 2.304.000,00	\$ 27.648.000,00
Anillos	\$ 493.000,00	5	\$ 2.465.000,00	\$ 29.580.000,00
Total L.Oro			\$ 10.384.000,00	\$ 124.608.000,00
PLATA				
Cadenas	\$ 70.000,00	10	\$ 700.000,00	\$ 8.400.000,00
Aretes	\$ 50.000,00	30	\$ 1.500.000,00	\$ 18.000.000,00
Total L.Plata			\$ 2.200.000,00	\$ 26.400.000,00
ACERO				
Choker	\$ 22.500,00	10	\$ 225.000,00	\$ 2.700.000,00
Cadenas	\$ 21.000,00	12	\$ 252.000,00	\$ 3.024.000,00
Pulseras	\$ 25.000,00	14	\$ 350.000,00	\$ 4.200.000,00
Aretes	\$ 12.000,00	40	\$ 480.000,00	\$ 5.760.000,00
Anillos	\$ 15.000,00	11	\$ 165.000,00	\$ 1.980.000,00
Total.L.Acero			\$ 1.472.000,00	\$ 17.664.000,00
CUARZO				
Cadenas	\$ 32.000,00	15	\$ 480.000,00	\$ 5.760.000,00
Pulseras	\$ 27.000,00	20	\$ 540.000,00	\$ 6.480.000,00
Total L.Cuarzo			\$ 1.020.000,00	\$ 12.240.000,00

ESMERALDAS				
Aretes	\$ 360.000,00	10	\$ 3.600.000,00	\$ 43.200.000,00
Total L.Esmeralda			\$ 3.600.000,00	\$ 43.200.000,00
ARTESANALES				
Pulseras	\$ 15.000,00	30	\$ 450.000,00	\$ 5.400.000,00
Choker	\$ 20.000,00	25	\$ 500.000,00	\$ 6.000.000,00
Total L.Artesanal			\$ 950.000,00	\$ 11.400.000,00
Total ventas proyectadas			\$ 21.100.000,00	\$ 253.200.000,00

La grafica anterior muestra una proyección de venta del primer mes y el primer año. Esto quiere decir que la venta total en el primer mes equivale a \$ 21.100.000,00, y a un año se estima un acumulativo de ventas de \$253.200.000, 00

Para calcular el porcentaje de ventas mes a mes y posteriormente anual, no se tuvo en cuenta la frecuencia de compra según la investigación de mercado, ya que las encuestas arrojan un incremento de compra semestral, dato que no favorece a la empresa. Además se debe tener en cuenta que la encuesta se presentó a una pequeña población en la ciudad de Pitalito, y el objetivo de la empresa es estar presente de manera virtual en todas las ciudades del país con ayuda de publicidad por redes sociales y pagina web, es por esto que se tomó como principal referente el costo inicial de compra de materia prima, ya que se calculó a un presupuesto mensual. Por otro lado, sí se tuvo en consideración el tipo de accesorio y material que más prefieren las personas según el estudio de campo realizado.

De este modo se calculó el presupuesto de costo de la materia prima por un número determinado de productos de cada línea, que se espera vender de manera mensual, tal como se representa en la gráfica.

6.5.3 Punto de equilibrio

Para calcular el punto de equilibrio se hizo por línea de materiales, teniendo en cuenta su valor promedio y su costo variable promedio, en cuanto a los costos fijos, se calculó el total de costos fijos mensuales y se dividió el total dentro de las 7 líneas por partes iguales, como se muestra en la siguiente tabla.

En el grafico anterior se logró determinar el número de unidades que deben ser vendidas anualmente para lograr el equilibrio en las ventas; la línea de producto se estableció por el material de la joya.

Tabla 25

Punto De Equilibrio

Linea de productos por materia	Ventas	Costo fijo mensual	Costo variable	punto de equilibrio en unidades
Oro de 18k	\$ 10.384.000,00	\$ 170.000,00	\$ 4.809.587,00	31665
Aroma	\$ 1.474.000,00	\$ 40.000,00	\$ 172.000,00	4528
Plata	\$ 2.200.000,00	\$ 80.000,00	\$ 605.580,00	110384
Acero	\$ 1.472.000,00	\$ 70.000,00	\$ 298.750,00	87824
Cuarzo	\$ 1.020.000,00	\$ 30.000,00	\$ 225.140,00	39497
Esmeraldas	\$ 3.600.000,00	\$ 90.000,00	\$ 1.329.000,00	142668
Artisanal	\$ 950.000,00	\$ 13.000,00	\$ 273.120,00	18345

Conclusiones

El objetivo principal del trabajo fue diseñar un plan de negocios para constituir KRYSTAL JOYERIA, en el municipio de Pitalito, Huila. Según los resultados de la investigación realizada, se analizó que realmente es viable financiera y económicamente el proyecto, teniendo en cuenta que se llegó a un punto de equilibrio donde se muestra la posibilidad de aumentar los ingresos y por ende generar rentabilidad y sostenibilidad gracias a cada una de las estrategias realizadas para poder alcanzar la satisfacción y asimismo la fidelización por parte del público objetivo identificado.

Anexos

ENCUESTA

Nuestro objetivo es conocer el mercado y el grado de aceptación de una exclusiva y novedosa joyería en el municipio de Pitalito.

1. ¿Cuál es su sexo?
 - a. Femenino
 - b. Masculino
 - c. Otro: _____
2. ¿En que rango de edad se encuentra usted?
 - a. Menos de 25
 - b. 25 – 35
 - c. 35 – 45
 - d. Más de 45
3. ¿utiliza usted joyas y accesorios?
 - a. Si
 - b. No
4. De los siguientes materiales ¿Cuál tiene en cuenta al momento de comprar joyas?
 - a. Oro (baño de oro, Oro laminado)
 - b. Plata
 - c. Materiales artesanales (cuarzos, esmeraldas, perlas etc)
 - d. Acero inoxidable
5. Cuando compra joyas, que tiene en cuenta:
 - a. Diseño
 - b. Precio
 - c. Material
 - d. Tendencia
6. Que tipo de accesorios compra con mas frecuencia
 - a. Anillos
 - b. Aretes
 - c. Pulseras
 - d. Collares
7. ¿Con que frecuencia compra usted joyas?
 - a. Semanal
 - b. Quincenal
 - c. Mensual
 - d. Bimestral
8. ¿Utilizaría joyas que tenga incorporado aromas?
 - a. Si
 - b. No
 - c. Tal vez
9. ¿En dónde realiza compras de joyas?
 - a. En tiendas Físicas
 - b. En tiendas online

Referencias Bibliográficas

Referencias

- Ana Milena Serrano Amaya, J. D. (2009). *CREACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA EL MONTAJE DE UNA JOYERÍA CONTEMPORÁNEA EN LA ZONA ROSA DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ*.
- Avila, M., & Burbano, E. (2016). *Plan de marketing digital para la empresa joyería Florence para el año 2018 en la ciudad de Bogotá localidad de Usaquén*. Bogotá.
- CABRERA, L. G. (2018). *cien preguntas y respuestas sobre la sociedad por acciones simplificada SAS*. Obtenido de Superintendencia de sociedades: https://ccsincelajo.org/wp-content/uploads/2018/11/Cartilla_Sociedad_Acciones_Simplificada.pdf
- E. (2020). *Alcaldía de Pitalito*. Obtenido de https://alcaldiapitalito.gov.co/PlanesProgramas/DiagnostivoPDM-2020_2023.pdf
- espectador, e. (2017). Estudio revela los obstáculos que enfrentan los emprendedores en Colombia. *EL ESPECTADOR*.
- Fairmined. (5 de abril de 2014). *Estandar fairmined para ORO DE MINERÍA artesanal y pequeña escala, incluyendo metales preciosos asociados*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/465878007/Norma-FAIRMED>
- García, P. (27 de noviembre de 2017). *Infoautonomos*. Obtenido de <https://www.infoautonomos.com/blog/estrategia-de-precios/>
- Gomez, J. C. (Junio de 2019). *Gerencia del producto, Desarrollo estrategico de valor*. Obtenido de <https://www.marketinginteli.com/estrategias-de-producto/>
- Molina, J. L. (2014). *Guía de mercado para el subsector de joyas y bisutería Colombiano con Alemania como mercado objetivo*. Bogotá.
- Pitalito, A. d. (2020). *Plan de desarrollo municipal 2020-2023*. Obtenido de https://alcaldiapitalito.gov.co/PlanesProgramas/DiagnostivoPDM-2020_2023.pdf

- Pursell, S. (6 de septiembre de 2021). *hubspot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/estrategias-precio>
- Rojas, V. M. (2011). Los enfoques de la investigación . En *Metodología de la investigación* (pág. 29). Bogotá: Ediciones de la U.
- Rozo, P. P. (2003). *Creacion de una empresa exportadora de joyeria en plata a estados unidos*. Obtenido de <https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/21071/u246000.pdf?sequence=1>
- Turizo, S. P. (2020). *Análisis de la competitividad socioeconómica de la actividad joyera en el centro comercial*. Bucaamanga .
- Valencia, D. (2020). *Comportamiento de compra de joyería elaborada con piedras minerales en la ciudad de Santiago de Cali*. Santiago de Cali.
- Vega, A. d. (2009). *Plan exportador de joyas colombianas elaboradas en plata con incrustaciones de oro, para la empresa Joyería Sol de Plata dirigido hacia Madrid - España*. Bogotá.