



Plan de Negocio de fabricación y venta de Bisutería

INVERSIONES CHOCO- MENTA 1260

Natalia García de Calderón | Abril 2018

RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto se basa en el estudio de factibilidad y viabilidad con respecto a la creación de una empresa dedicada a la fabricación y distribución de bisutería de fantasía, por lo cual para conocer estas dos variables se realizaron cuatro estudios que permitieron visualizar las necesidades requeridas para su puesta en marcha. Este proyecto está compuesto por:

La NATURALEZA DEL PROYECTO: Donde justificaremos la creación de la empresa, definiremos visión, misión y objetivos, así como sus ventajas competitivas entre otros aspectos.

Un ESTUDIO DE MERCADO, en el cual se describe y definen las clases de productos que serán ofrecidos, la segmentación del mercado meta, recopilación de información para determinar la demanda y un análisis para determinar la oferta.

Un ESTUDIO TÉCNICO, en el cual se describe el tamaño del proyecto, su localización, las herramientas necesarias para iniciar actividades, el proceso productivo, la mano de obra requerida, la materia prima necesaria, entre otros aspectos importantes.

Un ESTUDIO ADMINISTRATIVO, donde se evalúa la inversión inicial, la cuantificación de los ingresos, determinación de gastos y costos, así como también aspectos de la empresa como misión, visión, etcétera.

Un ESTUDIO FINANCIERO, donde se determinan las alternativas de financiación que el proyecto pueda tomar, así como también la opción de visualizar inversionistas interesados en el mismo.

1.-JUSTIFICACIÓN

La principal razón de crear una empresa, es gozar de privilegios únicos y diferentes a los demás, además de tener una vida cómoda monetariamente y por supuesto, sentirse con capacidad para lograr una meta propuesta, en otras palabras sentirse realizado. Por esta razón, la iniciativa de crear una empresa, se ha puesto en marcha en la familia Calderón García, la cual busca lograr esta meta propuesta ya hace varios años. Con respecto a esto, la decisión de crear una empresa que se dedique a la fabricación y distribución de bisutería fina y fantasía, se debe principalmente a la detección de un problema que aqueja la venta de la misma, el cual podría ser solucionado debido al claro conocimiento sobre este mercado, esto se debe a la experiencia que se tiene como fabricantes de bisutería. Con esto, y con el paso de los años, se ha podido observar que la viabilidad de este negocio es bastante amplia, esto se debe a que se ha logrado conocer la rentabilidad del ejercicio, teniendo en cuenta que ya se está trabajando en el mercado, y que el reconocimiento en éste se ha obtenido gracias a los excelentes productos que se ofrecen. Pero para lanzarse al mundo empresarial, se ha tomado la decisión de realizar un estudio; un Plan de Negocio, que permitirá verificar la verdadera factibilidad del proyecto, con el fin de desarrollar la mejor estrategia para la creación de la empresa, y así lograr una consolidación en el mercado de forma óptima y precisa. También se podrá verificar y analizar el riesgo sobre la toma de esta importante decisión.

1.2. EL PROBLEMA

1.2.1.-DESCRIPCIÓN.

Las tiendas de Bisutería, son empresas que manejan un mercado competitivo. Para poder brindar una buena calidad y un buen servicio, las tiendas de Bisutería deben garantizar sus productos, esta garantía se refiere no solo a la durabilidad de un producto, sino también a su calidad con respecto a su originalidad y su versatilidad. Como es bien sabido, el precio de una prenda se determina según el tipo de material que utilice, así como también la técnica que se implementa. Las tiendas de bisutería por lo general son de tipo comercial, ya que deben adquirir por medio de proveedores, productos que complementan su gama de exposición para el cliente final. El mercado de la bisutería es muy competitivo y la mayoría de las tiendas debe

colocar prendas muy bien trabajadas y ser muy auténticas para lograr resaltar entre tanto antagonismo puesto que las ofertas compiten por variedad, precio o calidad.

1.2.2.-FORMULACIÓN.

Con base en lo descrito anteriormente ¿Cómo debe estructurarse un Plan de Negocio que permita crear una empresa dedicada a la fabricación y distribución de bisutería en la zona Este de la ciudad de Caracas, obteniendo beneficios que permitan crear y desarrollar productos para satisfacer una necesidad del mercado?

1.3.-OBJETIVOS

1.3.1.- GENERAL Elaborar un Plan de negocio que permita detectar la Factibilidad en la creación de una empresa dedicada a la fabricación y distribución de Bisutería en la zona Este de la ciudad de Caracas.

ESPECÍFICOS

- Elaborar un Estudio de Mercado, que permita obtener información sobre la demanda, la proyección de costos, definir precio de ventas y convertirlo en el primer soporte del plan de negocio.
- Desarrollar un Estudio Técnico, con el fin de determinar el tamaño, localización, ingeniería del proyecto.
- Elaborar un Estudio Administrativo, que considere la mejor forma de constituir y estructurar el proyecto.
- Desarrollar un Estudio Financiero, que permita obtener información sobre la necesidad de los recursos a invertir y su rentabilidad.

1.4. DELIMITACIÓN

Este proyecto está enfocado en el estudio de la factibilidad y viabilidad de la creación de una empresa dedicada a la fabricación y distribución de bisutería en la zona Este de la ciudad de Caracas en Venezuela, con el cual se pretende determinar las posibilidades de poner en marcha el proyecto. Si los resultados arrojados por este estudio son positivos, el proyecto se extenderá y dará inicio a la segunda fase de esta propuesta, que es la constitución de la empresa en términos legales; esta fase tendrá lugar con un nuevo proyecto que se desarrollará en su debido momento. Si por el contrario, los resultados tienen una perspectiva negativa, se estudiará una estrategia diferente, hasta lograr el objetivo.

1.5 MISIÓN

Proporcionar equipos y soluciones en de sistemas de A.A, y refrigeración comercial e industrial aplicando las última tecnologías y metodologías con un servicio enfocado en la solución óptima y adecuada a los requerimientos de los clientes, optimizando el rendimiento de los equipos por medio de herramientas tecnológicas.

1.6 VISIÓN

Ser una empresa reconocida por su servicio, atención y alta calidad en la solución de problemas de aire acondicionado y refrigeración brindada a sus clientes.

Desarrollo de la Visión a lo largo del tiempo:

Corto: (3 a 5 años)

- Posicionamiento en el mercado local al tener reconocimiento por asesorías, diseños y productos además de su pronta ejecución.
- Poseer una infraestructura física con las herramientas requeridas para la realización del trabajo y contar con el personal capacitado.

Medio: (5 a 10 años)

- Ser distribuidor autorizado de las marcas más reconocidas del país de equipos para aire acondicionado y refrigeración general.

- Ejecutar proyectos de mediana y gran escala para tener experiencia que exprese el trabajo realizado.
- Contar con una base de datos de clientes satisfechos y aumentar el capital humano para poder suministrar un mejor servicio a diferentes zonas del país.

Largo: (10 años en adelante)

- Ser una de las empresas líderes en el mercado que ofrece un servicio de alta calidad y cumplimiento diferenciándose de sus competidores.
- Ser importador directo y único de accesorios reconocidos sin presencia en el país teniendo alianzas estratégicas con proveedores internacionales.

1.7.-Ventajas:

Estos productos son más accesibles para quienes estén en contacto con la empresa que la competencia; sobre todo en el corto plazo; debido a que la atención es personalizada y la cliente puede elegir el tamaño, color o forma del diseño de su prenda algo que no puede con otras empresas.

Otra de las ventajas que damos con estos productos es la belleza y elegancia que se ofrece al adornar el vestuario de las mujeres con el uso de estos accesorios.

1.8.-Desventajas

Que la competencia posea mayor cantidad de productos para la venta.

1.9.-Condiciones que permiten ofrecer mayor cantidad de productos.

Captación de personal, dispuesto a calificar para la elaboración de las prendas.

Fortalezas:

Capacidad de innovación y lanzamiento de nuevos productos y presentaciones.

Debilidades:

Ser nuevos en el mercado.

ANÁLISIS EXTERNO

Oportunidades:

Las celebraciones a lo largo del año.

Amenazas:

Existen muchas empresas dedicada a este sector que ofrece productos similares.

2.- EL MERCADO DEL PRODUCTO

Mujeres en edades de 15 a 60 años en la ciudad de Caracas.

2.1.- EL CLIENTE:

Están dirigidos a la expectativa del cliente final, de esta manera se pretende suministrar productos que cumplan con requisitos de satisfacción a la hora de compra los cuales forman parte fundamental de la cadena de valor.

Los productos serán ofrecidos tanto al cliente final, como a los distribuidores o mayoristas, estos presentan características de compra al por mayor, lo cual los convierte en el principal objetivo de venta. Muchos de los mayoristas cuentan con sus propias tiendas de comercio lo cual permite tener mayor confianza a la hora de vender. Los productos están dirigidos especialmente al público femenino en general como ya se mencionó con anterioridad, las cuales deberán cumplir con algunas expectativas que el proyecto tiene, por ejemplo, el tipo de material que comercializan. De esta manera el proyecto está concentrado en las tiendas de bisutería que están dedicadas especialmente a la venta de una gran variedad de prendas. El análisis del cliente es un factor determinante para evitar complicaciones en el proyecto, se pretende llevar un control de los clientes para así poder hacer una evaluación periódica de su comportamiento tanto de compra como también de fidelidad, honestidad, cumplimiento etc. Esto permitirá al proyecto obtener mayores beneficios con menores riesgos.

Porcentaje de tamaño objetivo que se espera capturar en los próximos años:

Primer año: 30%

Tercero año: 60%

Del cuarto a décimo año: 70% a 100%

Estos tipos de productos en bisutería van dirigidos a mujeres de los estratos A, B y C.

2.2 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

Notoriamente el mercado de la bisutería ha tenido cambios de tendencias debido a la constante evolución de la moda y la tecnología. Antiguamente las prendas eran realizadas en su mayoría de forma artesanal, hoy en día se han desarrollado métodos tecnológicos que permiten realizar piezas de diseño, al gusto del cliente. Los estudios realizados en el sector de la bisutería en Venezuela son muy escasos, debido a esto es incierto conocer cuál es la verdadera tendencia que existe hoy en día, pero el mismo sector ha logrado desarrollar maneras de entender al consumidor y así brindarles la mejor calidad en los productos que se ofrecen. Normalmente el consumidor final requiere de ciertos parámetros que son importantes para la bisutería, estos parámetros se definen como: precio, moda, calidad, expectativa, diseño y especialmente belleza.

2.3.-EL PRODUCTO

Para la creación de una empresa dedicada a la fabricación y distribución de prendas de bisutería, es necesario contar con una amplia gama de productos, los cuales serán desarrollados de forma innovadora, cumpliendo con algunos parámetros que ayudarán a diferenciarlos de la competencia. Los productos para ofrecer, presentan características tangibles, ya que producirán al cliente un impacto visual y palpable que generará expectativas de comodidad y bienestar físico, así como de beneficio económico y por su puesto bienestar espiritual, por lo tanto y según Galindo Ruiz son una utilidad de imagen, ya que “está dada por el valor psicológico y emocional que el cliente le atribuye a un producto o servicio, ya sea por la marca o su condición social, entre otros. Con esto se puede deducir que se clasifican como productos de bienes de compra, ya que presentan características esenciales como: calidad, precio, diseño o estilo. Este proyecto está enfocado en la producción y venta de productos de joyería. “La Bisutería esencialmente se refiere a las actividades dedicadas a diseñar y elaborar objetos utilizados como adorno personal: anillos, collares, cadenas, zarcillos, medallas e insignias religiosas, pulseras, brazaletes y prendedores.

2.3.1.-NUESTROS PRODUCTOS ESTARÁN ELABORADOS EN:

Piedras acrílicas, cadenas, cordones, cola de ratón, balines, brillantes entre otros materiales artesanales.

2.3.2.-Usos: Estos productos serán utilizados por las mujeres para engalanar el tipo de vestuario que utilizarán.

2.4.-PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Para iniciar con el proyecto es necesario contar con un medio que permita dar a conocer los productos, así como también los servicios que se ofrecen, de esta manera, la primera parte que el proyecto desarrollará con respecto a la publicidad, es la divulgación de información con la ayuda de tarjetas de presentación, las cuales permiten dar información al cliente sobre el servicio, así como también los datos de contacto para una fácil ubicación. Las tarjetas de presentación son uno de los medios más utilizados en el comercio y es parte fundamental para el reconocimiento en el mercado

2.5.- ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Se determina que la demanda es de tipo satisfecha no saturada, esto quiere decir que a pesar de que el mercado presenta productos de bisutería para la venta, también existen oportunidades de aceptación. Con respecto al tipo de necesidad que el mercado de la bisutería presenta se determina que son bienes no necesarios o de gusto. Pero el mercado de la bisutería presenta un problema a la hora de calcular la demanda ya que no existe información confiable o análisis sobre el consumo de dichos productos, esto se debe a la gran variedad de los mismos que se presenta y que el mercado muestra un tipo de consumo cíclico o de alguna manera estacional, lo cual significa que los productos rotan en algunas ocasiones de forma pareja y armónica y otras veces solo tiende a ser consumido en fechas especiales del año. Estos factores se complican aún más, cuando la economía se ve involucrada. La materia prima para elaborar las prendas, tiene una gran variabilidad con respecto a su valor económico, día a día su precio varía según la cotización del dólar, que como es bien sabido sube y baja dependiendo del mercado.

Con el anterior análisis, es de suma importancia tomar una buena decisión para calcular efectivamente la demanda. Como los registros o detalles del consumo de los productos de bisutería son inciertos, la mejor metodología para llevar a cabo este estudio es a través del estudio de campo, tomando datos y haciendo preguntas a los dueños de las ventas de bisuterías. De esta forma, el mejor medio para adquirir esta información es a través de las encuestas.

La cámara de comercio de Caracas no tiene datos exactos para saber la cantidad de tiendas de bisuterías que actualmente funcionan en la zona este debido a esto, se procedió a realizar la medición de las mismas por conteo, para establecer los potenciales clientes que podrían adquirir los productos y descartar las que no cumplan con las especificaciones de compra.

2.6.-SONDEO DE LA COMPRA DE ARTÍCULOS DE BISUTERÍA

GÉNERO: Femenino EDAD:

. OCUPACIÓN:

- a) Trabaja en el sector público
- b) Trabaja en el sector privado
- c) Estudiante
- d) No responde

2. ¿Usted compra Bisutería?

- a) Si
- b) No

c) 3. ¿Qué artículos de Bisutería son los que más compra?

- a) Zarcillos
- b) Collares
- c) Pulseras
- d) Anillos

4. ¿Qué cantidad de dinero mensualmente compra en Bisutería?

- a) S/. 100mil – 250mil
- b) s/.260mil – 500mil
- c) s/. 510mil – 750.000
- d) 760mil – 1 mill
- e) 1 mill a más

5. Por lo regular Usted ¿Dónde compra la Bisutería?

- a) Centros comerciales
- b) Vendedores a domicilio o trabajo
- c) Puestos de venta informales

6. ¿Qué características son importantes para Usted al momento de elegir la Bisutería?

- a) Precio Material b) Calidad c) Moda d) Color e)

2.7.-Conclusiones de la Encuesta:

1. OCUPACIÓN:

- a) Trabaja en Sector Público b) Trabaja en sector privado c) Estudiante d) No responde

35% Trabaja en Sector Público
45% Trabaja en Sector Privado
16,25% Estudiante
3,75 No responde



En la imagen se puede ver que de la misma manera el 3,75% de las encuestadas no responde acerca de su ocupación, el 16,25% son estudiantes, el 35% concuerdan en trabajar en el Sector Público, y la mayoría con un porcentaje del 45, afirma trabajar en el Sector Privado.

2. ¿Usted compra Bisutería?

Si 81,25% **No 18,75%**



En la imagen se puede ver que el 81,25% de las encuestadas afirman comprar bisutería, esto indica que el 18,75% de las encuestadas no adquiere ningún accesorio de bisutería y que podrían ser clientes potenciales.

3. ¿Qué artículos de Bisutería son los que más compra?

21% Zarcillos
38% Collares
42% Pulseras
8% Anillos

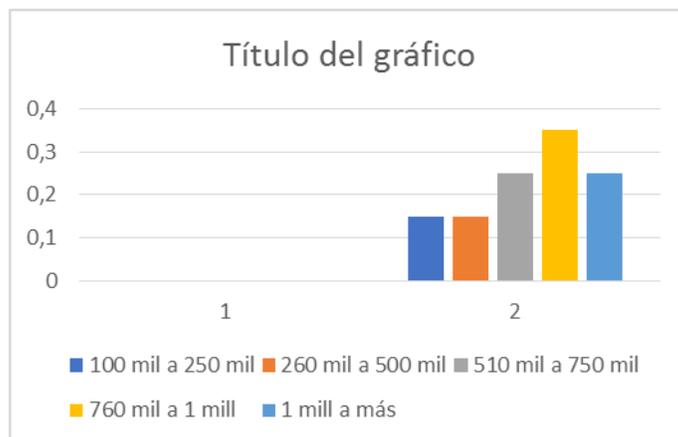


En los resultados se constata que los zarcillos representan el 21% de las compras, los collares un 38% las pulseras llevan el 42% del consumo y los Anillos sólo el 8% dando una clara demostración de cuáles son los accesorios que deben ser elaborados con mayor producción.

4. ¿Qué cantidad de dinero mensualmente compra en Bisutería?

15% 100mil – 250mil
15% 260mil – 500mil
25% 510mil – 750.mil
35% 760mil – 1 mill

25% 1 mill a más



Los resultados arrojan que sólo un 30% estaría dispuesto a pagar menos de Bs. 500 mil por una prenda de accesorio, debemos recordar que la encuesta fue realizada en la zona Este de Caracas donde los habitantes tienen un alto nivel adquisitivo como lo demuestran los siguientes porcentajes. El 25% de las encuestadas afirma poder pagar entre 510 mil a 750 mil Bolívares por una prenda de vestir; a su vez el porcentaje más alto se encuentra entre 760 mil y 1 millón de Bolívares el cual representa el 35% de la muestra encuestada, y resta un 25% para quienes están dispuestas a pagar hasta más de 1 millón de Bolívares.

5. Por lo regular Usted ¿Dónde compra la Bisutería?

25% Centros comerciales 32% Vendedores a domicilio o trabajo 43% Puestos de venta informales

Los resultados afirman que las personas compran sus productos de bisutería en un 43% en puestos informales es probable que sea porque esperan que sea más económico que en otros sitios.

6. ¿Qué características son importantes para Usted al momento de elegir la Bisutería?

35% Precio 25% Calidad 10% Moda 15% Color 15% Material

2.8.-Conclusiones de la Encuesta

- De las 80 tiendas de bisutería encuestadas, 15 afirman que no tienen un proveedor que pueda satisfacer las necesidades de compra, por lo tanto se puede deducir que estas pueden ser clientes potenciales para la venta de los productos que el proyecto ofrece.
- De las 80 tiendas de bisutería encuestadas, 11 afirman que el mercado disponible actualmente no cuenta con los productos que estas necesitan para suplir sus necesidades, por lo tanto los productos pueden ser aceptados con mayor facilidad.
- 73 de las 80 tiendas encuestadas afirma tener proveedores, mientras 7 de estas dicen que cuentan con taller de fabricación propio.
- De las 80 tiendas de bisutería encuestadas, 63 dicen que Si les gustaría contar con un proveedor que satisfaga todas sus necesidades de compra, de esta manera existe un 78,75% de certeza que el mercado tiene la disposición de recibir un nuevo proveedor.

2.9.- ANÁLISIS DE LA OFERTA

Si la cámara de comercio no tiene datos exactos sobre la cantidad de joyerías que existen en el sector centro de la ciudad de Caracas, mucho menos tiene información sobre los proveedores que surten a estas tiendas de bisutería, por lo tanto es incierto saber cuál es la oferta del mercado. Por esta razón la encuesta para el análisis de la demanda se realizó con la intención de también conocer la oferta, lo que permitió obtener información sobre el porcentaje del mercado cubierto por proveedores que tienen características similares a nuestro proyecto, y quienes pueden ser nuestra principal competencia. De esta manera se concluye lo siguiente.

- De las 80 tiendas encuestadas, 65 dicen que cuentan con un proveedor que satisface sus necesidades de compra, el restante 15 afirman que no lo tienen por lo tanto se deduce que el 81,25% del mercado está cubierto, dejando un margen del 18,75% de mercado no cubierto al cual se pretende llegar.

3.- LOS ASPECTOS TECNICOS

El proyecto será ubicado en sitios accesibles a la creadora, es decir, no es un solo sitio fijo (actualmente se encuentra en Play On sitio de juego infantil ubicado en El Hatillo) y para ello se empezará a producir 50 unidades mensuales. Las mismas se obtendrán por medio

de la elaboración manual de su creadora y colaboradoras. A su vez serán publicados en redes sociales y como atavío para engalanar la vestimenta de la creadora y sus colaboradoras.

3.1.-ESTRATEGIA CORPORATIVA

4.1.1-Outsource:

El abastecimiento de Materias Primas y materiales será adquirido por medio de la creadora y su fabricación también estará a su cargo; a la vez de las colaboradoras.

3.1.2.- Estrategia Competitiva:

Actualmente no existe una tienda de Bisutería en el que se asesore al cliente en el uso adecuado de artículos de belleza que estén en consonancia con su personalidad y en las ocasiones a usar o se le dé la libertad de que participe en el diseño del propio accesorio de belleza. Se atenderá a la cliente sobrepasando sus expectativas, los productos serán innovados relativamente tanto en sus atributos y presentaciones (*Defensa de la Participación en el Mercado*) buscando la excelencia.

3.2.-OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Posicionarse en el mercado de bisutería a nivel local en la ciudad de Caracas

3.2.1.-PROCEDIMIENTO METODOLOGICOS

El tipo de investigación que se llevara a cabo para la realización de este proyecto será mediante encuesta para tener un conocimiento más claro de cómo se encuentra actualmente el mercado en este tipo de proyecto, nuestra fuente de información será la personalizada para saber cómo se realizará el

proyecto, teniendo en cuenta que la encuesta es una estrategia poderosa, y económica a la hora de conocer sobre una temática, ya que se aprende de primera mano directamente del consumidor.

3.3.ALCANCE DE EL PROYECTO

3.3.1.- Proyecciones

Este tipo de proyecto nos llevara a conocer más a fondo el mercado de la bisutería, la manera en que la mujer está cada día ocupada por su apariencia en cuanto a su vestuario y que accesorios utilizar con él y además de todo esto construiremos una empresa que se preocupa por resaltar aún más la belleza femenina llevándonos a obtener utilidad y rentabilidad.

PROYECCION DE VENTAS EN UNIDADES													
Porcentual													100%
Producto	Enero	Feb.	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agst.	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	TOTAL
Collares	45	60	40	45	60	50	45	50	45	50	50	60	505
Zarcillos	45	60	55	50	50	50	50	50	50	50	40	50	559
Pulseras	35	45	35	30	40	50	40	45	50	40	45	42	495

3.3.2.-Medio Político-legal

En los últimos tiempos el gobierno a establecido facilidades de préstamos para pymes, brindando así oportunidad de emprendimiento de una idea de negocio.

El gobierno también ofrece eventos en el que se presentan planes de negocio para un concurso en el que te brinda capital semilla y también capacitación para la gestión de la empresa.

Mediante el ministerio del Poder Popular ofrece entrenamiento a emprendedores de diferentes áreas y estos se presentan en grupo para recibir capacitación en el rubro que que quieren a un precio económico.

4.- Plan Financiero

El Plan Financiero permite evaluar, entre otras cosas, la situación de liquidez, el endeudamiento, la independencia financiera, la gestión de los activos, de los inventarios y la cobranza, y el equilibrio financiero.

4.1.- Determinación de los objetivos del estudio financiero

- Verificar los Ratios Financieros anualmente
- Realizar y ejecutar estrategias, ante posibles debilidades resultantes de los ratios financieros.
- Definir la utilidad del 100%
- Establecer ventas mensuales representadas en un valor del 80%
- Realizar periódicamente un inventario físico de las prendas en comparación a la cuenta de salida de mercancía.

4.2-Estructura salarial requerida

CATEGORÍA	FIJO
Gerencia General	2 Sueldos
Empleadas Comerciales	Sueldo+ Comisión

Estructura Salarial

En el caso de la Gerencia General, se le remunerará con 2 Sueldo Base mensuales los primeros tres años.

Para las empleadas del Área Comercial, contarán con un salario base de Bs.1.300.000 y más una comisión por ventas del 10.% por cada artículo vendido por mes para cada empleada; el empleado deberá registrar en el libro de ventas y libro de mercancía la cantidad vendida y así calcular su comisión.

La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos y diferidos necesarios para empezar las operaciones de una empresa. Para la inversión inicial del proyecto se requieren Bs.20.000. 000 los cuales se invertirán de la siguiente manera:

Calculo de la Inversión inicial

Valor Activos Fijos Herramientas y Equipo (gizmo, alicates, martillo de nylon)	\$ 6.845.000
Insumos en Máquinas de Facturación	\$ 465.000
Material de trabajo (cordones, balines, cadenas, piedras acrílicas, y alambre hilo)	\$ 3.080.000
Instalaciones Eléctricas y de Iluminación	\$ 193.000
Instalaciones de Agua	\$ 208.000
Costos y Gastos de Instalaciones	\$ 60.000
Inversión Publicitaria	1.500.000
Viáticos	8.749. 000
Valor Total	20. 000. 000

\$ 18.905.100,00

CONCLUSIONES GENERALES

- Dentro de la delimitación del proyecto existen 80 clientes potenciales de los cuales 18 afirman que el mercado disponible no cuenta con los productos que estas

necesitan para cubrir sus requerimientos por lo tanto los productos pueden ser aceptados por éstas 18 tiendas de bisutería.

- En promedio se puede afirmar que cada una de las tiendas encuestadas cuenta con 4 proveedores, los cuales son la principal competencia en el mercado, para lo cual se pretende competir con garantía, calidad y precio, dándole al cliente, confiabilidad.
- Comparando la demanda potencial insatisfecha y la capacidad de fabricación de la gerente y sus colaboradoras se concluye que sólo se requiere del personal mencionado ya que la demanda no es lo suficientemente amplia como para tener más fabricantes.
- Se determina que el proyecto cuenta con una inversión en capital de \$ 20.000.000 de pesos.
- Existen varias alternativas de financiación entre ellas la de solicitud de créditos a entidades bancarias. Este proyecto requiere un crédito de 40.111.946 de Bolívares , para la puesta en marcha

Bibliografía Consultada

GALINDO RUÍZ, Carlos.(2008) *Manual para la creación de empresas*. 3a ed. Bogotá: Eco ediciones,. p. 37.

QUISPEAYHUA A.,(2011) *Proyecto de inversión de una bisutería*. Única Edición. pp. 34

Oviedo J., (2012) *Plan de negocio para la creación de una empresa dedicada a la fabricación y distribución de joyas en la ciudad de Bogotá*. Proyecto de grado para optar al título de Tecnólogo Industrial.

Anexos



