

PLAN DE NEGOCIO PARA EL DISEÑO LA FABRICACION Y
COMERCIALIZACION DE ACCESORIOS PARA MUJERES DE 25 A 40 AÑOS
DE LOS ESTRATOS 3-4 Y 5 DE LA CIUDAD DE CALI

LUZ ADRIANA CARDENAS SANCHEZ

JORGE ELIECER QUIÑONEZ MORAN

FUNDACION UNIVERSITARIA SAN MARTIN
FACULTAD DE UNIVERSIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA
PROGRAMA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2016

**PLAN DE NEGOCIO PARA EL DISEÑO LA FABRICACION Y
COMERCIALIZACION DE ACCESORIOS PARA MUJERES DE 25 A 40 AÑOS
DE LOS ESTRATOS 3 - 4 - Y 5 DE LA CIUDAD DE CALI**

**LUZ ADRIANA CÁRDENAS SÁNCHEZ
JORGE ELIECER QUIÑONEZ MORÁN**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA SAN MARTIN
FACULTAD UNIVERSIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI
2016**

**PLAN DE NEGOCIO PARA EL DISEÑO LA FABRICACION Y
COMERCIALIZACION DE ACCESORIOS PARA MUJERES DE 25 A 40 AÑOS
DE LOS ESTRATOS 3-4- Y 5 DE LA CIUDAD DE CALI**

**LUZ ADRIANA CÁRDENAS SÁNCHEZ
JORGE ELIECER QUIÑONEZ MORÁN**

**Trabajo presentado como requisito para optar al título de
Administrador de Empresas**

**DIRECTOR DE PROYECTO:
ING.MAURICIO HERRERA VASQUEZ.MBA/MsC**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA SAN MARTIN
FACULTAD UNIVERSIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI
2016**

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN.....	11
INTRODUCCION	13
1. PLANTEAMIENTO PROBLEMA DE INVESTIGACION.....	14
1.1 DESCRIPCION DEL PROBLEMA.....	14
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	15
1.3 SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA.....	15
2. OBJETIVO DE LA INVESTIGACION	16
2.1 OBJETIVO GENERAL.....	16
2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	16
3. JUSTIFICACION.....	17
4. MARCO REFRENCIAL	19
4.1. ESTADO DEL ARTE.....	19
4.2 MARCO TEORICO	21
4.3. MARCO CONCEPTUAL.....	39
4.4 MARCO LEGAL.....	41
4.5 MARCO ESPACIAL.....	46
4.6. MARCO TEMPORAL.....	47
5. DISEÑO METODOLOGICO.....	48
5.1 TIPO DE ESTUDIO.....	48
5.2 METODO DE INVESTIGACION.....	48
5.3 FUENTES Y TECNICAS DE LA INVESTIGACION	49
5.3.1. Fuentes primarias	49
5.3.2 Fuentes Secundarias.....	49
5.4 TECNICAS DE LA RECOLECCION DE INFORMACION.....	49
5.5. ANALISIS DE LA INFORMACIÓN.....	51
5.5.1 Estudio de mercado para determinar la demanda, competidores directos, desarrollo de marketing mix y comercialización.....	51
5.5.1.1 Análisis del sector.....	56
5.5.1.2 Análisis de matriz DOFA de la empresa.....	60

5.5.1.3 Resultados de la encuesta	61
5.5.1.4. Determinación de la demanda.....	73
5.5.1.5 Análisis de la demanda.....	75
5.5.1.6 Desarrollo del Marketing Mix	80
5.5.1.7 Estudio técnico.....	85
5.5.2 Estudio organizacional de DITA BENDITA.....	87
5.5.2.1. Misión, visión y valores de la empresa.....	87
5.5.2.2 Estructura Organizacional	88
5.5.2.3.Descripción de los cargos.....	89
5.5.2.4 Contratación de personal.....	93
5.5.2.5 Recursos de la empresa.....	94
5.5.3. Estudio financiero	99
5.5.3.1 Indicadores económicos	99
5.5.3.2 Inversión inicial	100
5.5.3.3 Financiamiento.....	101
5.5.3.4 Proyección de ventas en unidades.....	102
5.5.3.5 Presupuesto de ingresos	103
5.5.3.6 Punto de equilibrio	104
5.5.3.7 Estado de resultados	105
5.3.8. Flujo de caja y del inversionista.....	106
5.3.9 Análisis financiero	108
6. CRONOGRAMA Y PRESUPUESTO	113
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	114
7.1 Conclusiones	114
7.2 Recomendaciones	115
BIBLIOGRAFIA	116
8.1. WEBGRAFIA	118
ANEXOS.....	119

RESUMEN

El presente trabajo busca desarrollar un plan de negocio para el diseño, fabricación y comercialización de accesorios de bisutería de la marca Dita Bendita para mujeres ejecutivas de la ciudad de Cali, Colombia.

Dita Bendita nace de la necesidad de materializar un sueño y convertir un pasatiempo en un proyecto de emprendimiento con varios plus, actualmente es una empresa legalmente constituida bajo la matricula mercantil número 961864-1 de Cámara de Comercio de Cali y el NIT 42016383-9, desde el mes de agosto de 2016, como empresa Unipersonal bajo la actividad comercial Fabricación de joyas, bisutería y conexos, a nombre de Luz Adriana Cárdenas Sánchez, está ubicada en el área urbana de la ciudad de Cali departamento del Valle del Cauca en carrera 53 No.13-105 del barrio Primero de Mayo comuna 17, en esta comuna el estrato predominantes son 4 y 5 , está localizada al Sur de la ciudad, siendo el área territorial más extensa del sector urbano, con la mayor expectativa de desarrollo cumpliendo la mayor parte de los sectores con todos los requisitos de servicios públicos y cesiones de zonas verdes y viales.

El potencial del mercado es de 294.048 mujeres en rango de edad entre 25 y 40 años de la ciudad de Cali y el mercado objetivo es de 128.793 mujeres entre los estratos 3, 4 y 5 en la misma ciudad; con una preferencia de compra de collares en un 33%, cadenas 28% y 22% en pulseras con una frecuencia de adquisición mensual, arrojando como resultado un total de 211 unidades como punto de equilibrio, con un rango de precios de \$50.000 a \$110.000 por pieza y un promedio en ventas de \$346.105.401 para el primer año y con una proyección de crecimiento del 20% anual durante los primeros cinco años.

Por otro lado la propuesta de valor está fundamentada en: Diseños exclusivos y artesanales con materiales de alta calidad, donde cada accesorio tiene su propio significado espiritual y propiedades que aportan positiva y significativamente en el ser de quien las luce canalizando y transmutando todas las energías, además ofrece atención y asesoría personalizada, vocación de servicio, garantía de satisfacción, distribución directa y a través de redes sociales como Instagram, Facebook, WhatsApp y servicio a domicilio totalmente gratis.

De acuerdo al resultado del análisis financiero con proyección a 5 años, Dita Bendita requiere una inversión inicial a partir del año 2017 fecha que se espera se

materialice la propuesta, un aproximado de \$23.909.964, para un total en ventas el primer año de \$346.105.401, sobrepasando el punto de equilibrio esperado, obteniendo utilidades por \$12.539.815 para el mismo año. Además según las proyecciones financieras hasta el 2021 analizadas para el proyecto y según cálculos de VPN y TIR demostraron la viabilidad del proyecto.

Palabras claves: Plan de negocios, accesorios, Asesoría, calidad, diseño, comercialización

INTRODUCCION

Con el presente trabajo se muestra el resultado del plan de negocio para el diseño, fabricación y comercialización de accesorios de bisutería de la marca Dita Bendita para mujeres con cierto por adquisitivo de la ciudad de Cali, Colombia, se puede definir como un negocio que busca llegar a las mujeres caleñas y encantarlas con productos exclusivos llenos de color y elegancia, la característica principal que presenta la idea de negocio, es ofrecer productos realizados con materiales de excelente calidad, fabricados a mano utilizando piedras semipreciosas auténticas y herrajes finos, con diseños únicos que tienen su propio significado y propiedades con un valor espiritual y energético que aportan positiva y significativamente en la vida de quien las luce, además de complementar su look haciendo ver a las mujeres más bellas y glamurosas favoreciendo su estima. Adicional a esto Dita Bendita pretende contribuir al crecimiento económico de la ciudad, generando empleo y beneficios no solo para su propietaria, sino también para sus colaboradores.

Para analizar la creación de empresa fue necesario realizar el estudio de mercado para determinar la demanda, competidores directos, desarrollo de marketing mix y comercialización, además desarrollar el estudio organizacional para determinar la estructura de la empresa y recursos, de igual modo realizar el estudio financiero para determinar la viabilidad económica para un horizonte a 5 años.

En los próximos capítulos se desarrolla el plan de negocio de Dita Bendita en donde se estudia y define su viabilidad.



Nota

Este trabajo se encuentra disponible únicamente en **formato físico**, ya que no cuenta con versión digital. Por tal motivo, en este repositorio solo serán visibles las páginas preliminares con fines informativos. Para su consulta completa, el usuario deberá verificar la ubicación o sede donde se encuentra el ejemplar físico, o bien solicitar información adicional escribiendo al correo institucional:

repositoriofusm@sanmartin.edu.co