



PROYECTO MARÍA CAMILA ANDRADE JOYAS Y ACCESORIOS

Integrantes:

MARIA CAMILA ANDRADE
SARY ROCIO SUAREZ V
DIEGO FERNANDO CANCHALA

COPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR - CUN CREACION
DE EMPRESA II
2020



Maria Camila Andrade Accesorios

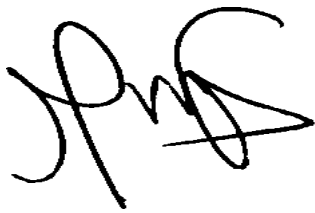


@mariacamilandrade

COMPROMISO DEL PRIMER AUTOR

Yo, **MARÍA CAMILA ANDRADE VILA** con célula de identidad **28.554.430** de **Ibagué** y alumno del programa académico Administración de empresas, declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

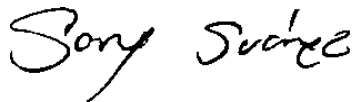


Firma: _____

COMPROMISO DEL SEGUNDO AUTOR

Yo, **SARY ROCIO SUAREZ VALENCIA** con cédula de identidad **1.111.785.529** de **Buenaventura** y alumna del programa académico Administración de empresas, declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Handwritten signature of Sary Suarez in black ink.

Firma: _____

COMPROMISO DEL TERCER AUTOR

Yo, **DIEGO FERNANDO CANCHALA TUTALCHA** con cédula de identidad **1.082.106.132** de **Aldana Nariño** y alumno del programa académico Administración de empresas, declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.



Firma: _____

RESUMEN EJECUTIVO

Respecto al proyecto II María Camila Andrade Joyas y accesorios empresa que cree desde el año 2005 y la cual en estos últimos 15 años se ha caracterizado por estar a la vanguardia en lo concerniente a las últimas tendencias de la moda en joyería, esta empresa nace por un emprendimiento y por un amor al desarrollo de nuevas colecciones y de piezas muy exclusivas que le permiten a diferentes mujeres que puedan lucir muy bien con complementos perfectos en destacados eventos sociales y personales y a pesar de existir en Ibagué con más competencia en este gremio de diseñadores de joyas y accesorios María Camila Andrade se ha caracterizado por hacer un amplio reconocimiento en diferentes partes de Colombia, con modelos profesionales a nivel nacional, en ferias importantes como Colombia moda e divague negocios y moda a nivel internacional con Procolombia en macro ruedas de negocios en Europa y también con un reconocimiento a nivel local y regional en el Tolima.

Es por esta razón que este proyecto se basa en poder mejorar 100% para cambiar los aspectos más importantes con el fin de perfeccionar y realizar tareas, nuevas ideas, aclarar conceptos, aprender y dar a conocer nuestra marca basada en estudios contundentes y experiencias reales para el futuro de nuestra marca, para un mejor servicio y un estudio técnico, para resaltar cualidades y mejorar defectos en tan importante proyecto y parámetros de nuestra institución y esta materia con el fin de sembrar en nosotros un emprendimiento y una empresa organizada, profesional, de carácter, con futuro y de buen gusto y calidad para progresar y sacar adelante nuestras vidas para dar empleos y mejorar la calidad de vida.

En este proyecto presentamos nuestra marca María Camila Andrade Joyas y Accesorios ubicada en la ciudad de Ibagué con un reconocimiento nacional para bríndales a las mujeres felicidad. Sonrisas, sentimientos, acompañamientos, complementos de alta moda y joyas hechas con mucho amor

Tabla de contenido

Tabla de contenido

RESUMEN EJECUTIVO	5
Introducción	7
Objetivos	8
Objetivo general	8
Objetivos específicos	8
Claves para el éxito	9
Descripción de la idea de negocio	10
Modelo de negocio Estructura de la Idea de Negocio	13
Lienzo de la idea e negocio.....	14
Modelo de negocio de internet	16
¿Cómo captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?	17
¿Cómo y qué alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?	17
¿Cómo cerrara la venta por Internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?	17
Innovación Sostenible	18
Estrategia del Océano Azul.....	19
Análisis océano azul	21
Análisis de Porter	22
Marketing mix	24
Estrategia de producto para clientes	24
Estrategias de precio.....	27
Estrategias De Distribución	27
Canal de marketing directo	27
Estrategias De Comunicación	28
Marketing Mix	29
Desarrollo de la marca	29
Inocente: inspira pureza, simplicidad y positividad	30
Estrategias de marketing digital	31
Métricas clave	33
Ingeniería el proyecto	36
Estudio Técnico III.....	39
Lanzamiento producto mínimo viable	43
Referencias.....	45

Introducción

Durante los tiempos se ha sabido que somos seres sociales, los cuales buscamos pertenecer a un grupo específicamente con los cuales nos sentimos identificados, porque somos considerados iguales concretamente por gustos, en las mujeres se observa que hay diversidad de temas que pueden compartir, entre los que se encuentra la moda, la cual es un conjunto de prendas de vestir, adornos y complementarios basados en accesorios, estos últimos complementan un vestuario porque brinda un look personal y único, claro está que depende de cada situación en la que se encuentre.

En cuanto al tema de las joyas o los accesorios, recordemos que en muchas culturas son catalogadas parte de su idiosincrasia, estas tuvieron su inicio en la prehistoria en donde los accesorios eran a base de huesos, pieles o colmillos de animales, generalmente eran cazados por ellos mismos y utilizados por hombres y mujeres, el objetivo de entonces era dar cierta autoridad, poder o protección, con el trascurrir de los tiempos los accesorios se han ido modificando y dando a quien las usa estilos originales, así como los materiales con los cuales se realiza las prendas pues se busca la protección del medio ambiente y de los animales, es por ello que en la actualidad no se usa materiales como pieles o partes de animales.

En la actualidad este mercado se mueve de acuerdo a las tendencias de las prendas de vestir, recordemos que son complemento de las mismas, es por ello que surge María Camila Andrade Joyas y Accesorios, con estilos únicos y a la vanguardia que busca darle a sus consumidores estilos únicos brindando elegancia en cualquier momento de su vida, pues se centra en las últimas tendencias en moda, versátiles a la hora de lucirlos con diferentes outfits y looks, pueden ser utilizados en ocasiones variadas como para días de oficina, universidad, almuerzos, cenas, evento especial y/o familiar.

María Camila Andrade es una marca de joyas y accesorios creada desde el 2005, luego de ganar premio “la mejor diseñadora de modas” en la Universidad, desde ese momento se han experimentado un mundo lleno de colores, formas e inspiraciones, abriendo el mercado y

creando la marca al creada para las mujeres con el fin de acompañarlas en los momentos más especiales de sus vidas, nuestras clientas podrán lucir dos tipos de complementos que son Joyas de bronce con baño en oro de 24 quilates que son piezas exclusivas y también accesorios en bisutería en oro Gold Field, las dos referencias se complementan con piedras, perlas naturales y cristales para darles color y elegancia.

Objetivos

Objetivo general

Convertir a María Camila Andrade Joyas y Accesorios, en una compañía líder en el mercado de la moda, mediante técnicas de publicidad y Marketing Digital, posicionando la marca en internet.

Objetivos específicos

- Expandir la tienda por medio de marketing digital, buscando llegar a más clientes nacionales o extranjeros.
- Involucrar a todos los miembros de la empresa, haciéndolos partícipes del proyecto y de su expansión proyectada.
- Desarrollar en los trabajadores de la empresa el sentido de pertenencia, el liderazgo, la iniciativa y el compromiso con las nuevas técnicas de asesoría virtual.
- Facilitar las capacitaciones con técnicas de asesoría virtual
- Expandirnos por Ibagué con puntos de venta en boutiques, peluquerías y tiendas de café exclusivas para ofrecer a nuestros clientes vitrinas en varias ubicaciones.
- Hacer campañas de marketing en Miami, Nueva York y algunos países de Europa como España, Italia y Francia para exportar nuestras colecciones.

Claves para el éxito

- Brindar experiencias únicas a nuestros clientes, en donde sientan acompañamiento durante su compra y si es posible post-venta en caso de ser necesario
- Mantener productos de calidad, reconociendo los componentes ambientales y económicos en la realización de los artículos.
- Conservar actualizados los catálogos en las diferentes redes sociales y la página, así como los descuentos en prendas de antiguas colecciones.
- Alimentar en redes diariamente con información de productos, descuentos y todo lo relacionado con la marca.
- Contar con un equipo de profesionales en cada área con responsabilidad, unión y complemento, teniendo claro que en María Camila Andrade somos una familia que se ayuda con apoyo mutuo, transmitiendo a nuestros clientes solidez, respeto amor y confianza.

Descripción de la idea de negocio

<p>¿Cuál es el producto o servicio?</p>	<p>Joyas y accesorios diseñados para todo tipo de ocasión.</p> <p>Se caracterizan porque las joyas son hechas en bronce con baño de oro, y los accesorios principalmente en bisutería.</p> <p>Joyas y accesorios diseñados para todo tipo de ocasión. Se caracterizan porque las joyas son hechas en bronce con baño de oro, y los accesorios principalmente en bisutería. Para la realización de productos, se tiene en cuenta la teoría del color, la tendencia del momento, la estética del producto, su ergonomía, todo bajo calidad de materiales al ser una joyería cuya producción es realizada en metales y piedras preciosas, especialmente bronce y baño en oro.</p> <p>Dentro de los productos se encuentra, Cadenas, Pulseras, Anillos, Aretes, largos de uno hasta 10 centímetros, Candongas grandes, y pequeñas, Collares con tendencia envejecida, tipo barroco, Gargantillas.</p>
<p>¿Quién es el cliente potencial?</p>	<p>Mujeres con edades de 25 a 35 años, de estratos 4, 5 y 6, que se encuentren en cualquier lugar del país, para una mujer fresca tranquila que le gusta divertirse estar a la moda.</p> <p>Dirigido a consumidoras optimistas consideradas, quienes son prácticas y buscan calidad.</p> <p>Así mismo a compradoras impulsivas, quienes compran manejadas por la emoción, comprando lo que les gusta.</p> <p>Y a mujeres esforzadas y optimistas, quienes buscan productos que les brinde estatus de lujo y exclusividad.</p> <p>Cuenta con tienda en la ciudad de Ibagué, sin embargo se hacen envíos dentro del territorio nacional</p>

<p>¿Cuál es la necesidad?</p>	<p>Satisfacer la necesidad de las mujeres que buscan darle a sus momentos especiales o al día día un estilo único y particular, caracterizado por la elegancia y el buen gusto</p>
<p>¿Cómo?</p>	<p>María Camila Andrade Joyas y accesorios brinda facilidad a la hora de comprar, dado a que se maneja las diferentes plataformas de comunicación (Whatsapp, Facebook, Instagram y Fanpage), así mismo cuenta con opciones para el pago y la entrega en tiempos pertinentes. Así mismo cuenta con tienda en la ciudad de Ibagué, en donde se encuentra la mayoría de joyas y accesorios, dado una asesoría personalizada</p>
<p>¿Por qué lo preferirían?</p>	<p>Porque los diseños son realizados desde la experiencia y el estudio, mediante innovación exclusiva, de última tendencia en moda, versátiles a la hora de lucirlos con diferentes outfits y looks, pueden ser utilizados en ocasiones variadas como para días de oficina, universidad, almuerzos, cenas, evento especial y/o familiar.</p>

Fuente: elaboración propia



Fuente: Facebook María Camila Andrade Accesorios

Modelo de negocio Estructura de la Idea de Negocio

Industria: Moda (Joyería y Bisutería)

Modelo de negocio: Joyas y accesorios diseñados para todo tipo de ocasión son hechas en bronce con baño de oro, y los accesorios principalmente en bisutería

Foco: venta de productos en tienda física y redes (Instagram, Facebook)

En este momento y dado a las circunstancias actuales del mundo, en donde la pandemia ha dejado nuevas formas en la economía, la cual se ha visto impactada por las disminuciones de ingresos en ventas de tipo físico y despidos masivos, se observa que hay incremento en temas como compras on-line, de acuerdo a Colombia Fintech (s.f) “Entre mayo de este año y mayo del año pasado, las ventas por e-commerce incrementaron 56 % en Colombia, según PayU” (pàrr.1).

Joyería, Un Sector Por Explorar (2019) considera que la joyería producida por Colombia tiene bastante acogida a nivel internacional, especialmente en España, por hacer parte de las costumbres en fechas especiales, además que por las crisis económicas que han pasado este país, las compradoras prefieren joyas que sean lujosas, pero que tengas materiales económicos que sean accesibles para ellas, conjuntamente mencionan que este mercado ya no es exclusivo, pues lo hombres han incrementado el consumo de estos productos, relacionados con cadenas, pulseras, aretes entre otros.

En la mayoría de compras on-line no hay asesoramiento de expertos, es por ello que surge la propuesta de valor enfocada acompañar la compra de productos María Camila Andrade Joyas y accesorios, cuyo objetivo es dar al cliente una orientación y acercamiento a los diferentes productos del catalogo, como si estuvieran en la tienda.

Cabe resaltar que para quien compra productos una asesoría es de vital importancia, pues demuestra que la empresa se preocupa por el está bien del cliente, generándole una experiencia satisfactoria y regreso a la marca para futuras compras.

Lienzo de la idea e negocio

Costos y Precios

Los precios del producto varían de acuerdo a la referencia, para el caso de bisutería estos oscilan entre \$15.000 y \$50.000 pesos colombianos. y para referencias de joyería los precios fluctúan entre \$60.000 y \$300.000 .

Dentro de las propuestas en cuanto a precio se pretende manejar el precio Psicológico el cual se enfoca de acuerdo a lo manifestado por conoce que son precios (2018) "Eleva las ventas apelando a la emoción del cliente o a su racionalidad, ya sea rebajando algunos céntimos para atraer la atención o elevando un poco el monto argumentando que tiene más calidad" (párr. 1).

con lo anterior brindamos a nuestros clientes descuentos y promociones que son llamativos para ellos, pero que no generan perdida independiente que sean productos de colecciones anteriores.

Mecanismos de Entrega

la entrega de los productos se realiza de manera personalizada, cuando hacen la compra en la tienda.

Conjuntamente cuando la compra se realiza de forma on-line el producto es enviado por entidades especializadas, cabe señalar que dentro el costo no hace parte el cobro del envío, este debe ser sumido por el cliente, información que es suministrada a la hora de la compra .

Cuando la compra es realizada mediante asesoría con expertos esta tendrá un enfoque desde la compra on-line, en donde el comprador asume gastos en envío.

Ahora bien en cuanto a envíos internacionales, los valores proyectados varían de acuerdo a la ciudad receptora, además que se proyecta que la entrega sea realizada dentro de los 15 días hábiles siguientes al pago, estos tiempos son considerados por los tramites que se deben hacer.

Ganancias Esperadas

El proyecto está dirigido a personas nacionales o Extranjeros con ingresos medios altos, en Colombia estratos 3, 4, 5 y 6.

Actualmente cuenta con financiación de recursos propios

Se espera ganancia del 100% sobre el producto o referencia .

Segmento

Personas nacionales o extranjeras con ingresos medios altos, en Colombia estratos 3, 4, 5 y 6.

Específicamente Mujeres dado que los accesorios actualmente se encuentran enfocados en ellas, así mismo que posean un estilo de vida caracterizado por el deseo de verse bien, estar a la vanguardia y originales, además de estar dispuestas a pagar por productos de calidad y exclusividad en joyería

Para la línea de bisutería, va dirigido a mujeres desde los 16 años en adelante y que quieran verse y sentirse con un look único.

Dirigido a consumidoras optimistas consideradas, quienes son prácticas y buscan calidad

Así mismo a compradoras impulsivas, quienes compran manejadas por la emoción, comprando lo que les gusta.

Y a mujeres esforzadas y optimistas, quienes buscan productos que les brinde estatus de lujo y exclusividad.

Propuesta de Valor

Asesoría personalizada a cada comprador, independiente del medio de compra (online - tienda).

Se busca dar a acompañamiento, opciones y acercamiento con los productos por medio de asesoría, demostrando que para la compañía el cliente es realmente importante, lo que es totalmente cierto.

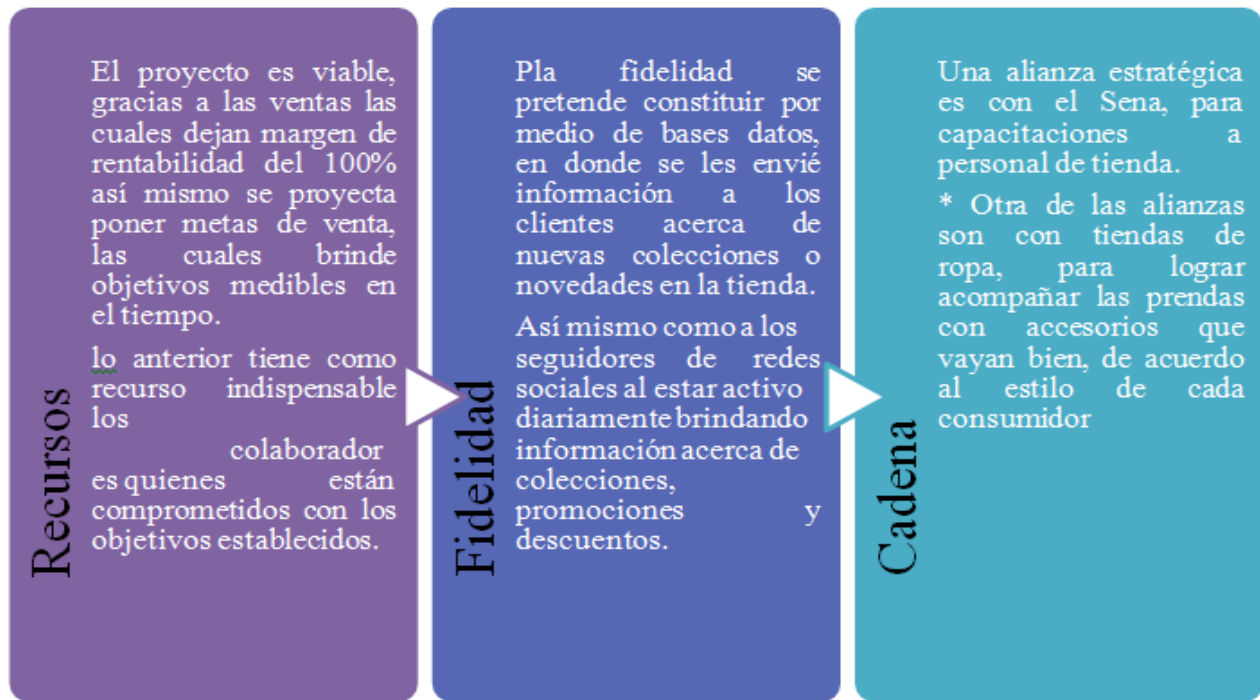
Queremos llenarlas de detalles y halagos en nuestra entrega de productos y ofreciéndoles diseños únicos, versátiles, elegantes y frescos marcando siempre la diferencia y por supuesto sabemos que lo más importante es cuidar nuestro medio ambiente es por eso que nuestros empaques son en una tela especialmente para guardar las joyas y nuestras bolsas son en papel kraft es por eso que decidimos eliminar cualquier tipo de plástico en nuestra entrega.

Arquitectura del servicio

- * Cadenas
- * Pulseras
- * Anillos
- * Aretes, largos de uno hasta 10 centímetros
- * Candongas grandes, y pequeñas
- * Collares con tendencia envejecida, tipo barroco,
- * Gargantillas.

La bisutería hace referencia a objetos de adorno elaborados en materiales no preciosos "en donde la composición la ergonomía, la teoría del color aplicada, la moda, las tendencias, la estética y la calidad de los materiales, marcan la diferencia y le aportan un valor percibido a las piezas" (Cartilla de Bisutería 2015, párr. 6)

y la joyería cuya producción es realizada en metales y piedras preciosas, especialmente bronce y baño en oro.



Fuente: grupo de trabajo

Modelo de negocio de internet

El modelo de negocio escogido y el cual se adapta para la compañía es, modelos Peer to Peer (P2P), el cual se enfoca en la comercialización de productos de forma directa sin intermediarios, logrando así un contacto directo con el cliente y sus necesidades, dentro de los modelos de negocio de Peer to Peer la marca se enfocaría en Compras P2P, actualmente se hallan en internet marcas como “Mercado Libre, Amazon, eBay, Alibaba... Este modelo crece exponencialmente. En 2017, solo Amazon registró una utilidad neta de 2.371 millones de dólares, cuatro veces más que en 2015.” Negocio Por Internet (s.f.)

Dentro de las ventajas que tiene este modelo es la relación con usuarios potenciales, con ello se puede generar impacto positivo por brindarle asesoría en temas específicos como: materiales, como usarlos, cuando usarlos entre otras inquietudes que tienen los clientes que frecuentan la marca. Dentro de las desventajas que pueden darse son por comentarios que surgen a causa d

insatisfacción del cliente, pero que en este caso pueden ser tratadas de forma directa buscando la satisfacción del cliente y manteniendo la reputación que caracteriza a María Camila Andrade Joyas y accesorios.

¿Cómo captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

El modelo de negocio se centraría en ofrecer variedad de productos, en donde el cliente encuentre lo que busca, este sería el modelo escogido por María Camila Andrade Joyas y accesorios, mostrar en Internet todos los modelos que posee la marca, así mismo descuentos en productos de colecciones anteriores, brindando diversas opciones a los clientes de forma llamativa por la versatilidad en el catalogo.

Otra alternativa es darles más productos a los clientes, por medio de asociación con otras marcas, ejemplo de ropa, bolsos, para así ampliar las opciones de visitas por parte de nuestros clientes.

¿Cómo y qué alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?


Una de las opciones es hacer un marketing masivo en las diferentes plataformas, inicialmente en las redes sociales de Facebook e Instagram, como menciona Social media (2020) “gran parte del consumo de los colombianos está en las redes sociales, especialmente en Facebook, WhatsApp e Instagram, las cuales no solo visitan constantemente” (párr. 8). Por lo mencionado se logra determinar que la marca María Camila Andrade Joyas y accesorios debe hacer inversión en estas redes para ofrecer los productos considerablemente.

Así mismo se pretende la creación de aplicación, la cual facilite a los clientes la navegación por la tienda y brinde un acercamiento con la misma, pues es allí donde se busca que haya asesoría virtual con las tiendas y los productos.

¿Cómo cerrara la venta por Internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?

La venta será cerrada por contacto con la tienda o App (según sea el proceso), en caso de no requerir ningún tipo de asesoría, se ofrece los diferentes métodos de pago, tarjeta crédito o ahorro; transferencia bancaria, cancelación por corresponsales no bancarios. Simultáneamente en caso de requerir asesoría esta sería dada de forma inmediata con experto disponible y luego se realiza el pago con los métodos ya mencionados

Innovación Sostenible

	AGUA	ENERGIAS	MATERIAS PRIMAS	EMISIONES	RESIDUOS
<p>PRODUCTO O SERVICIO</p>	<p>Actualmente dentro del proceso de fabricación de joyas, el consumo de agua es bajo, al lavar las piezas, estos residuos desechados en canecas especialmente para ello y luego entregados a la empresa ASEI, especializada en el tratamiento de residuos en la ciudad de Ibagué. Sin embargo la marca María Camila Andrade Joyas y accesorios, se proyecta para el año 2021 encontrar proveedores que tengan buenas prácticas mineras, dado a que la contaminación se centra en la explotación de minerales como el oro.</p>	<p>Dentro de las políticas de producción debe realizarse en horas del día, para disminuir el consumo de energía eléctrica. Los equipos que se utilizan son: Laminador, Motortool Soplete, este ultimo funciona por medio de red de lagas. También se utiliza soldadura. El uso de estas maquinas se no es diario y se busca que sean utilizadas una vez a la semana para realizar producción.</p>	<p>Hoy por hoy la idea es la disminución de costos en cuanto a materia prima, por ello se busca reducción de materiales como felpas. Uno de los químicos utilizados es el <i>bicarbonato</i> que neutralizan los ácidos que puedan ser ocasionados durante los procesos. Otro de los químicos utilizados es la <i>Sal decapante</i> utilizada para desengrasar y decapar a base de acido clorhídrico piezas de hierro, cobre y sus aleaciones <i>Alcohol etílico</i>, utilizado para limpiar piezas. <i>Silicona</i>, su uso únicamente para sellado. Otras materias primas utilizadas son: laminas de Bronce, oro, aluminio. En cuanto al empaque, este se realiza en bolsas realizadas en tela, las cuales contribuyen al medio ambiente, así como bolsas de papel, la política cero plásticos. Además mantienen en buen estado los productos.</p>	<p>Hasta el momento no se ha realizado pruebas que brinde resultados en cuanto a carbono, embargo se evita prácticas de gases de efecto invernadero.</p>	<p>Se tiene políticas de reciclaje en tienda y área de producción en donde se divide sólidos como plástico, latas o botellas, de materias primas siempre y cuando no sean toxicas, de lo contrario se dan trato diferente con empresa ASEI. Los productos que no son tóxicos son entregados a asociación de reciclaje de la localidad.</p>

MARKETING	Que medios de transporte utiliza ¿	En cuanto a los empleados y gerencia el medio e transporte para llegar a la compañía es a pie, dado que la tienda se encuentra cerca del área de vivienda, así como donde se realiza la producción.	Que materiales utiliza para la actividades de marketing Se utilizan marketing por redes sociales como Facebook e Instagram, además de publicidad realizada en medios por entrevistas.		
------------------	------------------------------------	---	---	--	--

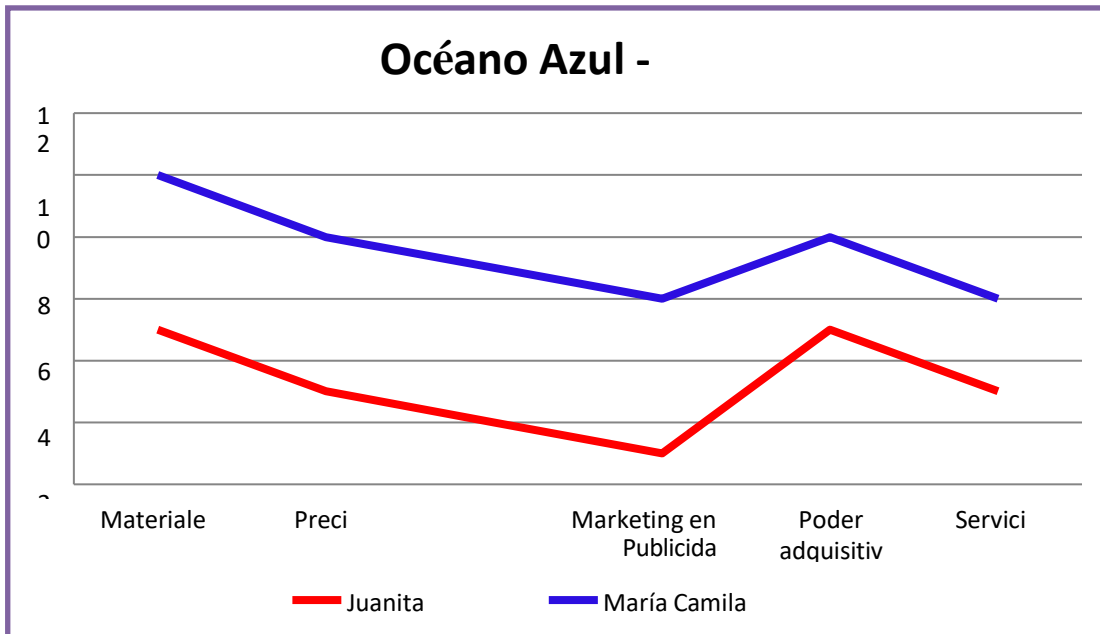
Fuente: grupo de trabajo

Estrategia del Océano Azul

En Ibagué existen varias diseñadoras de joyas con una misma línea, bronce con baño en oro hecho a mano combinado con piedras preciosas como perlas y cristales, se determina que luego de 15 años en el mercado la competencia que se ha mantenido ha sido “Juanita Arteaga”, quien también diseña joyas de tradición.


variables	Juanita Arteaga	María Camila Andrade	
Materiales	5	5	Mantenerlo
Precio	3	5	Mantenerlo
Marketing en redes	2	5	Mantenerlo
Publicidad en Medios	1	5	Mantenerlo
Poder adquisitivo	5	3	Incrementar
Servicio	3	3	Mantenerlo

Fuente: grupo de trabajo



Fuente: grupo de trabajo

Análisis océano azul

 Variables	Materiales	Precio	Marketing en medios	Publicidad en Redes	Poder adquisitivo	Servicio
María Camila Andrade	Seguir manteniendo los materiales que hasta el momento se han usado así como los neutralizantes de los mismos, dado que busca minimizar las consecuencias ambientales.	Conservar los precios actuales, 20% debajo de la competencia. Dando mayor acceso a clientes potenciales.	Realizar campañas por Colombia, en ciudades como Ibagué, Cali, Medellín, Bucaramanga, Bogotá. Así mismo hacerla en Miami, sector de mucha y residente latino. Junto con celebridades de Colombia como Laura Acuña, Daniela Álvarez, Milena López quienes son reconocidas en del país y han usado los Accesorios. Así mismo se hará incursión en ferias como, Expoartesano En Medellín, Salón De Joyería En Santander, Expojoyas En El Eje Cafetero, Feria Arte Sano Y Urbano – Identidad Bogotá para dar a conocer a marca y los productos	Impulsar la marca en Facebook, Instagram, con presentadoras quienes ya han usado joyas y accesorios, se debe recordar que esto impulsa la marca por sus seguidores	Sacrificar las ganancias para inyectarle más dinero a las colecciones con nuevas referencias y así ampliar el catalogo de productos	Se da asesoría en la tienda a nuestros clientes acerca de los productos y como estos son adecuados de acuerdo a sus requerimientos, así mismo se quiere hacer con los clientes on- line, darles un acompañamiento en tiempo real, logrando satisfacción y hacerlos parte de la compañía

Juanita Arteaga	Maneja productos a base de ácidos, estos de gran carga contaminante en caso de ser vertidos en redes de agua.	Sus precios oscilan entre \$18.000 y \$360.000, están por encima de nuestros valores sin perder en ganancia	Hasta el momento no ha tenido campañas publicitarias.	Posee redes sociales Facebook e Instagram, sus publicaciones son retiradas de una a otra.	Se evidencia que no se escatima gastos a la hora de sacar colecciones	Su asesoría esta enfocada a la tienda, no posee quejas por atención al cliente.
------------------------	---	---	---	---	---	---

Fuente: grupo de trabajo

Análisis de Porter

FUERZAS	ESTRATEGIAS
Poder de negociación con los clientes	<p>El poder de negociación es bajo dado a los precios que maneja la compañía en comparación con la competencia, pues se encuentran por debajo, lo que vuelve a la industria competitiva y aumenta el margen de ganancias.</p> <p>Así mismo se busca abarcar las diferentes formas de acceso a los clientes potenciales, haciendo gran publicidad en redes y en la web.</p>
Poder de negociación con los proveedores	<p>A lo largo del diseño de joyas son varios los proveedores que han hecho parte de la compañía, se ha logrado contacto con ellos por sondeo de mercado, opiniones de colegas, analizando páginas web o perfiles si lo poseen, dentro de lo que se busca a la hora de negociar es, calidad en productos, precios en insumos y materiales.</p> <p>Actualmente María Camila Andrade tiene dos proveedores uno que brinda hasta el 15% de descuento, pero quien no posee todos los insumos necesarios y otro proveedor que maneja un catalogo amplio de materiales.</p> <p>Es por ello que se debe buscar la manera de negociar distintos puntos de vista hacia una compra segura y de excelente calidad, conjuntamente es importante el tiempo que lleve siendo proveedor, la antigüedad brinda beneficios</p>

Amenaza de productos sustitutos	<p>Esta se enmarca en productos generalmente de producción China los cuales son a bajos costo y los materiales no poseen calidad esperada, su venta se da por internet a la cual tiene acceso el segmento principal e María Camila Andrade.</p> <p>Es por ello que se pretende dar acompañamiento a clientes, logrando una fidelidad con la marca.</p>
Amenaza de productos entrantes	<p>Lo importante de las amenazas de los nuevos competidores es estar preparados y visualizarnos para el futuro.</p> <p>Los nuevos competidores entrantes al sector de la joyería son muchos, pero es una barrera que se debe derribar y saber mantenerse.</p> <p>Una de las ventajas que posee María Camila Andrade es el posicionamiento de marca, la cual es de tradición, con una experiencia mucho más amplia.</p> <p>Se considera vital seguir manteniendo estrategias de ventas, mejorando el diseño y servicio para nuestros clientes, consentir los clientes, seguir un nivel de creación de diseño, seguir aumentando los clientes, siempre innovando en colecciones y fabricación.</p>
Rivalidad entre los competidores	<p>Se busca que la marca tenga posicionamiento mediante campañas de publicidad, marketing, lanzamientos de colecciones inspiradas en temas de moda y tendencia, nuevos diseños con excelente calidad, con un precio de 20% menor y más asequible que la competencia sin perder ganancias.</p> <p>Así mismo brindar a los clientes una atención personalizada con asesoría en cada compra, generando un plus y idealización al sentir que son realmente importantes para nosotros la cual es totalmente cierto</p>

Fuente: grupo de trabajo

Marketing mix

Estrategia de producto para clientes

Núcleo

Joyas y accesorios diseñados para todo tipo de ocasión. Se caracterizan porque las joyas son hechas en bronce con baño de oro, y los accesorios principalmente en bisutería. Para la realización de productos, se tiene en cuenta la teoría del color, la tendencia del momento, la estética del producto, su ergonomía, todo bajo calidad de materiales al ser una joyería cuya producción es realizada en metales y piedras preciosas, especialmente bronce y baño en oro. Dentro de los productos se encuentra, Cadenas, Pulseras, Anillos, Aretes, largos de uno hasta 10 centímetros, Candongas grandes, y pequeñas, Collares con tendencia envejecida, tipo barroco, Gargantillas.

Calidad

Direccionada al cuidado y la protección del medio ambiente, dado a que la producción es realizada bajo estándares de cuidados con el agua, así mismo existe la política de bolsa cero en las tiendas y se busca para el segundo semestre del años 2021 encontrar proveedores que tengan buenas prácticas mineras, dado a que la contaminación se centra en la explotación de minerales como el oro, este indispensable en las joyas.

Conjuntamente se hace revisión de productos en almacén, para que mantengan su calidad en bodega

Envase

En cuanto al empaque, este se realiza en bolsas realizadas en tela, específicamente lona de algodón cuyo material es fibra tejida 100% biodegradable de origen natural. Puede tener aproximadamente una vida útil de 7 años, la lona de algodón es uno de los materiales de fibra

natural más resistentes en el mercado. Así como bolsas de papel Kraf , las cuales son resistentes ecológicas y reciclables, manteniendo las políticas de calidad de cero plástico y lo más importante, mantienen en buen estado los productos.



Imagen: Bolsa Kraf

Fuente: Elaboración propia

Diseño

Este es basado en la elegancia porque los diseños son realizados desde la experiencia y el estudio, mediante innovación exclusiva, de última tendencia en moda, versátiles a la hora de lucirlos con diferentes outfits y looks, pueden ser utilizados en ocasiones variadas como para días de oficina, universidad, almuerzos, cenas, evento especial y/o familiar. Satisfacer la necesidad de las mujeres que buscan darle a sus momentos especiales o en el día a día un estilo único y particular, caracterizado por la elegancia y el buen gusto

Servicio

Encaminado a la atención al cliente mediante asesoría personalizada a cada comprador, independiente del medio de compra (online - tienda). Se busca dar acompañamiento, opciones y acercamiento con los productos por medio de asesoría, demostrando que para la compañía el cliente es realmente importante, lo que es totalmente cierto.

Portafolio

María Camila Andrade es una marca de joyas y accesorios creada desde el 2005, luego de ganar premio “la mejor diseñadora de modas” en la Universidad, desde ese momento se han experimentado un mundo lleno de colores, formas e inspiraciones, abriendo el mercado y creando la marca para las mujeres con el fin de acompañarlas en los momentos más especiales de sus vidas, nuestras clientas podrán lucir dos tipos de complementos que son Joyas y accesorios.

Portafolio de productos

En María Camila Andrade joyas y accesorios ofrecemos distintas referencias para distintas ocasiones para que nuestras clientas luzcan un look diferente en su momento más especial y especial, en este caso nuestra estrategia de ventas es un descuento del 10% y 20% en referencias seleccionadas y por compras mayores a \$150.000 se tienen un 15% de descuento

Conjunto anillo y pulsera Este conjunto es un día muy especial y que es un momento importante de la vida de cada mujer, se diseñó para ser usado en los momentos más especiales de la vida de cada mujer, se diseñó para ser usado en los momentos más especiales de la vida de cada mujer.

Conjunto aretes de día y pulsera Diseñados para los momentos más especiales de la vida de cada mujer, se diseñó para ser usado en los momentos más especiales de la vida de cada mujer.

Conjunto aretes de noche y pulsera Diseñados para los momentos más especiales de la vida de cada mujer, se diseñó para ser usado en los momentos más especiales de la vida de cada mujer.

Conjunto pendientes Diseñados para los momentos más especiales de la vida de cada mujer, se diseñó para ser usado en los momentos más especiales de la vida de cada mujer.

Conjunto aretes de noche y pulsera Diseñados para los momentos más especiales de la vida de cada mujer, se diseñó para ser usado en los momentos más especiales de la vida de cada mujer.

Conjunto aretes de noche y pulsera Diseñados para los momentos más especiales de la vida de cada mujer, se diseñó para ser usado en los momentos más especiales de la vida de cada mujer.

Conjunto aretes de noche y pulsera Diseñados para los momentos más especiales de la vida de cada mujer, se diseñó para ser usado en los momentos más especiales de la vida de cada mujer.

Conjunto aretes de noche y pulsera Diseñados para los momentos más especiales de la vida de cada mujer, se diseñó para ser usado en los momentos más especiales de la vida de cada mujer.

Imagen: Portafolio basico

Fuente: Elaboración propia

Estrategias de precio

Actualmente se realiza una nueva colección denominada CELESTE, la cual se encuentra inspirada en la naturaleza, la luna y el sol, al considéralos parte de nuestro desarrollo de la vida, y eso quiere *Maria Camila Andrade Joyas y Accesorios*, ser parte del día a día de nuestros consumidores, mediante piezas únicas y que brindan comodidad y elegancia en cualquier momento del día.

La estrategia se encuentra encaminada en la innovación de las piezas, manteniendo precios accesibles para quienes deseen usar los productos de alta calidad

Producto	precio
Collar forma de aro entorchado	90.000
Earcuff	90.000
Aro pulsera hoja	90.000
Aretes	75.000
Aro pulsera	90.000
Brazaletes flores	90.000
Anillos c/u	60.000
Minitopos	10.000
Maxitopos estrellas	45.000
Conjunto soles	45.000

Fuente: Elaboración propia

Estrategias De Distribución

Canal de marketing directo

Son varias las opciones que se pueden tomar para la distribución de los productos de la marca, entre las que se encuentra las ventas por e-commerce.

Ventas por catálogos: Para la realización por la venta por catálogos se pueden difundir en forma impresa o digital, luego el consumidor escoge su producto y se le entrega en su casa.

Ventas por correo: Esta forma se da cuando la empresa contacta directamente con el consumidor por medio del correo electrónico para promocionar sus productos, reciben pedidos y hacen las entregas correspondientes. Es usado por muchas empresas en la actualidad.

Ventas a domicilio en general: Esta modalidad es empleada por cualquier empresa que lleve el producto directamente a su consumidor.

Estrategias De Comunicación

Publicidad

La publicidad que daría *María Camila Andrade joyas y Accesorios* a la clientela sería por medios televisivos, radiales, periódicos como también web, este tipo de publicidad es apta para la empresa ya que con esto amplía las posibilidades de que un consumidor se sienta atraído por el anuncio y termine visitando nuestra página y nuestro local. Con esto generando una mayor notoriedad de marca y por consiguiente, más visitas traducido en ingresos optimos.

Promoción de ventas


1. Promoción en redes sociales, las redes sociales son la herramienta perfecta de marketing para emprender en el siglo XXI. Ya que al abrir una cuenta en una red social no nos costará nada, y conseguiremos llegar a cientos e incluso miles de clientes potenciales en el mundo, cabe mencionar que la compañía cuenta con redes sociales Facebook, Instagram y pagina web
2. promociones en colecciones pasadas, las cuales se mantienen para quienes recién conocen la marca.
3. implementar estrategia de descuento por estar cumpliendo años, así como por aniversarios, descuento que será válido demostrando evidencia a la hora del pago.
4. promoción por comprar con vales descuento, se busca que sea una herramienta que nos pueda hacer conseguir más ventas, y como principalmente fidelidad por parte de nuestros clientes también como una estrategia de promoción el cual la función es limitar el tiempo en el que puede ser usado este descuento por ejemplo, un descuento que dure sólo 5 días y que sólo lo puedan utilizar un número pequeño de personas.

Marketing Mix

Marketing Mix						
Estrategia	Objetivos Smart	¿Cómo?	¿Quién?	¿Cuándo?	¿Dónde?	Valor
Producto	Ser una empresa de joyas de marca reconocida para el año 2022 por su variedad de diseños y distinción.	Por medio de campañas publicitarias, en medios digitales y otros como televisión, radio y periódico	María Camila Andrade	Año 2020	Ibagué - Bogotá	10.000.000
Precio	Dar descuentos del 10% por ser clientes fieles a la marca en colecciones del año 2021	Mediante base de datos, contrastada a la hora de efectuar el pago	Sary Suarez	2021	Ibagué y On-line	1.000.000
Promoción y comunicación	Incrementar las ventas en un 30% por compras de colecciones pasadas, primer semestre del año 2021	Por medio de divulgación en las diferentes redes sociales	Diego Canchala	primer semestre 2021	Ibagué y On-line	1.000.000
Plaza	Incrementar las ventas de colección CELESTE por canales pagina web, facebook e Instagram, en un 60% al finalizar el año 2020	por medio de publicidad masiva, contacto con clientes, envío de publicidad por medio de correo electrónico y de forma masiva a clientes y a potenciales	María Camila Andrade Sary Suarez	2020	Ibagué y On-line	1.000.000

Fuente: Elaboración propia

Desarrollo de la marca

	Objetivos	Resultados
Diagnostico de mercado	Identificación del sector	El sector de la joyería y bisutería, enmarcada en diseños únicos
	Marcas en la competencia	En la región: Juanita Arteaga
	Soluciones principales y alternativas	Diseños realizados desde la experiencia y el estudio, mediante innovación exclusiva, de última tendencia en moda, versátiles a la hora de lucirlos con diferentes outfits y looks, pueden ser utilizados en ocasiones variadas como para días de oficina, universidad, almuerzos, cenas, evento especial y/o familiar.
	Tendencia del mercado	Piezas únicas para clientes que les gusta mostrar sus adquisiciones únicas Consumidores emergentes, quienes tienen un estilo de vida mejroado Jóvenes consumidores quienes les gusta tener estilos únicos que expresen autorrealización

	Arquetipo de la marca	<p>Inocente: inspira pureza, simplicidad y positividad</p> <p>El mago: Puede contar con un aire de misterio, improvisación, ironía, ilusión y, como su nombre ya lo dice, mucha magia.</p> <p>Persona corriente: Su objetivo principal es integrarse efectivamente en la sociedad, o sea que este arquetipo tiene una afinidad con la rutina</p> <p>El amante: se refiere a un sentimiento romántico, el punto principal de este arquetipo no implica necesariamente amor, sino personalización</p>
Realidad psicológica de la marca	Percepción de la marca de la competencia	<p>Experiencia</p> <p>Innovación</p>
	Identificar variables del neuromarketing	<p>Mantener el diseño de redes y conjuntamente la imagen corporativa</p> <p>Implementar contenidos visuales novedosos en redes, para llamar la atención de clientes</p> <p>Poner mensajes de satisfacción en páginas de la compañía</p>
Posicionamiento	Identificar top of mind	<p>Precios accesibles</p> <p>Campañas de publicidad</p> <p>Calidad de los productos</p> <p>Ofertas y promociones</p>
	Identificar top of heart	<p>Buena atención con el cliente</p> <p>Seguridad</p> <p>Fidelidad</p>
Realidad material de la marca	Traducir nuestra propuesta de valor en la marca	Acompañamiento personalizada a cada comprador, independiente del medio de compra (online - tienda)., opciones de acercamiento con los productos por medio de asesoría, demostrando que para la compañía el cliente es realmente importante
Estrategia de comunicación	Desarrollar acciones continuas para la introducción de la marca en el mercado, que estén ligadas a la medición tecnológica y de redes sociales	<p>Marketing Digital</p> <p>Redes sociales</p> <p>Página web</p>

Fuente: Elaboración propia

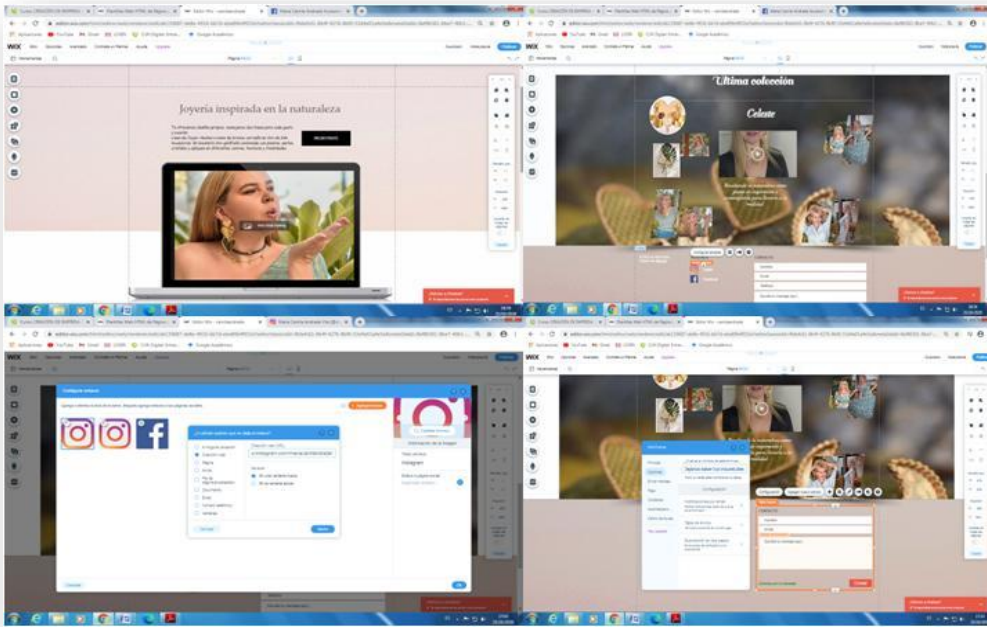
Estrategias de marketing digital

Marketing Digital

Como estrategia para convertir a los visitantes digitales en leads, la presente propuesta ha empleado como herramienta virtual editor wix.com, luego de su creación queda identificada con la Url <https://patricia30174.wixsite.com/mariacamilaandrade>, en la pagina se puede encontrar información acerca de los nuevos productos dado a que la marca se encuentra en proceso de lanzamiento de colección.

Se busca que los clientes tengan información acerca de los productos y la calidad de los mismos, en la página se podrá encontrar acceso directo a redes sociales como Facebook e Instagram y enviar mensajes en caso de requerir información adicional, las cuales tendrán respuestas de forma inmediata.

Imagen: Capturas de pantalla del diseño construido para página web



Fuente: plataforma wix

Imagen: Capturas de pantalla del diseño construido para página web

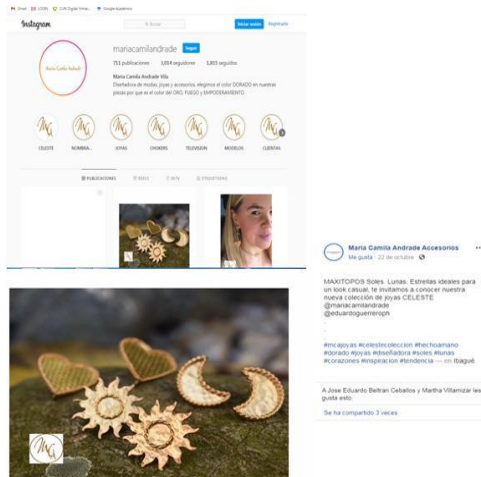


Fuente: <https://patricia30174.wixsite.com/mariacamilaandrade>,

Herramientas digitales

Actualmente la marca con cuentas creadas en redes sociales Facebook y Instagram. En ellas se ha trabajado de forma constante y permanente con información acerca de nuevas colecciones y se mantienen las anteriores en caso de ser solicitadas por algún cliente, la publicidad se hace masiva en redes dado a la acogida que están tienen en los colombianos, además por ser las de mayor tendencia.

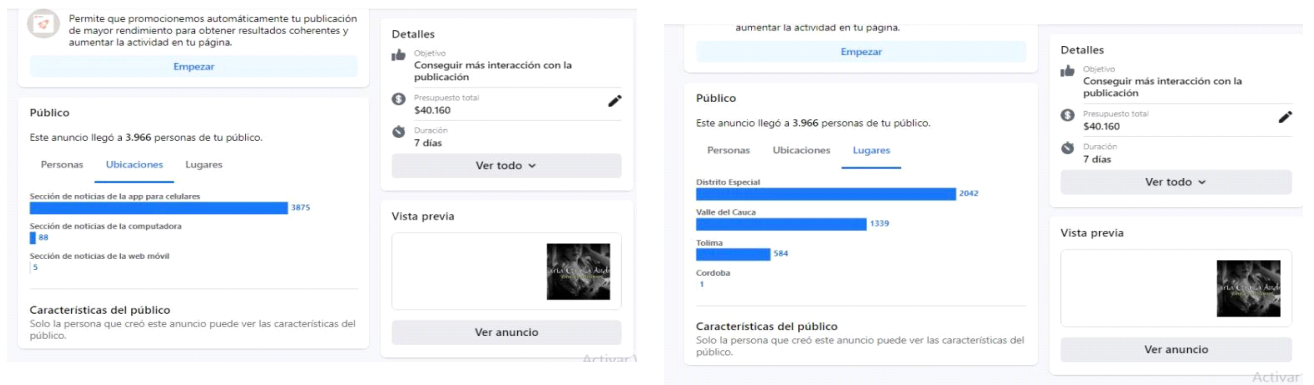
Imagen: Capturas de pantalla del diseño construido para página web



Fuente: elaboración propia

Métricas clave

A continuación se muestra los datos arrojados con respecto al comportamiento de la marca en redes de tipo empresarial, los datos obtenidos en las publicación de los productos como: cuentas alcanzadas, interacción con las publicaciones, así como a cuantas personas ha llegado la información de la marca, también se observa género, origen del acceso a la página, ciudad de ubicación. Lo anterior para la red social Facebook Maria Camila Andrade Accesorios.



Fuente: elaboración propia

El costo de adquisición en relación con la cantidad personas es de \$200.000, se considera la variable de la pandemia como obstáculo.

CAC= Costes totales campaña / nuevos clientes adquiridos en ese periodo concreto.

$$\text{CAC} = 40.160 / 5 = 8.032$$

Requerimiento de operaciones

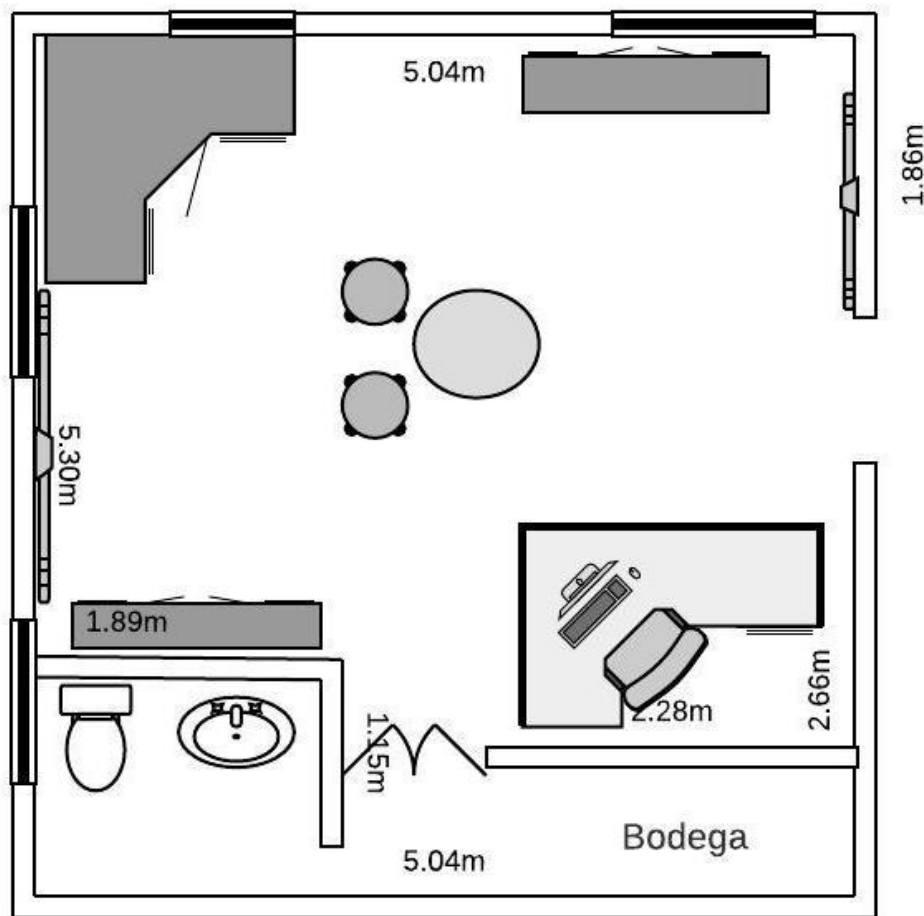
ESTIMACION DEL TAMANO OPTIMO					
Requerimientos Técnicos					
Tipo de Activo	Descripción	Cantidad	Valor Unitario*	Total	Requisitos técnicos**
Infraestructura – Adecuaciones	Local	1	450.000	450.000	Local situado en sector denominado la carrera Tercera, la gran vía comercial de Ibagué. Debe poseer acceso a agua, luz, telefonía, redes de acueducto y alcantarillado, estar terminado
Maquinaria y Equipo	prensa laminadora	1	250.000	250.000	Características: Largo del Rodillo: 50 cm Grueso del rodillo: 2 pulgadas diámetro Material del rodillo: Acero inoxidable cal 18 Material de sus bases y piñones : Aluminio fundido Peso: 4,3 kilos Ideal para fondant, masa flexibles, pastelitos y tequeños. Hechas para trabajo pesado pues su material principal es el aluminio fundido que no se dobla ni se quiebra. Posee 2 perillas en la parte superior para ajustar el grosor de la masa (desde 1 mm a 5 mm) con sujetadores para distintos espesores de mesas o bases
	Motortool	1	458.000	458.000	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS - Potencia nominal de entrada: 130 W - Tensión: 110 V - Peso: 0,55 kg - Longitud: 19 cm - Velocidad en vacío: 5.000 32.000 rpm - Ajuste de velocidad: Variable CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES: - Velocidad variable - 5.000 - 32.000 rpm: más cómoda y mejor - control al manejarla. -- Bloqueo de la boquilla: para facilitar el cambio de accesorios. -- Innovadora tapa con punta EZ Twist: no se necesita llave para - cambiar los accesorios. -- Gancho integrado: para colgar la herramienta en el soporte para - las mismas o cerca del lugar de trabajo. -- Cepillos sustituibles. -- Motor de 130 W: para un rendimiento óptimo. -- Empuñadura suave: para reducir las vibraciones y mejorar el manejo
	Soplete joyeria	1	459.900	459.900	EQUIPO DE OXICORTE GAS Y ACETILENO 17 PC UYUSTOOLS Uso en metal mecánica, joyería, mecánica dental etc. CARACTERÍSTICAS Instrumentos para cortar, soldar y calentar por proceso de oxiacetileno. Reguladores de oxígeno y acetileno con doble escala BAR y PSI. ESPECIFICACIONES Capacidad de soldadura : 9mm Capacidad de corte : 150mm Longitud de la manguera 4.5 mts

Equipo de comunicación y computación	portatil	1	1.659.000	1.659.000	Sistema operativo: Windows 10 Home 64 Procesador: Intel® Core™ i3-1005G1 (frecuencia base de 1,2 GHz, hasta 3,4 GHz con tecnología Intel® Turbo Boost, 4 MB de caché, 2 núcleos) Memoria, estándar: 4 GB de SDRAM DDR4-2666 (1 x 4 GB) Descripción del disco duro: Unidad de estado sólido M.2 PCIe® NVMe™ de 512 GB Tipo de almacenamiento: SSD Monitor: Pantalla con retroiluminación WLED HD SVA BrightView de microborde y 14" en diagonal (1366 x 768) Puertos: Velocidad de señalización de 5 Gbps de 1 USB SuperSpeed Type-C®; Velocidad de señalización de 5 Gbps de 2 USB SuperSpeed Type-A; 1 HDMI 1.4b; 1 RJ-45; 1 pin de CA inteligente; 1 combinación de auriculares y micrófono Interfaz de red: LAN 10/100/1000 GbE integrada
	Impresora	1	249.000	249.000	Impresora Multifuncional HP DeskJet Ink Advantage 2775 Impresión, copia, escaneado Hasta 20 ppm Apple AirPrint™; Wireless (Wi-Fi®); Bluetooth Print from mobile device
Muebles y Enseres y otros	Espesos	2	119.000	238.000	Descripción: Polarizado espejo Medidas 5 metros de largo * 152 cms de ancho Rollo * 5 metros Color: espejo espejo, Plata plata Características: Polarizado de privacidad solar Ideal para oficina y casa Anti-rama Película para vidrios y ventanas tipo espejo, excelente acabado y privacidad, película polarizada autoadherible, es una película reflectiva que mantiene la privacidad al tiempo que reduce la temperatura y los molestos rayos del sol. luz visible 85% Rechazo Rayos UV 99%
	Estantes	5	274.000	1.370.000	* CONJUNTO DE 3 ESTANTES CUADRADOS: Este conjunto incluye 3 estantes cuadrados: 1 pequeño, 1 mediano y 1 grande. * ACABADO BLANCO SIN TIEMPO: Estos estantes n con un acabado blanco atemporal que combina fácilmente con cualquier decoración del hogar. agrupar los estantes o colgarlos por separado para obtener el acento perfecto para cualquier habitación; estos estantes colgarán al ras contra la pared. * HECHO DE MATERIALES LIGEROS: Estos estantes están hechos de madera ligera de MDF. El estante grande mide 9x9 plg, el mediano mide 7x7 plg y el pequeño mide 5x5 plg. Cada estante tiene aproximadamente 3.5 plg de profundidad.
	Mesa centro en espejo	1	500.000	500.000	Material de la base: espejos Material del tablero: madera pino Acabado: espejos Es extensible: No Forma: Cuadrada Requiere ensamblado: No
	Puff	2	180.000	360.000	Material del asiento: cuerotex Materiales de la estructura: MDF Largo: 88 cm Ancho: 38 cm Requiere ensamblado: No Con altura regulable: No
Otros (incluido herramientas)					
Gastos pre- operativos	Costitución	1	251.500	251.500	
	Apertura	1	500.000	500.000	
	Registro	1	100.000	100.000	

Metodo de Escalación	
ASPECTOS / VARIABLES	VALORES
Capacidad total de los equipos (Horas x año)	1.152
Capacidad anual	11.520
PLANTA DE PRODUCCION	
Capacidad mensual	
N° de días de operación (10días)	960
Horas de producción mensual	80,0

Fuente: grupo de trabajo

Plano tienda María Camila Andrade



Fuente: elaboración propia – lucidchart

Ingeniería el proyecto

¿Cuál es el proceso que se debe seguir para la producción del bien o prestación del servicio?

Se caracterizan porque las joyas son hechas en bronce con baño de oro, y los accesorios principalmente en bisutería. Para la realización de productos, se tiene en cuenta la teoría del color, la tendencia del momento, la estética del producto, su ergonomía, todo bajo calidad de materiales al ser una joyería cuya producción es realizada en metales y piedras preciosas,

especialmente bronce y baño en oro. Dentro de los productos se encuentra, Cadenas, Pulseras, Anillos, Aretes, largos de uno hasta 10 centímetros, Candongas grandes, y pequeñas, Collares con tendencia envejecida, tipo barroco, Gargantillas.

Qué materias primas o insumos necesita para la elaboración del producto? Realice un listado con cantidad y precios

Hoy por hoy la idea es la disminución de costos en cuanto a materia prima, por ello se busca reducción en materiales como felpas.

Uno de los químicos utilizado es el *bicarbonato* que neutralizan los ácidos que puedan ser ocasionados durante los procesos. Su costo varia, actualmente se compra por kilos, el cual, tiene un costo de 20.000

Otro de los químicos utilizados es la Sal decapante utilizada para desengrasar y decapar su costo oscila entre los 90.000 y 100.000 pesos

La base de acido clorhídrico piezas de hierro, cobre y sus aleaciones Alcohol etílico, utilizado para limpiar piezas, actualmente se compra un kit de limpieza de este tipo, su costo es de 200.000 y dura aproximadamente 6 meses.

Silicona, su uso únicamente para sellado, costo 50.000 pesos

Otras materias primas utilizadas son: laminas de Bronce, oro, aluminio, estas depende de la cantidad a utilizar y varía de acuerdo a la demanda del momento


En cuanto al empaque, este se realiza en bolsas realizadas en tela, las cuales contribuyen al medio ambiente, así como bolsas de papel, la política cero plásticos. Además mantienen en buen estado los productos, sus costos son relativamente bajos, en donde las bolsas cuestan 1.000 cada una, al ser hechas por personas de la región y comprada en volumen, su duración puede ser anual

Tabla de requerimientos de operación en el proceso de producción

Tabla 10: requerimientos de operación en el proceso de producción Bien/Servicio: Joyas y accesorios diseñados para todo tipo de ocasión. Dentro de los productos se encuentra, Cadenas, Pulseras, Anillos, Aretes, largos de uno hasta 10centímetros, Candongas grandes, y pequeñas, Collares con tendencia envejecida, tipo barroco, Gargantillas				
Unidades a producir: 20 de cada referencia: Cadenas, Pulseras, Anillos, Aretes, largos de uno hasta 10 centímetros, Candongas grandes, y pequeñas, Collares con tendencia envejecida, tipo barroco, Gargantillas				
Actividad del proceso	Tiempo estimado de realización (minutos/horas)	Cargos que participan en la actividad	Números de personas que intervienen por cargos	Equipos y máquinas que se utilizan. Capacidad de producción por máquina (Cantidad de producto/unidad de tiempo)
Actividad 1: Creación de colecciones	7.776.000/2.160	Gerente general	1	1 computador
Actividad 2: producción de nueva colección	2.529.000/720	Gerente general Productora	1 1	Prensa laminadora Motortool Soplete joyería
Actividad 3: revisión de producción	1.296.000/360	Gerente general	1	Productos
Actividad 4: Planteamiento de estrategias de publicidad y marketing	7.776.000/2.160	Gerencia general Administrador de tienda Operador de Redes	1 1 1	1 Computador Plataformas virtuales y redes sociales
Actividad 5: Presentación de nueva colección a clientes	2.529.000/720 De forma constante	Gerencia general Administrador de tienda	1 1	1 Computador Plataformas virtuales y redes sociales
Actividad 6: Asesoría personalizada a clientes	2.529.000/720 De forma constante	Administrador de tienda	1	1 Computador Plataformas virtuales y redes sociales
TOTAL	24.435.000/6.840	4	10	10

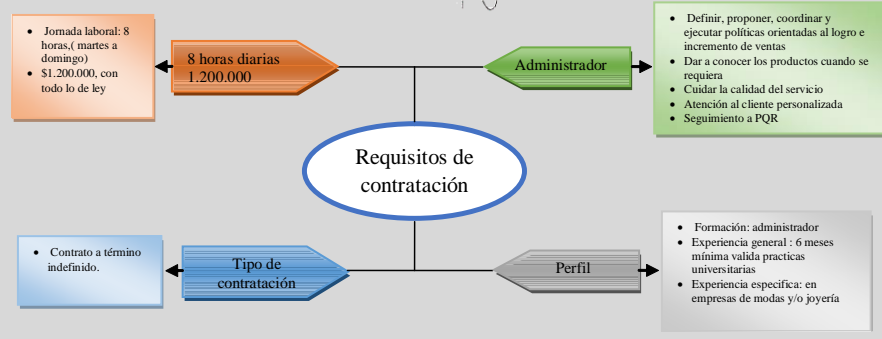
Fuente: grupo de trabajo

Estudio Técnico III

	Maria Camila Andrade Joyas y accesorios		
	10	CELESTE	14/11/2020
FICHA TECNICA DEL PRODUCTO			
A. NOMBRE DEL PRODUCTO (Defina el nombre tecnico del producto)			
Aretes, collares y pulseras			
B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE			
Laton de bronce es una aleacion de cobre con sinc y oro de 24 kilates			
C. PRESENTACIONES COMERCIALES			
Collar forma de aro entorchado, Earcuff, Aro pulsera hoja, Aretes, Aro pulsera, Brazaletes flores, Anillos, Minitopos, Maxitopos estrellas, Conjunto soles			
D. TIPO DE ENVASE			
En el empaque podemos apreciar su calidad por que es una bolsa tipo boutique estampada a full color de 14 de ancho por 17 de alto En cuanto al empaque, este se realiza en bolsas realizadas en tela, especificamente lona de algodón cuyo material es fibra tejida 100% biodegradable de origen natural. Puede tener aproximadamente una vida útil de 7 años, la lona de algodón es uno de los materiales de fibra natural más resistentes en el mercado. Así como bolsas de papel Kraf , las cuales son resistentes ecológicas y reciclables, manteniendo las politicas de calidad de cero plástico y lo más importante, mantienen en buen estado los productos.			
E. MATERIAL DE ENVASE			
Propalcote,plasticada y cinta satinada la lona de algodón es uno de los materiales de fibra natural más resistentes en el mercado. Así como bolsas de papel Kraf , las cuales son resistentes ecológicas y reciclables, manteniendo las politicas de calidad de cero plástico y lo más importante, mantienen en buen estado los productos.			
F. CONDICIONES DE CONSERVACION			
No se debe mojar de ningun tipo de liquido, se debe conservar en un espacio fresco y se debe limpiar con un retaso de tela suave y seca			
G. TIPO DE TRATAMIENTO (PROCESO DE ELABORACION)			
Desde preciosas piedras naturales, pasando por elegantes engarses, hasta elaborados baños en oro es la tecnica que hacemos en cada proceso de diseño			
Tenemos tres métodos de protección y embellecimiento de metales similares pero con algunas diferencias: el baño, el enchapado y la galvanización.			
Las piezas chapadas en oro se realizan mediante un procedimiento, manual o mecánico, en la que un metal, de mayor nobleza, recubre a otro. La técnica consiste en recortar láminas o tiras de un metal precioso para cubrir un fragmento de otro metal. Posteriormente, se sellan las juntas o suturas mediante el golpeteo de un martillo o soldándolas con fuego y estaño. La principal diferencia con el baño es que la chapa se puede retirar completamente de la pieza, mientras que la capa de metal que resulta del baño sólo puede eliminarse raspando la pieza.			
En cuanto a la galvanización, es un proceso que utilizamos ya que es electroquímico por el cual se puede cubrir un metal con otro, con el fin de proteger la superficie del metal sobre el cual se realiza el tratamiento, su nombre por Luigi Galvani, quien descubrió este sistema, El material más común para cubrir el exterior es el zinc.			
H. VIDA UTIL ESTIMADA			
De 12 a 15 años dependiendo de su cuidado			
I. PORCION RECOMENDADA			
Cualquier tipo de joya			



J. PERFIL DE QUIEN INTERVIENE EN EL PROCESO



K. GRUPO POBLACIONAL

Mujeres con edades de 25 a 35 años, de estratos 4, 5 y 6, que se encuentren en cualquier lugar del país, para una mujer fresca tranquila que le gusta divertirse estar a la moda. Dirigido a consumidoras optimistas consideradas, quienes son prácticas y buscan calidad. Así mismo a compradoras impulsivas, quienes compran manejadas por la emoción, comprando lo que les gusta. Y a mujeres esforzadas y optimistas, quienes buscan productos que les brinde estatus de lujo y exclusividad. Cuenta con tienda en la ciudad de Ibagué, sin embargo se hacen envíos dentro del territorio nacional.

Firma del responsable del producto:

Nombre del Responsable del producto

Maria Camila Andrade

Firma:



MARIA CAMILÑA ANDRADE JOYAS Y ACCESORIOS

CODIGO: 001

VERSIÓN: 001

FECHA: 10/11/2020

FICHA TECNICA DEL SERVICIO

A. NOMBRE DEL SERVICIO (Defina el nombre del servicio)

Diseño de joyas, servicio al cliente, entrega de producto, envios locales, nacionales e internacionales, asesoramiento personalizado

B. OBJETIVO

Acompañar al cliente desde su decisión de comprar una joyas, dependiendo de su ocasión para brindarle así un servicio de asesoramiento ya sea personalmente o virtual,brindarle envios nacionales e internacionales y por supuesto locales

C. METODOLOGIA

Por medio de un dialogo con nuestro equipo de trabajo, nos proyectamos con las distintas técnicas de comunicación para así bríndale a un cliente un asesoramiento asertivo con un objetivo final de llevarse el producto adecuado

D. DESCRIPCIÓN GENERAL

Por medio de venta de productos en tienda física y redes (Instagram, Facebook) En este momento y dado a las circunstancias actuales del mundo, en donde la pandemia ha dejado nuevas formas en la economía, la cual se ha visto impactada por las disminuciones de ingresos en ventas de tipo físico y despidos masivos, se observa que hay incremento en temas como compras on-line

D. DURACION

La duración del servicio de acompañamiento puede durar dependiendo del diseño por que unas joyas hechas a mano de demoran entre 3 días a una semana y el envío se demora dependiendo de la transportadora por ejemplo: a Bogotá se demora un día en llegar desde Ibagué pero a Estados unidos 15 días, el tiempo de asesoramiento puede ser desde una hora hasta un día dependiendo del tiempo que disponga el cliente o así mismo el asesoramiento puede ser inmediato si los producto se encuentran ya en estantería

E. ENTREGABLES

- Dentro de nuestra entrega de producto se encuentran instrucciones de uso y cuidado a blanco y negro y por el otro lado una cita bíblica dedicada a la mujer decorada con flores a full color por otro lado se encuentra la etiqueta de producto con la marca a full color

G. PERFIL DEL CLIENTE

Mujeres con edades de 25 a 35 años, de estratos 4, 5 y 6, que se encuentren en cualquier lugar del país, para una mujer fresca tranquila que le gusta divertirse estar a la moda.

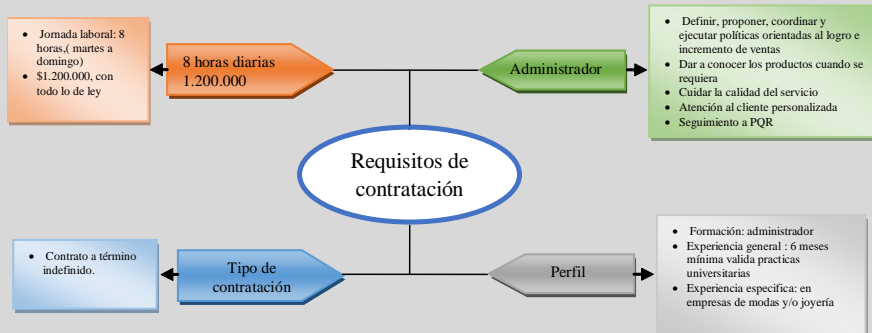
Dirigido a consumidoras optimistas consideradas, quienes son prácticas y buscan calidad.

Así mismo a compradoras impulsivas, quienes compran manejadas por la emoción, comprando lo que les gusta.

Y a mujeres esforzadas y optimistas, quienes buscan productos que les brinde estatus de lujo y exclusividad.

Cuenta con tienda en la ciudad de Ibagué, sin embargo se hacen envíos dentro del territorio nacional.

G. PERFIL DE QUIEN ENTREGA EL SERVICIO



Firma del responsable del servicio:

Nombre del Responsable del servicio

María Camila Andrade Vila

Firma:

Fuente: elaboración propia

Lanzamiento producto mínimo viable

Teniendo en cuenta la campaña publicitaria que se pretende realizar en redes sociales para incrementar el reconocimiento de la marca y con el fin de realizar mejoras se tiene el siguiente storyboard como resultado

¿Que problema estas tratando de resolver?	¿Quién es tu público objetivo?	¿Cómo resolverás este problema?	Cuál es el primer paso?
			
<p>Llegar a mas clientas, logrando que la marca sea reconocida a nivel nacional e internacional, por medio de redes sociales y pagina web</p>	<p>Mujeres con edades de 25 a 35 años, de estratos 4, 5 y 6, para una mujer fresca tranquila que le gusta divertirse estar a la moda, quienes buscan productos que les brinde estatus de lujo y exclusividad.</p>	<p>por medio de marketing en redes y alianzas con personajes de la televisión, quienes muestran las joyas durante sus eventos</p>	<p>Brindar en las redes sociales Facebook e Instagram y pagina web información constante, ser activa en las mismas, dando a conocer colecciones, promociones y descuentos así como la asesoría personalizada, reconociendo importancia de nuestros clientes</p>

Create your own at Storyboard That

¿Que problema estas tratando de resolver?



Llegar a mas clientas, logrando que la marca sea reconocida a nivel nacional e internacional, por medio de redes sociales y pagina web

Create your own at Storyboard That

¿Quién es tu público objetivo?



Mujeres con edades de 25 a 35 años, de estratos 4, 5 y 6, para una mujer fresca tranquila que le gusta divertirse estar a la moda, quienes buscan productos que les brinde estatus de lujo y exclusividad.

¿Cómo resolverás este problema?



por medio de marketing en redes y alianzas con personajes de la televisión, quienes muestran las joyas durante sus eventos

Cuál es el primer paso?

María Conila Andrade
joyas y accesorios



Brindar en las redes sociales Facebook e Instagram y página web información constante, ser activa en las mismas, dando a conocer colecciones, promociones y descuentos así como la asesoría personalizada, reconociendo importancia de nuestros clientes

Referencias

- Colombia Fintech (s.f). Ganancias y retos del comercio digital por aislamiento. Recuperado de: <https://www.colombiafintech.co/novedades/ganancias-y-retos-del-comercio-digital-por-aislamiento>
- Conoce qué son Precios psicológicos y cómo funcionan (2018, 21 de septiembre). Observatorio eCommerce. Recuperado de: <https://www.observatorioecommerce.com.co/conoce-que-son-precios-psicologicos-y-como-funcionan/#:~:text=Los%20precios%20psicol%C3%B3gicos%20son%20estrategias.argumentando%20que%20tiene%20m%C3%A1s%20calidad.>
- Joyería, Un Sector Por Explorar (2019, 30 de noviembre). LatinPyme Recuperado de: <https://www.latinpymes.com/joyeria-un-sector-por-explorar/>
- Negocio Por Internet (s.f.). Ventajas, desventajas y ejemplos de negocios peer to peer. Recuperado de: <https://destinonegocio.com/co/negocio-por-internet-co/ventajas-desventajas-peer-to-peer/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20peer%20to%20peer,tecnolog%C3%ADa%20como%20plataforma%20de%20intermediaci%C3%B3n.>
- Ortiz., N. (2015). Cartilla Bisutería. Artesanías de Colombia. Recuperado de: <https://repositorio.artesaniasdecolombia.com.co/bitstream/001/3803/14/INST-D%202015.%20154.13.pdf>
- Social media 2020: ¿cómo estamos en Colombia? (2020, 08 de mayo). Paxzu. Recuperado de: <https://www.paxzu.co/redes-sociales-mas-usadas-colombia>