

ACCESORIOS KUJARUBA

OPCIÓN DE GRADO I

GINA PAOLA CRUZ PEÑA  
DELIA JACQUELINE BLANCO  
YULY ANGELICA RACERO PINTO

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

BOGOTÁ

2018

ACCESORIOS KUJARUBA

OPCIÓN DE GRADO I

GINA PAOLA CRUZ PEÑA  
DELIA JACQUELINE BLANCO  
YULY ANGELICA RACERO PINTO

DOCENTE

JUAN CARLOS BERNAL

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

BOGOTÁ

2018

## INDICE

|  |           |
|--|-----------|
| <u>INTRODUCCION.....</u>   | <u>5</u>  |
| <u>1.JUSTIFICACION.....</u>  | <u>6</u>  |
| <u>2. DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACION DE CLIENTES .....</u>            | <u>7</u>  |
| <u>2.1 Identificacion de las Necesidades del Stakeholders .....</u>        | <u>8</u>  |
| <u>2.2. Identificacion de beneficios y expectativas .....</u>              | <u>8</u>  |
| <u>2.3 Identificacion de Soluciones actuales.....</u>                      | <u>8</u>  |
| <u>2.4. Analisis de Inconformidades, Frustraciones y Limitaciones.....</u> | <u>8</u>  |
| <u>2.5 Mercado.....</u>  | <u>8</u>  |
| <u>3. VALIDACION DEL MERCADO .....</u>                                     | <u>9</u>  |
| <u>3.1. Entrevista.....</u>  | <u>10</u> |
| <u>3.2. Analisis de Resultados.....</u>                                    | <u>16</u> |
| <u>4. PROTOTIPO .....</u>  | <u>17</u> |
| <u>4.1. Descripcion del Proucto o Servicio .....</u>                       | <u>17</u> |
| <u>4.2 Ficha Tenica del producto o servicio.....</u>                       | <u>18</u> |
| <u>5. MATRIZ ESTRATEGICA 1.....</u>  | <u>22</u> |
| <u>5.1. Identidad estrategica.....</u>                                     | <u>22</u> |
| <u>5.2. Futuro preferido.....</u>  | <u>22</u> |
| <u>5.3. Objetivo general .....</u>   | <u>22</u> |
| <u>5.4. Objetivos especificos.....</u>                                     | <u>23</u> |
| <u>5.5. Valores.....</u>   | <u>23</u> |
| <u>5.6. Analisis del PESTEL,.....</u>                                      | <u>24</u> |
| <u>5.7. Analisis de Porter .....</u>                                       | <u>25</u> |
| <u>6. CONCLUSIONES.....</u>  | <u>27</u> |
| <u>7. BIBLIOGRAFIA .....</u>   | <u>27</u> |

## INDICE GRAFICAS

|                                   |           |
|-----------------------------------|-----------|
| <u>1.GRAFICA PREGUNTA 1 .....</u> | <u>12</u> |
| <u>2.GRAFICA PREGUNTA 2 .....</u> | <u>12</u> |
| <u>3.GRAFICA PREGUNTA 3 .....</u> | <u>13</u> |
| <u>4.GRAFICA PREGUNTA 4 .....</u> | <u>13</u> |
| <u>5.GRAFICA PREGUNTA 5 .....</u> | <u>14</u> |
| <u>6.GRAFICA PREGUNTA 6 .....</u> | <u>14</u> |
| <u>7.GRAFICA PREGUNTA 7 .....</u> | <u>15</u> |
| <u>8.GRAFICA PREGUNTA 8.....</u>  | <u>15</u> |
| <u>9.GRAFICA PREGUNTA 9.....</u>  | <u>16</u> |

## INDICE TABLAS

1. TABLA 1 FICHA TECNICA
2. TABLA 2 ANALISIS PESTEL
3. TABLA 3 ANALISIS 5 FUERZAS PORTER

## INTRODUCCIÓN

ACCESORIOS KUJARUBA es una empresa de elaboración y venta de collares, manillas, aretes, pulseras, y diademas, queremos darnos a conocer en el mercado con estilos novedosos y modernos, ofreciendo a nuestros clientes un producto económico y agradable. En la actualidad las mujeres somos vanidosas, por eso queremos que nuestros accesorios artesanales hagan parte de la personalidad y sensualidad de las mismas, la elaboración de este proyecto permitirá también generar un proceso de responsabilidad social, capacitando a las madres adolescentes para que puedan ser emprendedoras y les permita adquirir conocimiento para generar un ingreso a sus familias.

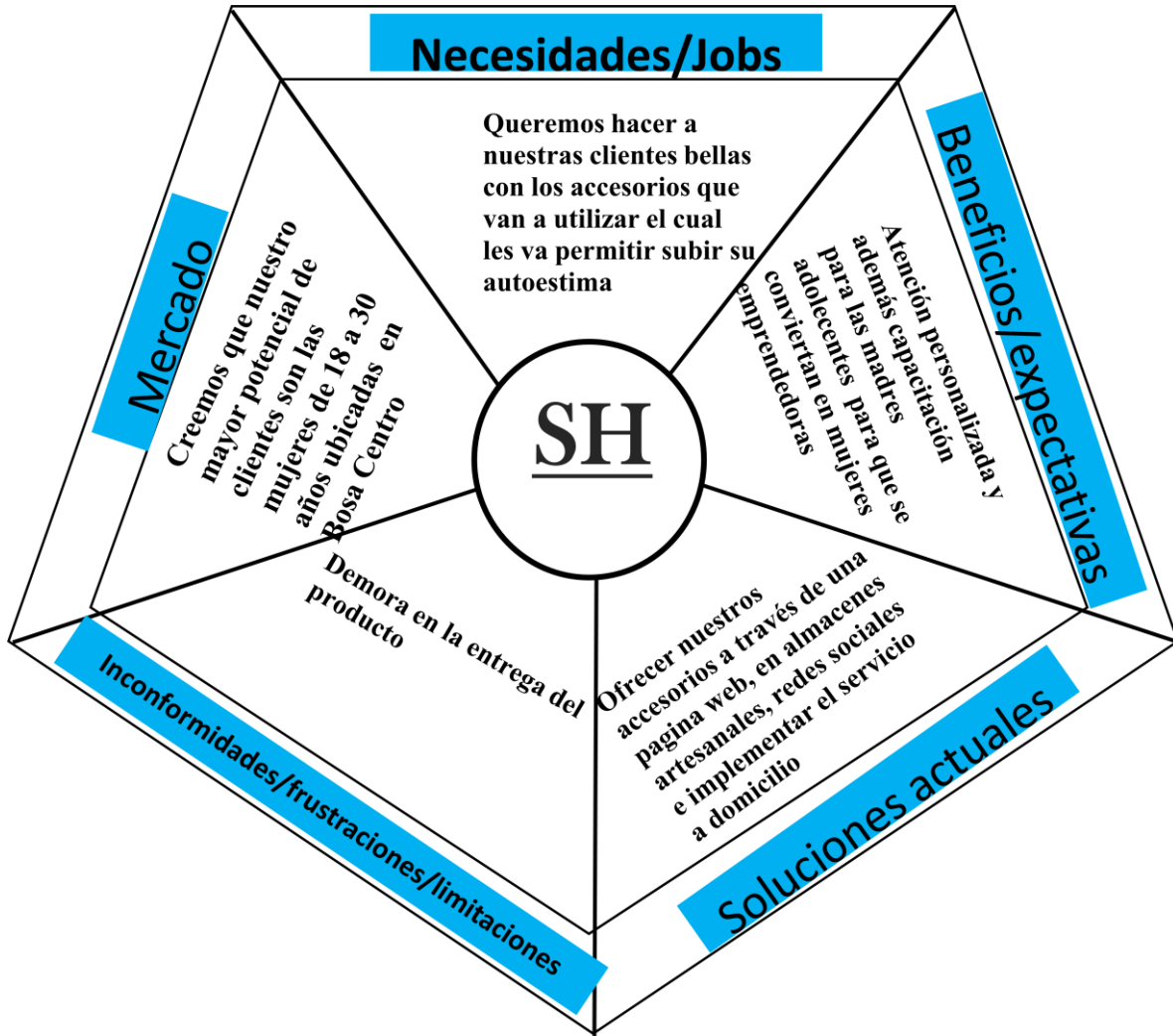
## 1. JUSTIFICACIÓN

Teniendo en cuenta la necesidad que tenemos las mujeres de vernos y sentirnos bellas, con los accesorios que utilizamos nuestro proyecto pretende ofrecer una amplia diversidad de diseños que vayan acorde a su personalidad y gusto.

Buscamos elaborar estos accesorios artesanales con el fin de trabajar en la autoestima de la mujer, la imagen que proyecta ante los demás es muy importante y tener una buena apariencia es llenar de optimismo el interior.

Este proyecto tiene la finalidad de capacitar a madres adolescentes en busca de ayuda mutua para tener una economía estable con la elaboración y venta de los accesorios. Implementaremos la utilización de cuentas de vidrio llamadas "Mostacilla Checa" y el Hilo de Búfalo como material principal para la elaboración de nuestros accesorios, algunas de las características que favorecen el uso de estos materiales es su durabilidad, ausencia de procesos de oxidación, no es toxico, es un material hipo alérgico y su forma de obtención es fácil y económica.

## 2. DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACION DE CLIENTE



2.1. Identificación de las Necesidades del Stakeholders

Queremos hacer a nuestras clientes bellas con los accesorios que van a utilizar el cual les va a permitir subir su autoestima.

## 2.2. Identificación de beneficios y expectativas

Atención personalizada y capacitación para las madres adolescentes para que se conviertan en mujeres emprendedoras

## 2.3. Identificación de Soluciones actuales

Ofrecer nuestros accesorios a través de una página web, almacenes artesanales, redes sociales e implementar el servicio a domicilio.

## 2.4. Análisis de Inconformidades, Frustraciones y Limitaciones

El precio alto del producto que no satisfaga la necesidad del cliente

## 2.5 Mercado

Creemos que nuestro mayor potencial de clientes son las mujeres de 18 a 30 años ubicadas en la localidad de Bosa Centro.



### 3. VALIDACION DEL MERCADO

#### 3.1. Entrevista

Buenos días, tardes, noches. Nuestros nombres son Delia Blanco, Gina Cruz y Yuli Racero somos estudiantes de la Corporación Unificada Nacional – CUN, de educación superior. En este momento estamos desarrollando un estudio sobre los hábitos de consumo de Accesorios o bisutería artesanal.

Nuestra intención no es venderle nada sino conocer su opinión. Así mismo, le garantizamos la confidencialidad de la información.

#### I. HÁBITOS

Para comenzar, quisiera hablar de los hábitos de consumo que usted tiene de productos como estos.

1. Con qué frecuencia compra accesorios para mujeres

| Frecuencia   |  |
|--------------|--|
| a. SEMANAL   |  |
| b. QUINCENAL |  |
| c. MENSUAL   |  |
| d. SEMESTRAL |  |
| d. ANUAL     |  |

2. De qué tamaño le gusta comprarlos

| GRANDES | MEDIANOS | PEQUEÑOS |
|---------|----------|----------|
|---------|----------|----------|

3. Cuando usted quiere comprar este producto, ¿dónde lo busca?

4. ¿De no encontrarlo en este lugar, qué decisión toma?

|   |  |
|---|--|
| a. Lo busca en otro lugar similar                 |  |
| b. Lo busca en otro lugar completamente diferente |  |
| c. Prefiere comprar otro producto similar         |  |

5. Por lo general, cuánto paga usted por este producto

## II. EVALUACIÓN DE LA IDEA

**Venta de accesorios artesanales para mujeres elaborados en mostacilla checa, collares, aretes, pulseras, ofrecemos una gran variedad de diseños y colores para todos los estilos.**



Después de haber conocido esta idea de negocio, le agradezco que califique de 1 a 5 cada una de las siguientes afirmaciones. Siendo 1 “estoy totalmente en desacuerdo” y 5 “estoy totalmente de acuerdo”

| AFIRMACIONES  | CALIFICACIÓN |
|---|--------------|
| a. Esta idea es creíble y realizable                      |              |
| b. Esta idea es novedosa                                  |              |
| c. Esta idea es para personas como yo                     |              |
| d. Esta idea satisface mi necesidad                       |              |
| e. Si este producto saliera al mercado yo lo recomendaría |              |

6. Conociendo esta idea de negocio y no teniendo en cuenta el precio, qué probabilidad hay que usted, al salir este producto al mercado, lo compre.

|                                    |  |
|------------------------------------|--|
| a. Definitivamente NO lo compraría |  |
| b. Probablemente NO lo compraría   |  |
| c. No sabe si lo compraría o no    |  |
| d. Probablemente lo compraría      |  |
| e. Definitivamente lo compraría    |  |

7. Ahora, le agradezco que evaluemos el precio que debería tener el producto que acabamos de evaluar. Del siguiente rango de precios, cuál considera usted que pagaría por el producto.

| RANGO DE PRECIOS<br>\$ 40,000 - \$50,000- \$60,000 - \$80,000 |  |
|---|--|
| a. Es tan barato que dudaría de su calidad                    |  |
| b. Es un precio justo   |  |
| c. En tan costoso que ya no lo compraría                      |  |

8. Cuáles son las mejoras que usted le sugiere al producto

|  |
|--|
|  |
|--|

**III. COMUNICACIÓN**

9. ¿Dónde le gustaría a usted encontrar este producto?

|  |  |  |
|--|--|--|
|  |  |  |
|--|--|--|

10. ¿A través de qué medios le gustaría enterarse de un producto como este?

|  |  |  |
|--|--|--|
|  |  |  |
|--|--|--|

**IV. DEMOGRÁFICOS**

1. Marque el sexo de su entrevistado M \_\_\_ F \_\_\_

2. ¿En qué rango de edad se encuentra?

18 A 25 AÑOS \_\_\_

26 A 35 AÑOS \_\_\_

36 Y MAS AÑOS \_\_\_

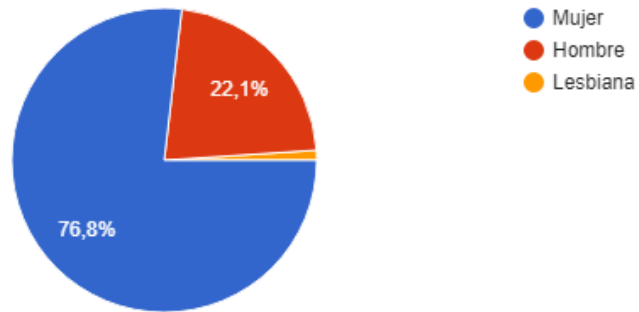
3. Estado civil

SOLTERO \_\_\_ UNION LIBRE \_\_\_ CASADO \_\_\_

## GRAFICA PREGUNTA 1

### SEXO

95 respuestas

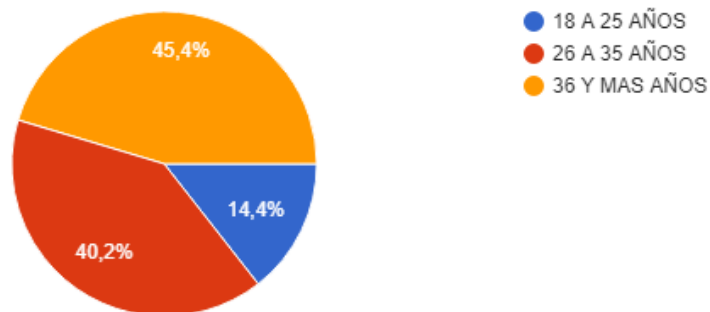


Del 100% de personas encuestadas encontramos que el 76,8% son mujeres.

## GRAFICA PREGUNTA 2

### EN QUE RANGO DE EDAD SE ENCUENTRA

97 respuestas

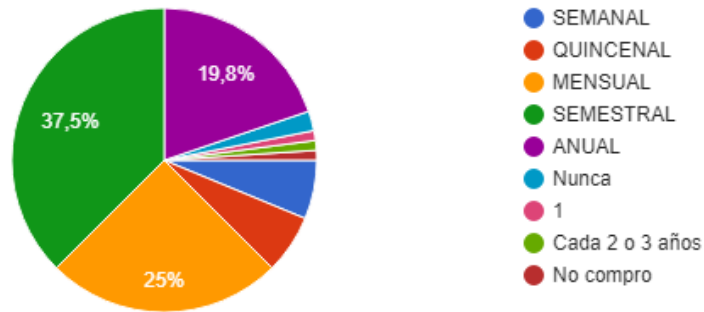


El rango de edad de la muestra es de 36 años y más con un 45,4%

### GRAFICA PREGUNTA 3

#### CON QUE FRECUENCIA COMPRA ACCESORIOS PARA MUJERES

96 respuestas

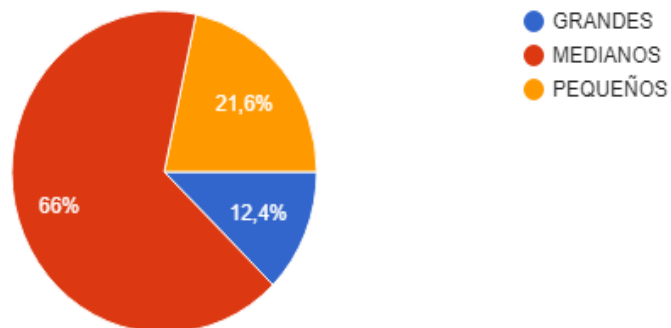


Podemos ver que la personas compran accesorios semestralmente con un 37,5%

### GRAFICA PREGUNTA 4

#### DE QUE TAMAÑO LE GUSTAN

97 respuestas

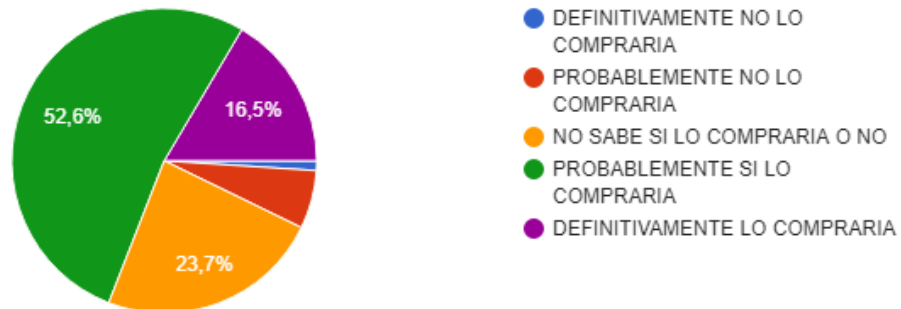


El 66% de la población les gusta los accesorios medianos

### GRAFICA PREGUNTA 5

CONOCIENDO ESTA IDEA DE NEGOCIO Y NO TENIENDO EN CUENTA EL PRECIO QUE PROBABILIDAD HAY QUE...S SALGA AL MERCADO Y LO COMPRE

97 respuestas

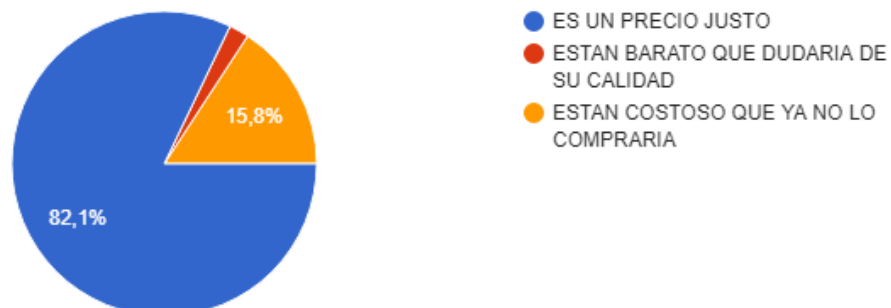


El 52,6% piensan que probablemente comprarían los accesorios

### GRAFICA PREGUNTA 6

USTED PAGARÍA POR UN JUEGO DE COLLAR, ARETES Y PULSERAS ARTESANALES ENTRE \$40.000 Y \$80.000

95 respuestas

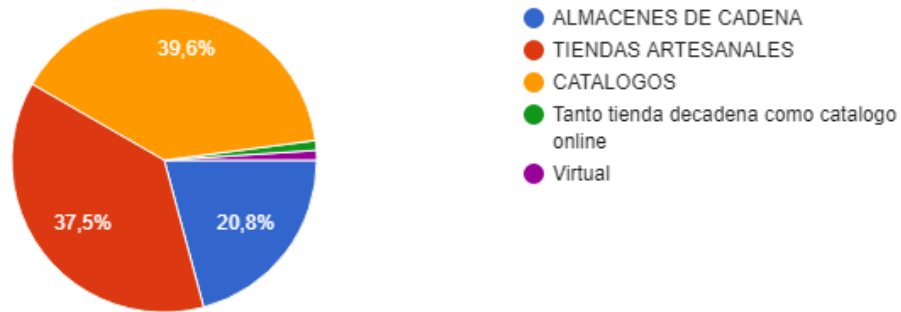


Podemos observar que a la población le parece un precio justo el valor de los accesorios con el 82,1%

## GRAFICA PREGUNTA 7

### DONDE LE GUSTARÍA ENCONTRAR ESTE PRODUCTO?

96 respuestas

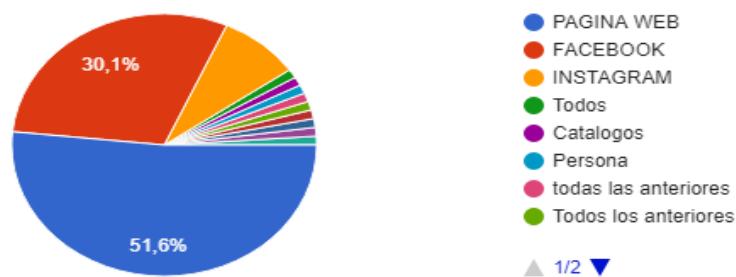


A 39,6% de las personas les gustaría encontrar este producto en catálogos.

## GRAFICA PREGUNTA 8

### A TRAVÉS DE QUE MEDIOS LE GUSTARÍA ENTERARSE DE UN PRODUCTO COMO ESTE?

93 respuestas

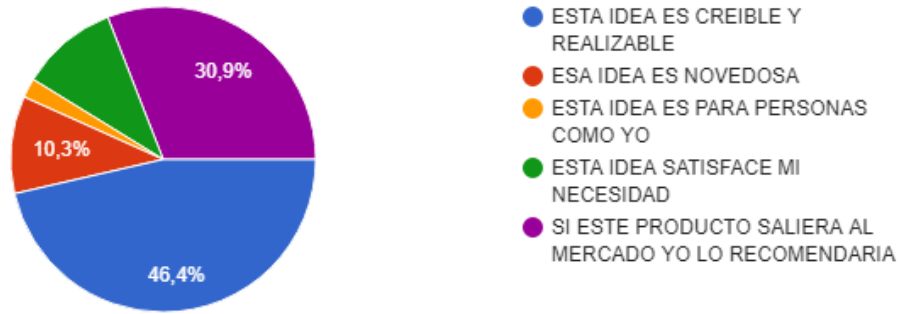


Podemos observar según la muestra al 51,6% le parece mejor encontrar nuestro producto en la página web

## GRAFICA PREGUNTA 9

### DESPUÉS DE HABER CONOCIDO ESTA IDEA DE NEGOCIO OPINE SOBRE LAS SIGUIENTES AFIRMACIONES

97 respuestas



Según la encuesta al 46,4% les parece que esta idea es increíble y realizable.

### 3.2 ANALISIS DE RESULTADO

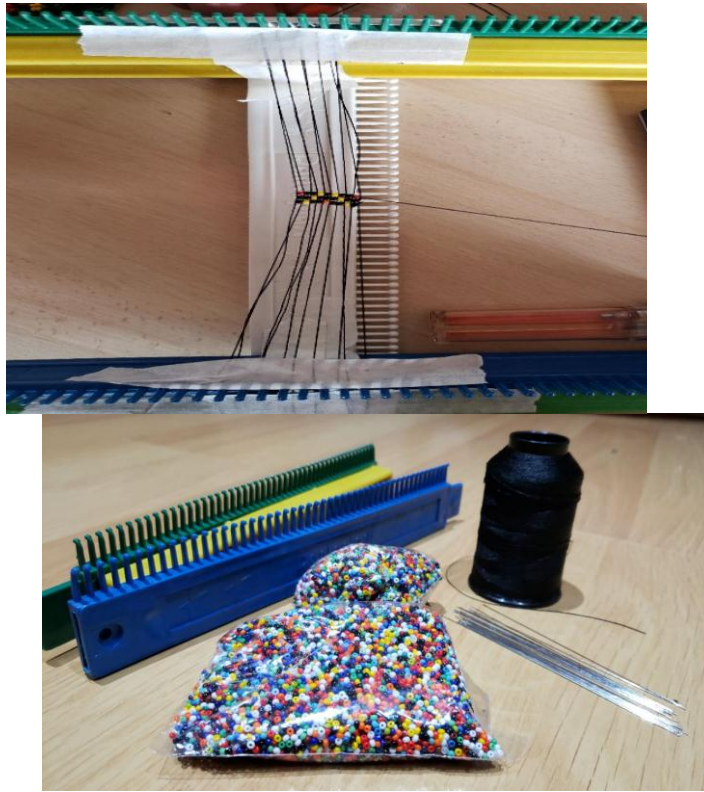
De acuerdo con la población encuestada pudimos evidenciar que la idea de negocio es buena, que cuenta con un alto porcentaje de mujeres las cuales comprarían nuestros accesorios, que les gustaría encontrar los diseños en página web y catálogos, además estarían dispuestas a pagar entre \$40.000 a \$80.000 pesos por cada juego.

Las encuestas nos muestran también que les gustan mas los accesorios medianos y que su compra es semestralmente, esto nos favorece con eso nos da tiempo para la elaboración de nuevos y novedosos diseños que sean del agrado de los clientes.

Además, queremos impartir un poco de cultura, para no olvidar esas raíces indígenas de nuestros antes pasados en donde todo se realizaba a mano, como los tejidos, bolsos, cobijas entre otros.



## 4. PROTOTIPO



### 4.1 Descripción del servicio o producto

Elaboración y venta de collares, aretes, manillas y pulseras en mostacilla checa, diseños exclusivos y personalizados para el gusto de todos nuestros clientes, su elaboración puede durar entre 1 mes o más dependiendo el diseño y el accesorio solicitado.

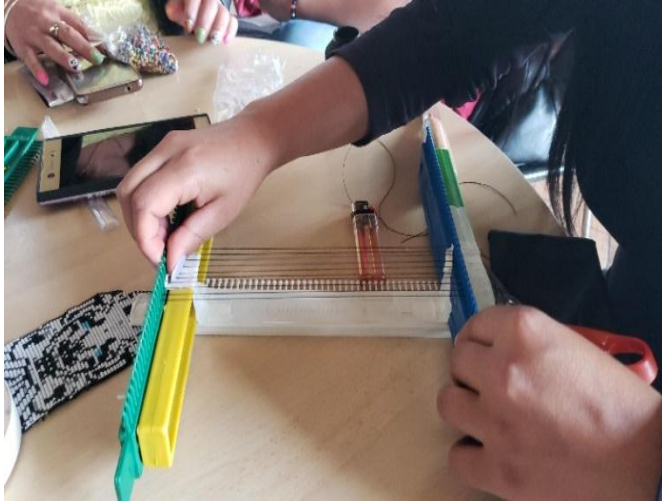
Materiales de elaboración:

- Mostacilla Checa
- Hilo Búfalo
- Aguja pelo
- Telar
- Nylon
- Cierre pico de loro

## FICHA TECNICA

|  |   |
|--|---|
| <p style="text-align: center;"><b>MOSTACILLA</b></p>    | <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Son Cuencas de vidrio.</li> <li>2) Tienen distintos tamaños.</li> <li>3) Tienen distintos colores.</li> <li>4) Se pueden hacer cuadros con ellas.</li> <li>5) Se pueden hacer manillas con ellas.</li> <li>6) La Cultura Maya las utilizaba.</li> <li>7) Con ellas se decoran prendas de vestir.</li> </ol> |
| <p style="text-align: center;"><b>HILO BUFALO</b></p>   | <p>Hilo de búfalo: es un hilo poliamida de polyester (Es el nylon alifático no reforzado más duro y más resistente a la abrasión con una mejor tenacidad a temperaturas bajas.), dos (2) y tres (3) cabos retorcidos, brinda mayor resistencia y tenacidad utilizado.</p>   |
| <p style="text-align: center;"><b>AGUJA PELO</b></p>  | <p>Las <u>aguja pelo</u> son uno de los artículos más indispensables en la bisutería, tienen muchas funciones, pero la principal es para pasar bolas o cuentas por nuestro hilo. El material del que esta echo este producto es acero flexible</p>  |

TABLA 1 FICHA TECNICA



- Gargantilla tejida a mano con nylon aproximadamente 60 cm de largo, colores variados.



- Aretes tejida a mano forma circular



- Collar forma corbata tejido con telar de 80cm de largo, se debe iniciar de la mitad hacia afuera



- Collar forma de girasol tejido a mano 80 cm de largo



## 5. MATRIZ ESTRATEGICA I

### 5.1 IDENTIDAD ESTRATEGICA (Misión)

ACCESORIOS KUJARUBA es una empresa dedicada a la elaboración de bisutería artesanal, para realzar la belleza de la mujer, el cual propone fomentar tendencias específicas que se molden al pensamiento libre y con ímpetu de superación del contexto cultural y social, permitiendo que los clientes con la guía de nuestros diseñadores puedan crear sus propios diseños, siendo nuestra marca no solo un accesorio de belleza si no una forma de expresión.

### 5.2 FUTURO PREFERIDO (Visión)

A futuro ACCESORIOS KUJARUBA desea tener posicionamiento en el mercado, contar con una infraestructura física con las herramientas requeridas para la realización del trabajo, será un ITO en bisutería ya que nuestro concepto comercial pretende adaptarse mas no imponerse, así aprovechar y exaltar los preceptos estéticos de la mujer y fusionarlos con técnicas, estilos modernos y contemporáneos.

### 5.3 OBJETIVO GENERAL

Comercializar productos de bisutería artesanal que generen empleo en las madres adolescentes, con el fin de optimizar sus ingresos.

#### 5.4 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Buscar los tipos de accesorios que más les agraden a las mujeres en general.
- Conocer cuánto está dispuesto el cliente a pagar por un accesorio artesanal
- Proporcionar a nuestros clientes facilidades de pago
- Indagar qué tipos de piedras desean más nuestras clientas.

#### 5.5 VALORES:

- Confianza: la oportuna entrega del producto
- Respeto: Reconocer y valorar el esfuerzo y dedicación de las personas con las que trabajamos.
- Responsabilidad: Entrega a tiempo los productos solicitados
- Compromiso: hacer nuestras las necesidades de los clientes
- Pasión: disfrutar y estar ilusionados por nuestro trabajo
- Innovación: cambiar, evolucionar, hacer cosas nuevas ofrecer nuevos productos

## 5.6 ANALISIS PESTEL

| <b>POLITICO</b>  | <b>ECONOMICO</b>  | <b>SOCIAL</b>  | <b>TECNOLOGICO</b>  | <b>AMBIENTAL</b>  |
|--|---|--|---|---|
| <p>El Gobierno puede interponer multas por no cumplir con los lineamientos necesarios para el funcionamiento de la empresa y el no cumplimiento de la normatividad de las leyes.</p> | <p>El alza en los impuestos perjudica la compra de la materia prima para la elaboración de los productos.</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejo de la cultura y la responsabilidad social capacitando a las madres adolescentes, impulsándolas hacer mujeres emprendedoras</li> <li>• Innovación en los diseños de acuerdo a las tendencias de la moda y la actualidad.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementación página web.</li> <li>• Marketing publicitario vía internet</li> <li>• Manejo de software especializados en nuestros productos.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verificación de las normas y leyes ambientales</li> <li>• Practicas sanas par la utilización de los recursos naturales.</li> </ul> |

TABLA 2 PESTEL



## 5.7 ANALISIS 5 FUERZAS PORTER

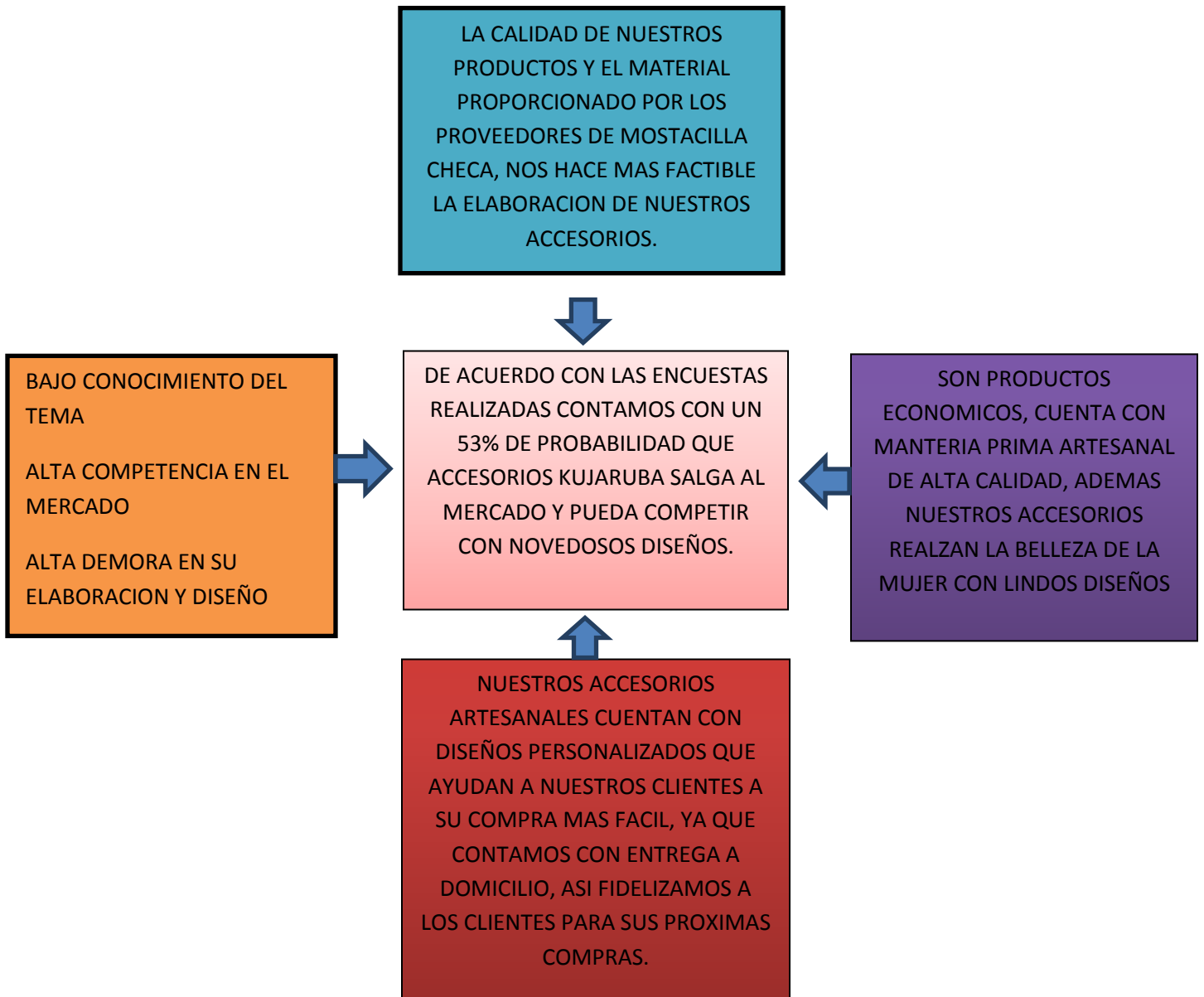


TABLA 3 5 FUERZAS DE PORTER

## LOGOTIPO



## 6. CONCLUSIONES

Decidimos hacer este proyecto basado en la bisutería artesanal ya que estamos rescatando esa cultura que viene de nuestros indígenas, las costumbres y la forma de apreciar lo que nos rodea, resaltar ese arte que ellos tienen que es de muy buena calidad son diseños muy hermosos, económicos.

Finalmente, la elaboración de este proyecto permitirá el uso de los conocimientos adquiridos durante el proceso de formación profesional y la aplicación de herramientas administrativas y metodológicas de investigación, lo que constituye un aporte importante para la obtención de un título universitario.

## 7. BIBLIOGRAFIA

- <http://www.5fuerzasdeporter.com/>
- <http://www.endvawnow.org/es/articles/1182-analisis-pestel.html>
- [http://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/General/template\\_index.jsf](http://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/General/template_index.jsf)
- <https://educalingo.com/es/dic-es/mostacilla>
- [http://www.hilosbufalo.com/bufalo\\_p.html](http://www.hilosbufalo.com/bufalo_p.html)
- <https://manualidadesybellasartes.es/agujas-para-bisuteria-4795>