

**ECOLOGICAL JEWELRY**

**Claudia Marcela Ripe Castro**  
**Diana Marcela Laverde González**  
**Geraldyl Briceño Salazar**

**Docente**

**Ervin Verlaine Rodriguez Rincon**

**Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN**

**Facultad de Ciencias Administrativas**

**Programa – Administración de Empresas**

**Bogotá D.C 2017**

## INDICE

RESUMEN EJECUTIVO .....	4
INTRODUCCION .....	5
CAPITULO 1 .....	6
1. LA IDEA DE NEGOCIO.....	6
1.1 Descripción de la idea de negocio .....	6
1.2 Problemas a solucionar .....	6
1.3 Justificación.....	6
1.4 Antecedentes .....	7
1.5 Clase de producto .....	7
1.6 Descripción del producto .....	8
1.7 A qué sector pertenece la idea de negocio .....	8
1.8 Objetivos .....	9
1.8.1 Objetivo General.....	9
1.8.2 Objetivo Específicos .....	9
CAPITULO 2 .....	9
2. PLANEACION ESTRATEGICA GENERATIVA .....	9
2.1 Análisis del entorno .....	9
2.1.1 Análisis del entorno (PESTA) .....	9
2.1.2 Análisis de la industria (5FP).....	10
2.2 Análisis interno.....	12
2.2.1 Cadena de valor.....	12
2.2.2 Recursos .....	12
2.2.3 Competencias.....	13
2.3 Análisis situación DOFA .....	14
2.3.1 Fuerzas Inductoras (F.O).....	14
2.3.2 Fuerzas Opositoras .....	14
2.4 Identidad Estratégica .....	15
2.5 Futuro Preferido .....	15
2.6 Valores .....	15
2.7 Ventajas Competitivas .....	16
2.8 Factores claves del éxito .....	16

2.9 Objetivos y Metas .....	16
CAPITULO 3 .....	17
3. ESTUDIO DE MERCADO .....	17
3.1 Objetivos Del Estudio De Mercado .....	17
3.2 Definición De Mercado Objetivo .....	17
3.3 Metodología de Estudio .....	17
3.4 Análisis de la Investigación .....	18
3.4.1 Resultados.....	18
3.4.2 Conclusiones .....	27
3.4.3 Recomendaciones.....	28
CAPITULO 4 .....	28
4. PLAN DE MARKETING .....	28
4.1 Objetivos .....	28
4.2 Estrategia del producto .....	28
4.2.1 Marca.....	28
4.2.2 El empaque .....	30
4.2.3 Servicio postventa .....	31
4.3 Estrategia de precio .....	33
4.4 Estrategia de promoción .....	37
4.4.1 Publicidad .....	37
4.4.2 Plan de medios .....	38
4.4.3 Estrategia de plaza.....	40
4.4.5 Proyección de ventas.....	40
5. ANEXOS .....	42
6. CONCLUSIONES .....	46
7 BIBLIOGRAFIA .....	47

## **RESUMEN EJECUTIVO**

### **ECOLOGICAL JEWELERY,**

It is a project designed in the development of costume jewelry for women. The main focus is the environmental part. From this principle we make jewelry accessories for women where we reuse waste turning them into original accessories. For the realization of our product we use can rings and other recyclable materials. With our product we want to create awareness since we usually throw away many things and some of them could be reused again we also want to give an example of all the beautiful creations that result from materials recyclable, we focus on the environmental part and our goal is to be a profitable company but at the same time contribute to reduce the environmental impact that today is a growing problem.

### **ECOLOGICAL JEWELERY,**

Es un proyecto diseñado en la elaboración de bisutería para dama el principal enfoque es la parte ambiental a partir de este principio realizamos accesorios de bisutería para dama donde reutilizamos residuos convirtiéndolos en accesorios originales. Para la realización de nuestro producto utilizamos anillas de lata y demás materiales reciclables .con nuestro producto queremos crear conciencia ya que normalmente desechamos muchas cosas y algunas de ellas podrían ser nuevamente reutilizadas también queremos dar un ejemplo de todas las creaciones tan bonitas que resultan de materiales reciclables ;nos enfocamos en la parte ambiental y nuestro objetivo es ser una empresa rentable pero que a la vez contribuya a disminuir el impacto ambiental que hoy es un problema creciente.

## INTRODUCCION

El proyecto está diseñado para la implementación de un estudio de mercado que se fundamenta en la creación de una empresa que se encarga de la elaboración de joyas de bisutería para dama en material reciclable se enfoca en la realización de manillas collares y aretes. Para la realización del producto se utilizarán anillas de latas, las cuales se convertirán en accesorios originales y ecológicos.

El proyecto se centra en la parte ambiental la cual es fundamental el uso de residuos que son reutilizables; por otro lado, se pretende concientizar a cerca del cuidado del medio ambiente y mostrar un camino para disminuir el impacto ambiental que hoy es un problema creciente.

Nuestro cliente potencial son las mujeres que les gusta los accesorios, joyas de bisutería, en este caso collares aretes y manillas en diferentes diseños; **ECOLOGICAL JEWELERY**

Estaremos presentes en las ferias de bisutería y utilizaremos como herramienta los medios sociales para distribuir nuestro producto, adicionalmente se contara con varios medios como los son Facebook e Instagram y olx en los cuales publicaremos nuestros productos y de esta forma darnos a conocer.

## **CAPITULO 1**

### **1. LA IDEA DE NEGOCIO**

Elaboración bisutería en material reciclable, con beneficios ambientales y económicos donde su material sale a un bajo costo, por ser un producto ecológico.

#### **1.1 Descripción de la idea de negocio**

#### **1.2 Problemas a solucionar**

El problema a solucionar sería que a partir de la contaminación se pueden llevar a cabo estrategias para disminuir el impacto ambiental que hoy es un problema creciente para la cual la solución estaría en aplicar materiales reciclables en los procesos de producción y de esta forma generar un cambio positivo que además asegure la sostenibilidad del negocio.

#### **1.3 Justificación**

La viabilidad del proyecto radica en varios aspectos, por un lado, se quiere hacer un producto innovador y que además tome en cuenta aspectos ambientales también pretendemos dar a conocer la originalidad de nuestro producto ya que son materiales reciclables lo que permite tener un punto diferenciador con respecto a las joyas de bisutería. La finalidad es brindar productos innovadores y de esta forma dar a conocer los beneficios de la eliminación de residuos y así generar conciencia en la problemática de la crisis ambiental que se tiene actualmente.

En este proyecto se aplica los conocimientos adquiridos en las competencias para la carrera de administración de empresa (CUN) y se desarrolla un estudio de mercado que permite dar argumentos válidos y así demostrar la viabilidad de este proyecto que se centra en la elaboración de joyas de bisutería.

## **1.4 Antecedentes**

En Colombia el 56% de los centros urbanos disponen de basuras en botaderos a cielo abierto y el 5% los arrojan a los ríos: Este es un gran problema ya que es un sitio donde se arrojan las basuras y es allí donde se produce contaminación de suelos, agua y además se emiten gases contaminantes por la cantidad de desechos depositados; pero más allá de esto también es falta de conciencia de los habitantes ya que muestran indiferencia a esta problemática que cada día trae más consecuencias contaminando el medio ambiente .Se ha intentado dar una solución minimizando la cantidad de residuos que paran en estos botaderos con campañas de reciclaje .Por esta razón el gobierno nacional implanto la formulación de planes de gestión integral de residuos sólidos (PGIR) en cada departamento y tiene como finalidad reducir el impacto ambiental

Vista esta problemática se tomó la iniciativa de llevar un proyecto que está enfocado en la parte ambiental, en el cual se utilizan residuos para la elaboración del producto; básicamente su realización tiene dos pasos:

- Reutiliza; al dar un nuevo uso
- Transforma ya que su resultado final son accesorios y joyas de bisutería.

Esta es una forma de contribuir a disminuir el impacto ambiental ya que con el manejo de residuos se disminuye la cantidad de basura que es depositada en los botaderos.

## **1.5 Clase de producto**

Nuestro producto es un bien tangible ya que es bisutería por lo cual resulta duradero lo que indica que al pasar el tiempo adquiere valor.

## 1.6 Descripción del producto

Ecological Jewelery, es una empresa dedicada al diseño de collares. Aretes y manillas en anillas reciclables, contaremos con precios de venta que serán asequibles. Una de las principales ventajas de estos productos es que no son perecederos y conforme pasa el tiempo adquiere valor. También se tiene cuenta que las anillas de lata por su procedencia adquieren muchas bacterias por lo cual pasan por un proceso de limpieza y de esta manera aseguramos un adecuado manejo de la materia prima

Tenemos accesorios como las manillas que son de diferentes colores gracias a las cintas, este aspecto es muy importante ya que la mujer siempre busca combinar los colores de sus accesorios con el vestuario; también contamos con un conjunto de collar y aretes en diferentes colores, en este aspecto para darle color a las anillas usamos pintura acrílica biodegradable.



## 1.7 A qué sector pertenece la idea de negocio

Nuestro proyecto pertenece al sector de la bisutería vemos que la bisutería utiliza diversos materiales que imitan a la joyería

## **1.8 Objetivos**

### **1.8.1 Objetivo General**

- Diseñar productos curiosamente elaborados de bisutería en material reciclable, que permita satisfacer las necesidades del cliente y así generar utilidades para nuestra empresa.

### **1.8.2 Objetivo Específicos**

- Generar procesos estratégicos que permitan la reutilización en la elaboración de nuestro producto que en este caso sería la materia prima.
- Producir bisutería de calidad para todo el cliente interesado en nuestros productos.
- Fortalecer la capacidad productora y creativa en la creación de nuevos accesorios para desarrollar una oferta innovadora.

## **CAPITULO 2**

### **2. PLANEACION ESTRATEGICA GENERATIVA**

#### **2.1 Análisis del entorno**

##### **2.1.1 Análisis del entorno (PESTA)**

#### **Política**

- La reforma laboral ya que como somos una microempresa debemos tener personal a cargo por lo cual debemos regirnos en base a la reforma laboral.
- La reforma tributaria nos afecta ya que nos indica que el Iva pasa de un 16 % a un 19% por cual se debe aplicar esa tasa a nuestro precio de venta

#### **Economico**

- La inflación es un factor económico representa una amenaza en la subida de los precios y tiene un impacto alto
- La tasa de desempleo es una amenaza ya que si sube la tasa desempleo hay menos poder adquisitivo para adquirir nuestro producto

- Política fiscal es una oportunidad porque busca estabilizar la economía y disminuir la inflación; por lo cual hay más compra por parte de los consumidores.

### **Social**

- Tenemos una ventaja ya que ofrecemos un producto que concientiza a preservar el ambiente y que a la vez proporciona una satisfacción personal
- Incentivar el uso de material reciclable.

### **Tecnologico**

- Contamos con medios sociales como facebook, instagram y olx los cuales serán fundamentales para dar a conocer nuestro producto
- No contamos con maquinaria ya que es un producto elaborado a mano

### **Ambiental**

- Nos enfocamos en la responsabilidad social con un producto de gran impacto ambiental ya que utilizamos material reciclable para el diseño de nuestros accesorios.
- Garantizamos sostenibilidad ambiental ya que el desarrollo de nuestro negocio no afecta la explotación de recursos naturales.

## **2.1.2 Análisis de la industria (5FP)**

## FUERZAS DE PORTER

### FUERZA PARA EL INGRESO

- Baja inversión de capital
- Desconocimiento en el producto que se está ofreciendo
- Falta de conciencia de las personas al utilizar productos con materia prima reutilizable

### PODER DEL PROVEEDOR

- Costo es reducido por ser materia reciclable
- Hay una gran disponibilidad de la materia prima que en este caso sería las anillas de lata
- Gran concentración de proveedores.

### RIVALIDAD DE LA INDUSTRIA

- Los costos de producción son reducidos y no requieren de maquinaria ya que es un producto hecho a mano.
- Competitividad con respecto al precio y alternativas.

### AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

- Disponibilidad de productos sustitutos
- La competencia no tiene un punto diferenciador e innovador

### COMPRADORES

- Bajo poder adquisitivo ya que nuestro producto es económico.
- El producto que se ofrece está diferenciado con respecto a accesorios de bisutería.
- El cambio de cultura ya que al ser un producto basado en la parte ambiental también se quiere generar conciencia por parte de los compradores.
- La calidad y el diseño de los productos.

## **2.2 Análisis interno**

### **2.2.1 Cadena de valor**

#### **Infraestructura:**

Disponemos de un sitio que está destinado para la producción de los accesorios de bisutería

#### **Desarrollo tecnológico:**

En la parte de tecnología hay una gestión por parte de las redes sociales para la publicidad de nuestro producto, esta herramienta nos ayuda de igual manera tener un contacto más cercano con el cliente.

#### **Recursos humanos:**

Contamos con personal calificado y nuestra principal preocupación es brindar capacitación y entrenamiento con el fin de crecer interna y externamente.

#### **Abastecimiento:**

Por ser un producto que es a partir de material reciclable lo adquirimos en puntos de reciclaje allí nos venden las cantidades que necesitamos para realizar los accesorios y los demás materiales los adquirimos en el centro ya que son mayoristas y nos brindan buenos precios.

### **2.2.2 Recursos**

Tabla de insumos para la realización de las manillas

DESCRIPCION	CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO
Cinta de color naranja de medio centímetro de ancho	0,5	Metro	\$ 200
Anillas de latas	22	Unidades	\$ 18
Botón amarillo	1	Unidades	\$ 35
Pintura acrílica biodegradable	3	Unidades	\$ 2.100
Hilo blanco	1	Unidades	\$ 600
Aguja punto de roma	1	Unidades	\$ 100
Lima de uñas	1	Unidades	\$ 100
Tijeras	1	Unidad	\$ 3.500

Tabla de insumos del conjunto de aretes y collares

DESCRIPCION	CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO
Anillas de lata	24	Unidades	\$ 18
Argollas de 7 mm de diámetro	19	Unidades	\$ 75
Ganchos para aretes	2	Unidades	\$ 50
Trozo de cadena de 15cm	0,066666667	Metros	\$ 3.500
Cerradura de llave	1	Unidad	\$ 200
Alicate de punta	1	Unidad	\$ 15.500
Alicate de corte	1	Unidad	\$ 100.000
Lima de uñas	1	Unidades	\$ 100

### 2.2.3 Competencias

Cargo	Descripción del cargo
Gerente general	Es el representante legal de la empresa y también se encarga de administrar los recursos económicos técnicos y humanos ;al igual determina estrategias que ayudan a alcanzar los objetivos de la compañía
Diseñador de bisutería	Crea el diseño de la bisutería a partir del material reciclable y es el encargado de vender en las ferias artesanales.
Personal de elaboración	Se encargan de realizar el producto como tal a partir del diseño

Personal de distribución	Contaremos con una tienda online en el momento de la solicitud y pago online se procederá a la distribución del producto; por lo cual la persona que ocupe este cargo se encargara de la distribución del producto.
--------------------------	---

## 2.3 Análisis situación DOFA

### 2.3.1 Fuerzas Inductoras (F.O)

#### Fortalezas:

- Innovación constante en los productos.
- Calidad del producto.
- Personal calificado.
- Evaluación de proveedores.

#### Oportunidades

- Publicidad por medios sociales.
- Fabricar más variedad de accesorios partiendo del principio de utilizar materiales reciclables.
- Investigación de mercados para saber lo que el cliente quiere y espera del producto que ofrecemos.

### 2.3.2 Fuerzas Opositoras

#### Debilidades:

- Al ser una empresa que hasta ahora sale al mercado no tiene experiencia en el sector.
- Contamos con productos limitados

#### Amenazas

- Incremento del costo de la materia prima.
- Disminución del gasto por parte de los consumidores

- La competencia que existe con la misma actividad económica.

## **2.4 Identidad Estratégica**

Somos una empresa de bisutería que se enfoca en la parte ambiental ya que utilizamos residuos como anillas de lata las cuales pasan a convertirse en accesorios como manillas, collares y aretes; Este trabajo es hecho a mano por lo cual se garantiza la calidad y un diseño innovador en los accesorios.

## **2.5 Futuro Preferido**

Lograr ser reconocida en el 2020 como una empresa de bisutería que produce accesorios originales y que además tiene un gran impacto ambiental y social.

## **2.6 Valores**

Los valores corporativos son esenciales ya que estos nos brindan identidad y sentido de pertenencia ; los valores de **ECOLOGICAL JEWELERY** son:

- Alta calidad
- Excelencia
- Innovación
- Responsabilidad social
- Trabajo en equipo
- Identidad
- Pasión

## 2.7 Ventajas Competitivas

Las ventajas con las que se cuenta es que ofrecemos un producto que está totalmente diferenciado ya que contamos con bisutería la cual tiene diseños innovadores donde garantizamos la calidad y además que los costes de producción son reducidos al ser material reciclable tiene un bajo costo por lo cual podemos obtener mayor ganancia del producto ,otro factor que nos diferencia con respecto a la bisutería es que estamos enfocados en usar materiales reciclables lo que garantiza el desarrollo sostenible de nuestro producto ;también vemos lo importante que es centrarnos en las necesidades de los clientes para satisfacerlas de alguna forma con nuestro producto.

## 2.8 Factores claves del éxito

Los factores claves del éxito es que contamos con un producto innovador también que estamos enfocados en cubrir las necesidades de los clientes, inicialmente contamos con productos muy limitados pero nuestras expectativas es poder ofrecer variedad de accesorios de bisutería a partir de diferentes materiales ,vemos que hay infinidad de materiales reciclables con los cuales se pueden manejar variedad de productos .otro factor clave es que los diseños que elaboramos están ajustados a las tendencias actuales.

## 2.9 Objetivos y Metas

### Objetivos

- Entregar a nuestro cliente en términos de calidad y tiempo los accesorios de bisutería.
- Conseguir una facturación en ventas superior a \$6.511.000 mensualmente.

### Metas

- Para el primer año entregar el 80% los pedidos en términos de calidad y tiempo
- Implementar estrategias de ventas mensuales para superar el tope máximo y de esta forma obtener ganancias.

## **CAPITULO 3**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1 Objetivos Del Estudio De Mercado**

- Llevar a cabo una metodología de estudio que nos permita saber las opiniones de nuestro mercado objetivo
- Determinar la viabilidad de nuestra idea de negocio.
- Probar que existen un número suficiente de consumidores que justifican la inversión de nuestro proyecto.

#### **3.2 Definición De Mercado Objetivo**

El estudio de mercado se realizó para determinar la viabilidad del proyecto, saber las opiniones de nuestros clientes con referencia al producto que estamos ofreciendo y también conocer a la competencia en el sector, la aceptación de precios, formas de distribución y de esta forma adoptar estrategias. Para conocer estos aspectos es necesario encontrar la opinión de mujeres en un rango de edad de 18 - 50 años que nos permitirá conocer las preferencias y datos importantes de nuestra competencia.

#### **3.3 Metodología de Estudio**

Para llevar a cabo nuestro estudio de mercado es necesario implementar un método que nos permita recolectar información relevante poderla analizar y de esta manera saber qué impacto tiene el proyecto de bisutería ecológica, por eso utilizaremos como herramienta la encuesta esta tendrá preguntas cerradas es totalmente cuantitativa y estructurada ya que el orden de las preguntas esta previamente establecido constará de 11 preguntas que nos permitirá saber qué gustos,tendencias,formas de distribución, publicidad y competencia tiene el

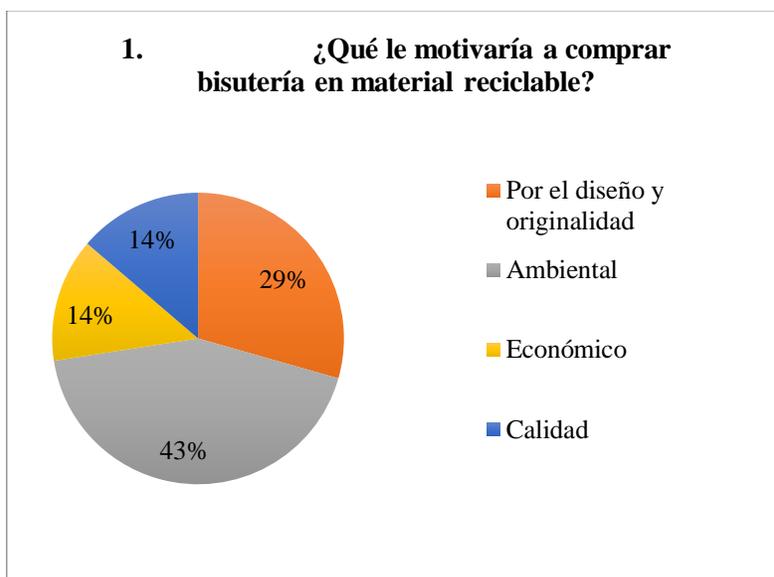
proyecto de bisutería ecológica y además con los resultados finales podemos concluir si la realización del proyecto es viable.

La encuesta que va dirigida a mujeres mayores de 18 años en la localidad de Bosa Centro al ser este el punto donde más se concentra el comercio, nuestra muestra es de 51 personas de este sector se realizara de manera aleatoria; esta se llevara a cabo el día domingo 01 de octubre de 2017.

### 3.4 Análisis de la Investigación

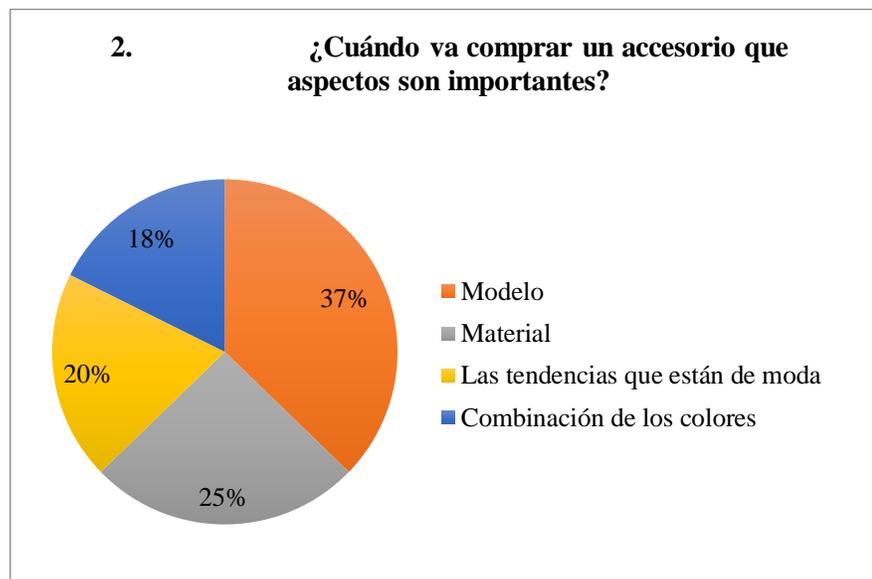
#### 3.4.1 Resultados

1. ¿Qué le motivaría a comprar bisutería en material reciclable?	
Por el diseño y originalidad	29%
Ambiental	43%
Económico	14%
Calidad	14%



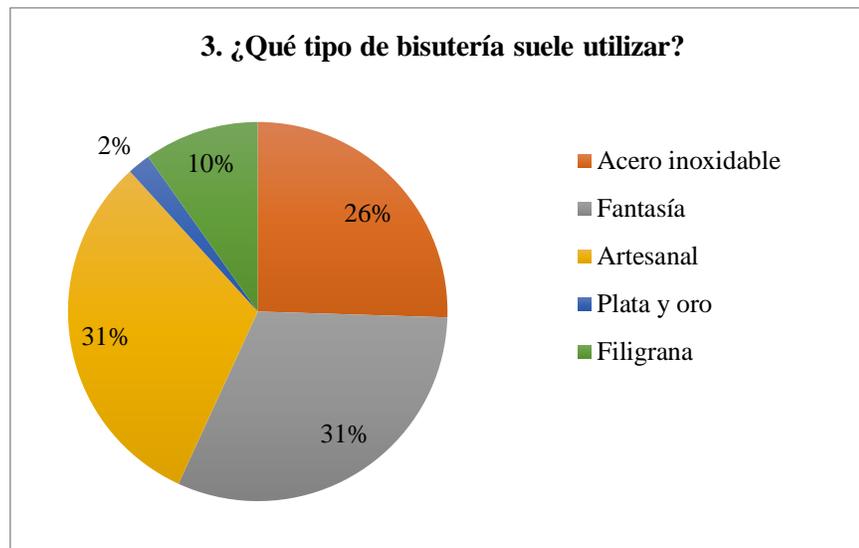
La respuesta arrojó que el 43 % de la población se motiva comprar bisutería en material reciclable por lo ambiental.

2. ¿Cuándo va comprar un accesorio que aspectos son importantes?	
Modelo	37%
Material	25%
Las tendencias que están de moda	20%
Combinación de los colores	18%



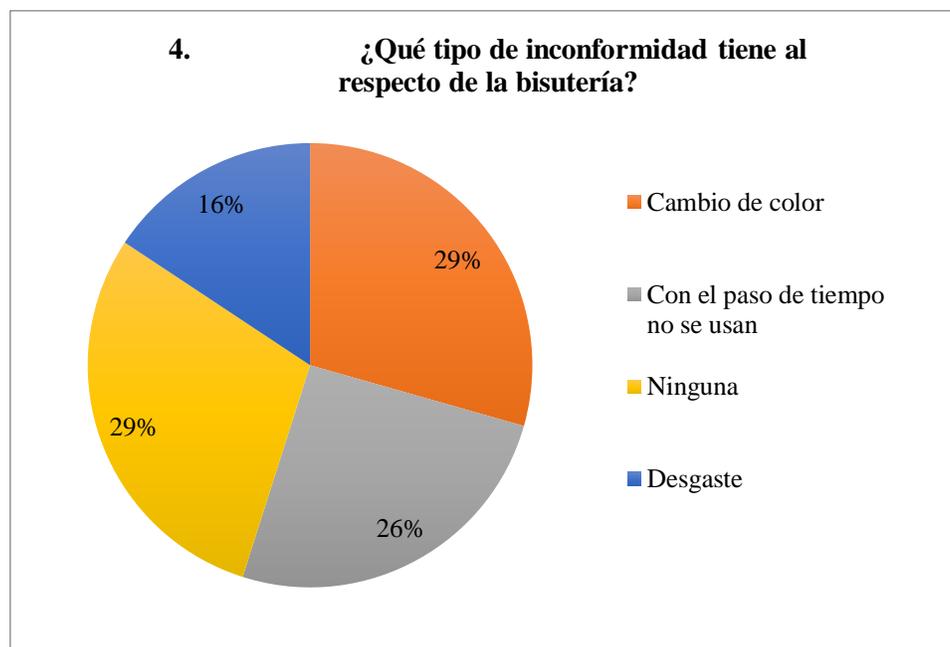
La respuesta arrojó que el 37 % de la población cuando va a comprar un accesorio tiene en cuenta el modelo del producto.

3. ¿Qué tipo de bisutería suele utilizar?	
Acero inoxidable	25%
Fantasía	31%
Artesanal	31%
Plata y oro	2%
Filigrana	10%



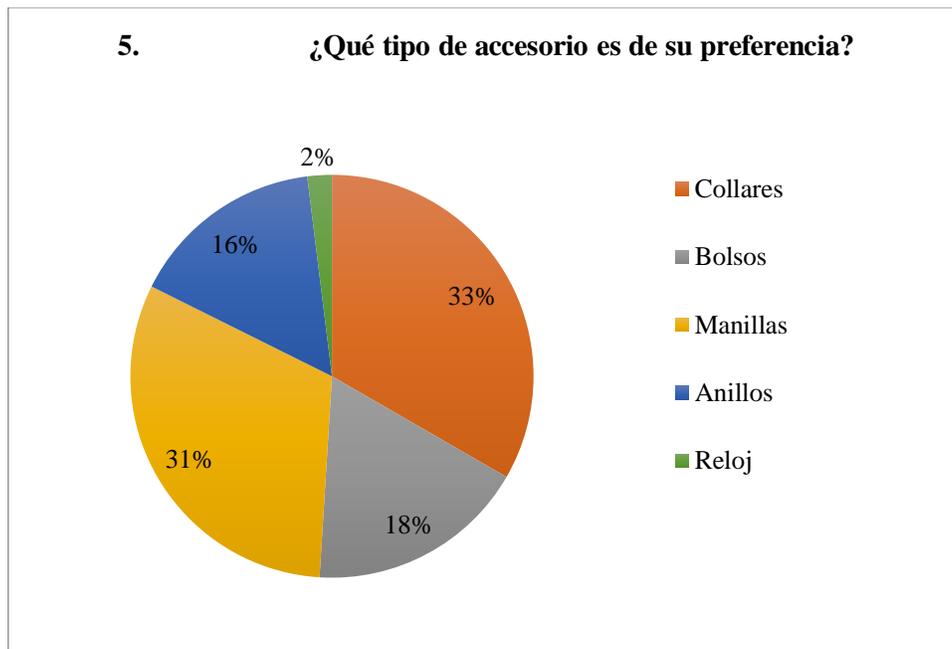
La respuesta arrojó que el 31% de la población suele usar bisutería de tipo artesanal y de fantasía.

4. ¿Qué tipo de inconformidad tiene al respecto de la bisutería?	
Cambio de color	29%
Con el paso de tiempo no se usan	25%
Ninguna	29%
Desgaste	16%



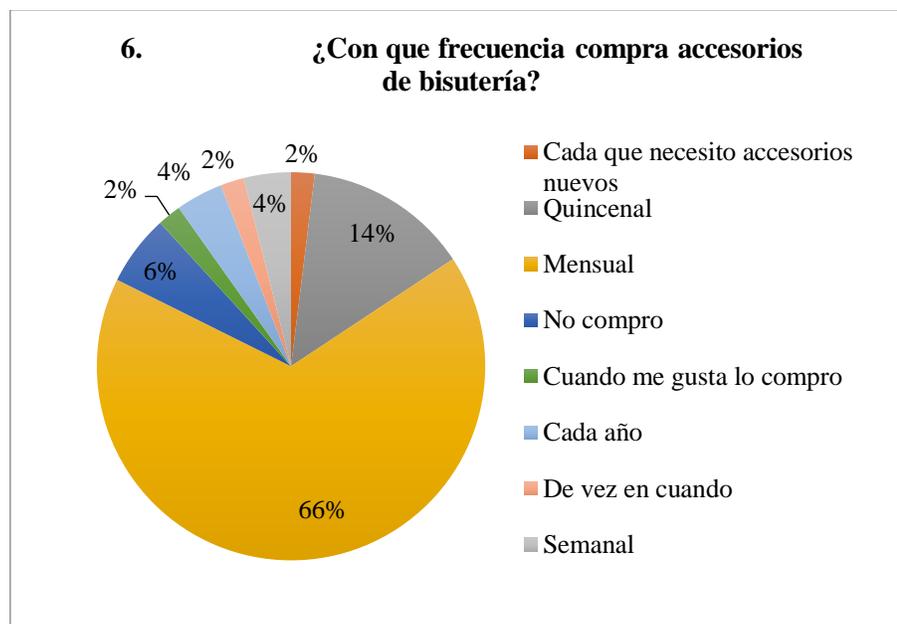
La respuesta arrojó que el 29% de la población presenta inconformidad con el desgaste del producto y otro 29% de la población presenta inconformidad con el cambio del color producto, por otro lado el 29% no presenta inconformidad con la bisutería.

5. ¿Qué tipo de accesorio es de su preferencia?	
Collares	33%
Bolsos	18%
Manillas	31%
Anillos	16%
Reloj	2%



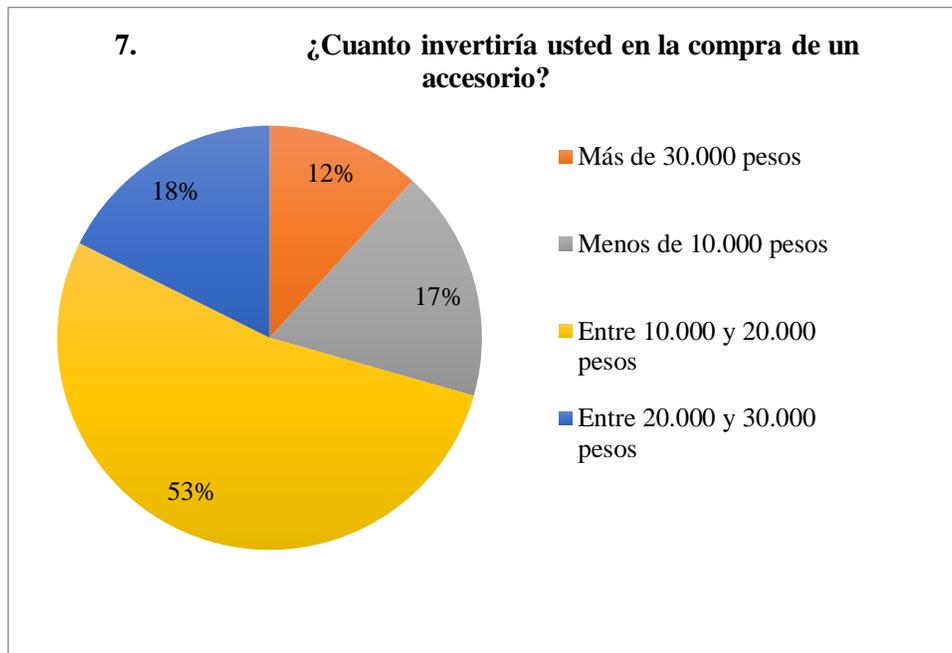
La respuesta arrojó que el 33% de la población prefieren el collar como accesorio seguido de un 31% que tiene preferencia a comprar manillas.

6. ¿Con que frecuencia compra accesorios de bisutería?	
Cada que necesito accesorios nuevos	2%
Quincenal	14%
Mensual	67%
No compro	6%
Cuando me gusta lo compro	2%
Cada año	4%
De vez en cuando	2%
Semanal	4%



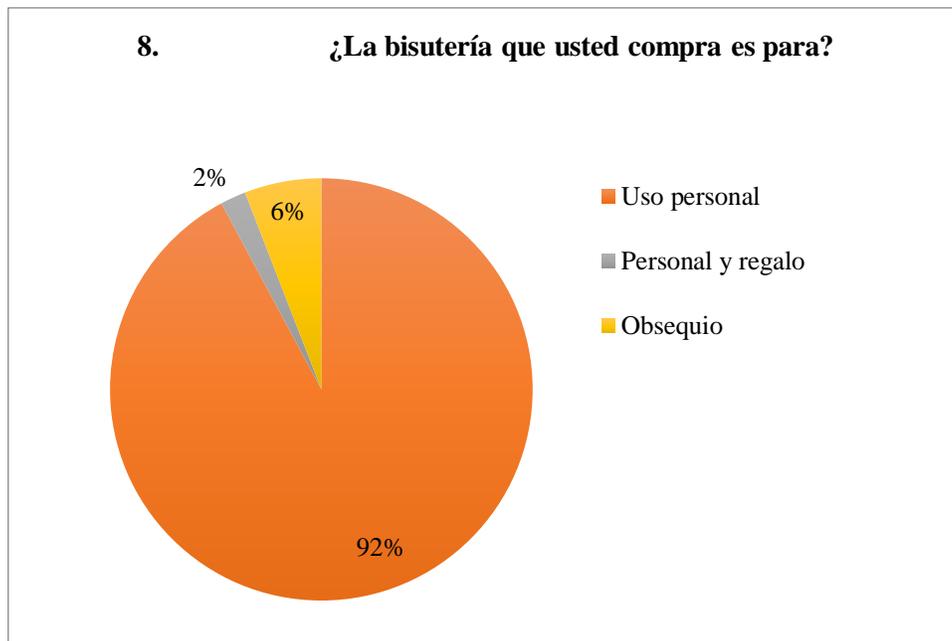
La respuesta arrojó que el 66% de la población compra accesorios cada mes.

7. ¿Cuánto invertiría usted en la compra de un accesorio?	
Más de 30.000 pesos	12%
Menos de 10.000 pesos	18%
Entre 10.000 y 20.000 pesos	53%
Entre 20.000 y 30.000 pesos	18%



La respuesta arrojó que el 53% de la población le invierte entre \$ 10.000 y \$ 20.000 pesos a un accesorio.

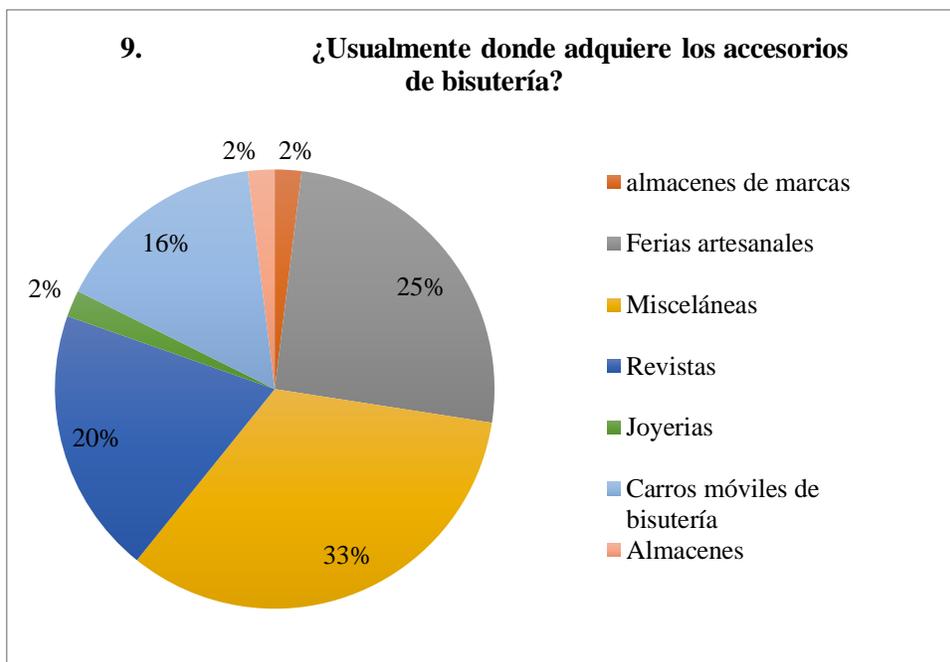
8. ¿La bisutería que usted compra es para?	
Uso personal	92%
Personal y regalo	2%
Obsequio	6%



La respuesta arrojó que el 92 % de la población compra artículos de bisutería para el uso personal.

**9. ¿Usualmente donde adquiere los accesorios de bisutería?**

almacenes de marcas	2%
Ferias artesanales	25%
Misceláneas	33%
Revistas	20%
Joyerías	2%
Carros móviles de bisutería	16%
Almacenes	2%



La respuesta arrojó que el 33% de la población adquiere los productos de bisutería en misceláneas seguido de un 25% que adquieren bisutería en ferias artesanales

**10. ¿En la búsqueda de un lugar para la compra de un accesorio que aspectos importantes usted tendría en cuenta?**

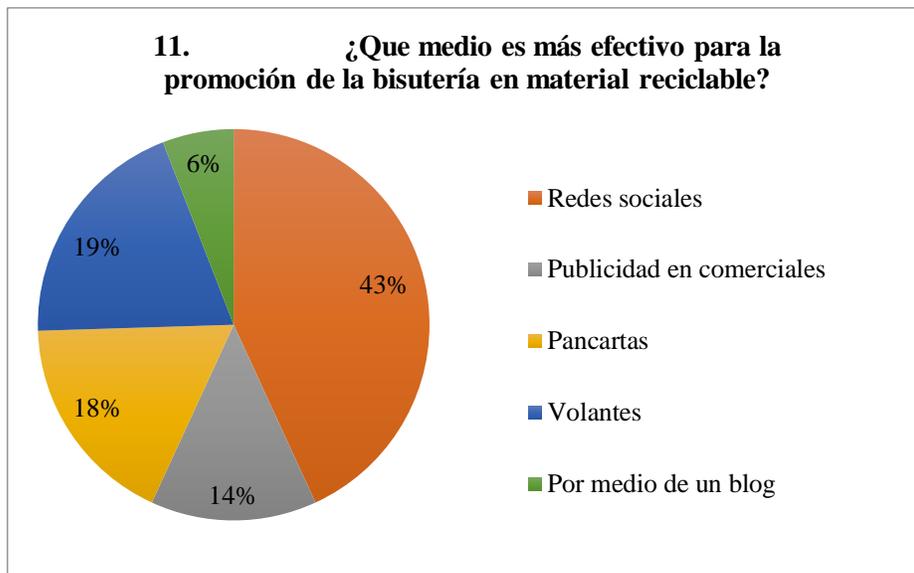
Cercanía a mi lugar de trabajo/residencia	2%
El precio y la calidad	39%
Excelente atención al cliente	25%
Ubicación del punto de venta	27%
Recomendaciones	4%
Reconocimiento de la marca	2%



La respuesta arrojó que el 39% de la población cuando va a comprar un accesorio tiene en cuenta el precio y la calidad del producto seguido de la ubicación del punto de venta con un 27%.

**11. ¿Qué medio es más efectivo para la promoción de la bisutería en material reciclable?**

Redes sociales	43%
Publicidad en comerciales	14%
Pancartas	18%
Volantes	20%
Por medio de un blog	6%



### 3.4.2 Conclusiones

En conclusión nuestra actividad si es factible pues los resultados de la encuesta arrojaron, que si es un negocio viable que genera buenas ganancias debido que las mujeres actualmente les gusta lucir un accesorio que las haga ver más atractivas el cual combine y complemente su estilo.

Podemos observar que en la encuesta en el punto 8 nos da como resultado que la mayoría de bisutería que se adquiere es para uso personal esto quiere decir que contamos con gran cantidad de demandantes y realmente se justifica la inversión en este proyecto.

Esta metodología nos ayudó a recolectar información importante como la competencia, los precios que las personas estas dispuestas a pagar por un accesorio de bisutería; en este caso la respuesta nos arrojó que el rango esta entre \$ 10.000 y \$ 20.000 esto nos ayuda a tener una idea más clara para establecer el precio de venta

Vemos también la frecuencia de compra con el estudio se logró identificar que es mensual esto quiere decir que hay un buen habito de compra de igual manera el medio de publicidad para dar a conocer nuestro producto nos dio como respuesta que la mejor alternativa es el uso de las redes sociales.

### **3.4.3 Recomendaciones**

En la producción de los accesorios podríamos producir en mayor cantidad los collares y las manillas ya que son las de mayor preferencia.

Sería recomendable ampliar los productos de bisutería y de esta manera ofrecer diferentes modelos partiendo del uso de materiales reciclables.

## **CAPITULO 4**

### **4. PLAN DE MARKETING**

#### **4.1 Objetivos**

- Incrementar la participación de bisutería ecológica en el mercado actual.
- Lograr que **ECOLOGICAL JEWELERY** llegue a ser una tendencia de moda y estilo nivel nacional por su procedimiento ecológico e innovación.
- Conseguir para el año 2023 una cobertura de la distribución del producto a nivel nacional.
- Llegar a que el consumidor nos reconozca por nuestra marca y servicio que brindamos.

#### **4.2 Estrategia del producto**

##### **4.2.1 Marca**

Nuestra marca



Para **ECOLOGICAL JEREWELE** es importante transmitir seguridad y protección a nuestros clientes por medio de los accesorios que ofrecemos ya que están basados en la parte ecológica, pensando en el cuidado del medio ambiente, por lo que se decidió que los colores que nos representarían serían el verde y el café ya que estos colores significan los objetivos que queremos alcanzar y lo que queremos brindar a los usuarios.

Verde: ecología

Café: estabilidad, seguridad y protección.

Para la elección del nombre se tuvo en cuenta las siguientes opciones:

Bisutería Ecological, Joyería Reciclable, Accesorios Ecológicos y Ecological Jewellery se seleccionó Ecological Jewellery por ser el más impactante

## ISOTIPO



### 4.2.2 El empaque

El empaque que **ECOLOGICAL JEREWELLY** va a ofrecerle a los usuarios será una caja hecha en cartón dado que el enfoque que tenemos es la protección del medio ambiente logrando que nuestros clientes sientan lo mismo cuando compran y lucen nuestros productos. Por tal motivo no usamos bolsas ya que estas no son biodegradables tardan más de 150 años en desintegrarse y en muchas ocasiones no son reutilizables, por lo que las cajas son la mejor opción de empaque.





#### **4.2.3 Servicio postventa**

¿Por qué elegir Ecological Jewellery?

Porque contamos con personal capacitado con un excelente carisma para brindarte el mejor servicio en asesoramiento de los productos que ofrecemos.

Adicional podrás tener a la medida de tu bolsillo productos exclusivos que están hechos con material reciclable, por lo que en el momento que los uses sentirás que estas protegiendo al medio ambiente luciendo al mejor estilo.



Por el día de hoy lleva esta hermosa manilla



Y te llevaras un sensacional obsequio



### 4.3 Estrategia de precio

En las siguientes tablas se muestra detalladamente lo que necesitamos para que el proyecto se lleve a cabo encontramos: inmuebles, costos variables como la materia prima, implementos, costos fijos como servicios y costos de personal; En las cuales manejamos un costo fijo de \$6.511.000 y una inversión total de \$ 174.905.221.también hallaremos el precio de venta con una rentabilidad del 25% para lo cual se tiene en cuenta los costos variables unitarios, costos fijos y ventas esperadas adicionalmente hacemos una análisis del punto de equilibrio que nos muestra cuantas unidades debemos vender en cual no hay pérdidas y ganancias

Categoria	Descripcion	Cantidad	Caracteristicas	Costo unitario	Costo total
INVERSION INICIAL	Terreo destinado para la produccion	1	N/A	\$ 150.000.000	\$ 150.000.000
	Stand Exhibidor / Mostrador	3	Unidades	\$ 486.000	\$ 1.458.000
	Stan de almacenamiento	1	Unidad	\$ 48.639	\$ 48.639
	Computador Hp Pro 6300 Core I3	2	Unidades	\$ 1.200.000	\$ 2.400.000
	Escritorios de oficina	1	Unidades	\$ 222.134	\$ 222.134
	Mesas rimax	5	Unidades	\$ 45.000	\$ 225.000
	Sillas rimax	10	Unidades	\$ 29.800	\$ 298.000
	Exhibidores de bisuteria	4	Unidades	\$ 25.000	\$ 100.000
	Punto Ecologico 53 litros 3 canecas	2	Unidad	\$ 240.000	\$ 480.000
	Aguja punto de roma	5	Unidades	\$ 100	\$ 500
	Lima de uñas	12	Unidades	\$ 100	\$ 1.200
	Alicate de punta	4	Unidad	\$ 15.500	\$ 62.000
	Alicate de corte	4	Unidad	\$ 10.000	\$ 40.000
	Tijeras	3	Unidad	\$ 3.500	\$ 10.500
	Moto	1	Unidad	\$ 8.055.732	\$ 8.055.732
					\$ 163.401.705

COSTOS VARIABLES MATERIA PRIMA	Cinta de colores de medio centimetro de ancho	171	Metro	\$ 6.700	\$ 1.145.700
	Anillas de latas manillas	7.524	Unidades	\$ 18	\$ 135.432
	Anillas de latas aretes y collares	8.208	Unidades	\$ 18	\$ 147.744
	Botón amarillo	342	Unidades	\$ 2.345	\$ 801.990
	Pintura acrilica biodegradable	50	Unidades	\$ 2.100	\$ 105.000
	Argollas de 7 mm de diámetro	6.498	Unidades	\$ 75	\$ 487.350
	Ganchos para aretes	342	Unidades	\$ 50	\$ 17.100
	Trozo de cadena de 15cm	22,8	Metros	\$ 3.500	\$ 79.800
	Cerradura de llave	342	Unidad	\$ 200	\$ 68.400
Hilo blanco	5	Unidades	600	\$ 3.000	
					\$ 2.991.516

MARKETING	Empaque	342	Unidades	\$ 1.500	\$ 513.000
	Estrategia de Posventa descuentos y promociones	1	N/A	\$ 1.488.000	\$ 1.488.000
					\$ 2.001.000

COSTOS FIJOS	Acueducto	1	N/A	\$ 98.000	\$ 98.000
	Energia Electrica	1	N/A	\$ 150.000	\$ 150.000
	Telefonia local ilimitada Con internet	1	N/A	\$ 63.000	\$ 63.000
	Gerente general	1	N/A	\$ 900.000	\$ 900.000
	Gastos personal de distribucion	1	N/A	\$ 700.000	\$ 700.000
	Gastos de transporte	1	N/A	\$ 100.000	\$ 100.000
	Diseñador de bisuteria	1	N/A	\$ 800.000	\$ 800.000
	Personal de elaboraci3n	5	N/A	\$ 740.000	\$ 3.700.000
					\$ 6.511.000

### Precio de venta

- Para las manillas

Costo unitario	\$ 531
Costos Fijos	\$ 6.511.000
Ventas Esperadas	1.500

$$CU = \frac{CUV + CF}{VE}$$

Aplicando la formula nos da que el costo unitario es de \$4.872

$$PRECIO MARGEN = \frac{CU}{(1 - RENTABILIDAD)}$$

Con una rentabilidad del 25% nos da que el precio margen es \$6.496

- Para el conjunto de collares y aretes

Costo Unitario	\$ 2.390
Costos Fijos	\$ 6.511.000
Ventas Esperadas	1.900

$$CU = \frac{CUV + CF}{VE}$$

Aplicando la formula nos da que el costo unitario es de \$5.817

$$\text{PRECIO MARGEN} = \frac{CU}{(1 - \text{RENTABILIDAD})}$$

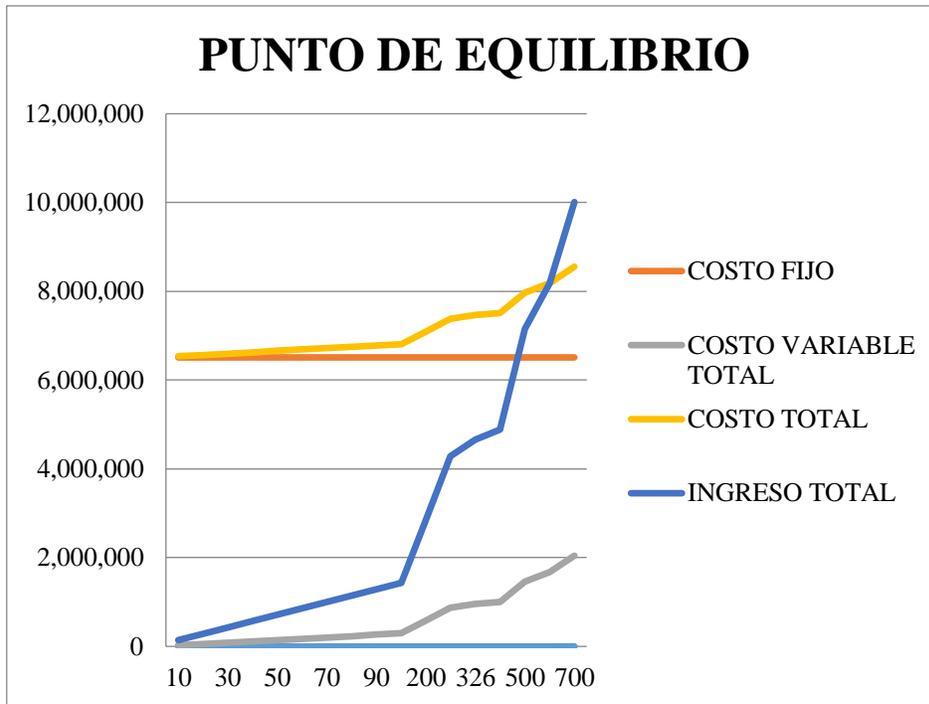
Con una rentabilidad del 25% nos da que el precio margen es \$ 7.756

### **Punto de equilibrio**

Nuestro punto de equilibrio es producir 572 mensualmente de manillas y conjunto de collares y aretes; es un punto donde no hay perdida ni ganancia por encima es ganancia y por debajo perdida; también vemos el ingreso total, este es de \$8.179.600 que es el precio de venta por el número de unidades a producir

<b>MANILLAS + CONJUNTO DE COLLARES Y ARETES</b>	
COSTO FIJO	\$6.511.000
PRECIO DE VENTA	\$14.300
COSTO VARIABLE C.V	\$2.921
X	572
C VARIABLE TOTAL	\$ 1.670.812
INGRESO TOTAL	\$8.179.600

<b>UNIDADES</b>	<b>COSTO FIJO</b>	<b>COSTO VARIABLE TOTAL</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	<b>INGRESO TOTAL</b>
10	\$ 6.511.000	\$ 29.210	\$ 6.540.210	\$ 143.000
20	\$ 6.511.000	\$ 58.420	\$ 6.569.420	\$ 286.000
30	\$ 6.511.000	\$ 87.630	\$ 6.598.630	\$ 429.000
40	\$ 6.511.000	\$ 116.840	\$ 6.627.840	\$ 572.000
50	\$ 6.511.000	\$ 146.050	\$ 6.657.050	\$ 715.000
60	\$ 6.511.000	\$ 175.260	\$ 6.686.260	\$ 858.000
70	\$ 6.511.000	\$ 204.470	\$ 6.715.470	\$ 1.001.000
80	\$ 6.511.000	\$ 233.680	\$ 6.744.680	\$ 1.144.000
90	\$ 6.511.000	\$ 262.890	\$ 6.773.890	\$ 1.287.000
100	\$ 6.511.000	\$ 292.100	\$ 6.803.100	\$ 1.430.000
200	\$ 6.511.000	\$ 584.200	\$ 7.095.200	\$ 2.860.000
300	\$ 6.511.000	\$ 876.300	\$ 7.387.300	\$ 4.290.000
326	\$ 6.511.000	\$ 952.246	\$ 7.463.246	\$ 4.661.800
342	\$ 6.511.000	\$ 998.982	\$ 7.509.982	\$ 4.890.600
500	\$ 6.511.000	\$ 1.460.500	\$ 7.971.500	\$ 7.150.000
572	\$ 6.511.000	\$ 1.670.812	\$ 8.181.812	\$ 8.179.600
700	\$ 6.511.000	\$ 2.044.700	\$ 8.555.700	\$ 10.010.000



#### 4.4 Estrategia de promoción

##### 4.4.1 Publicidad

Para la publicidad realizaremos volantes donde se encuentre toda nuestra información de contactos además contara con imágenes de nuestros productos de bisutería como se muestra en la imagen.

Nos enfocaremos en usar las redes sociales como facebook , Instagram y olx, aprovecharemos estos medios para llegar a gran cantidad de personas y de esta forma darnos a conocer; su contenido se actualizara constantemente

También estaremos presentes en las ferias artesanales para las fechas de más auge en ventas como: en septiembre amor y amistad, en marzo el día de la mujer, en diciembre navidad para ofrecer ofertas especiales, descuentos esto con el fin de fidelizar nuestros clientes.



**JEWELRY  
ECOLOGICAL**

*Artículos que te hacen sentir bien*

*Dale vida a tu estilo*

 **JEWELRY  
ECOLOGICAL**

 **ECOLOGICAL  
JEWELRY**

*Tel: 315238745*

*Cr 79B No 65 J 42  
(Bosa Piamonte)*

#### 4.4.2 Plan de medios

Los medios que ECOLOGICAL JEREWELY usara para dar a conocer los productos y generar ventas serán canales gratuitos que no generan un costo adicional y que la mayoría de los consumidores tienen acceso estos medios serian:

Facebook



Instagram



Olx



#### **4.4.3 Estrategia de plaza**

Nuestra distribución será por medio online mediante pagos electrónicos en el momento que se realice la transacción se procederá a realizar la entrega del producto vemos que esta es la mejor opción ya que nos reduce costos fijos como el personal de ventas y el arriendo del punto de venta además como lo pudimos observar en la encuesta los medios online son una tendencia mundial y más aún el comercio electrónico.

Además vemos como genera beneficios para el cliente como precios bajos, información disponible e inmediata sobre cualquier producto, inmediatez para realizar los pedidos.

Para realizar la entrega contaremos con una persona destinada a la distribución del producto como medio de transporte se utilizara una moto se provisionara una parte del gasto para la gasolina y el mantenimiento

También estaremos presentes en las ferias artesanales en las épocas estacionarias como los son diciembre, marzo, mayo y septiembre ya que son fechas importantes para las mujeres, en estas ferias la forma de distribución será directa.

#### **4.4.5 Proyección de ventas**

Inicialmente empezaremos con 579 unidades de manillas y 579 conjunto de aretes y collares tendremos en cuenta las fechas importantes para la mujer ya que nos implica que debemos producir más unidades de cada producto esta proyección de venta nos indica que debemos producir 572 unidades como lo pudimos ver en el punto de equilibrio, la proyección de ventas no ayuda a saber qué tiempo vamos a emplear para recuperar la inversión que en nuestro caso es de un año y tres meses para recuperar la inversión de \$ 174.905.221

MANILLAS				
AÑO	MES	UNIDADES PRODUCIDAS	PRECIO DE VENTA POR UNIDAD PRODUCIDA	VALOR TOTAL
2017	Noviembre	579	\$ 6.496	\$ 3.761.184
2017	<b>Diciembre</b>	650	\$ 6.496	\$ 4.222.400
2018	Enero	572	\$ 6.496	\$ 3.715.712
2018	Febrero	572	\$ 6.496	\$ 3.715.712
2018	<b>Marzo</b>	650	\$ 6.496	\$ 4.222.400
2018	Abril	550	\$ 6.496	\$ 3.572.800
2018	<b>Mayo</b>	650	\$ 6.496	\$ 4.222.400
2018	Junio	572	\$ 6.496	\$ 3.715.712
2018	Julio	572	\$ 6.496	\$ 3.715.712
2018	Agosto	572	\$ 6.496	\$ 3.715.712
2018	<b>Septiembre</b>	659	\$ 6.496	\$ 4.280.864
2018	Octubre	572	\$ 6.496	\$ 3.715.712
2018	Noviembre	572	\$ 6.496	\$ 3.715.712
2018	<b>Diciembre</b>	600	\$ 6.496	\$ 3.897.600
2019	Enero	572	\$ 6.496	\$ 3.715.712
2019	Febrero	572	\$ 6.496	\$ 3.715.712
2019	<b>Marzo</b>	580	\$ 6.496	\$ 3.767.680
2019	Abril	580	\$ 6.496	\$ 3.767.680
2019	<b>Mayo</b>	650	\$ 6.496	\$ 4.222.400

\$  
73.378.816

CONJUNTO DE COLLAR Y ARETES				
AÑO	MES	UNIDADES PRODUCIDAS	PRECIO DE VENTA POR UNIDAD PRODUCIDA	VALOR TOTAL
2017	Noviembre	579	\$ 8.949	\$ 5.181.471
2017	<b>Diciembre</b>	643	\$ 8.949	\$ 5.754.207
2018	Enero	572	\$ 8.949	\$ 5.118.828
2018	Febrero	572	\$ 8.949	\$ 5.118.828
2018	<b>Marzo</b>	650	\$ 8.949	\$ 5.816.850
2018	Abril	572	\$ 8.949	\$ 5.118.828
2018	<b>Mayo</b>	650	\$ 8.949	\$ 5.816.850
2018	Junio	599	\$ 8.949	\$ 5.360.451
2018	Julio	572	\$ 8.949	\$ 5.118.828
2018	Agosto	572	\$ 8.949	\$ 5.118.828
2018	<b>Septiembre</b>	610	\$ 8.949	\$ 5.458.890

2018	Octubre	574	\$	8.949	\$	5.136.726
2018	Noviembre	574	\$	8.949	\$	5.136.726
2018	<b>Diciembre</b>	610	\$	8.949	\$	5.458.890
2019	Enero	574	\$	8.949	\$	5.136.726
2019	Febrero	576	\$	8.949	\$	5.154.624
2019	<b>Marzo</b>	650	\$	8.949	\$	5.816.850
2019	Abril	572	\$	8.949	\$	5.118.828
2019	<b>Mayo</b>	624	\$	8.949	\$	5.584.176
					\$	101.526.405

## 5. ANEXOS

### ENCUESTA

NOMBRE: \_\_\_\_\_

EDAD 18-25 \_\_\_ 26- 37 \_\_\_ 38-50 \_\_\_

El objetivo de la encuesta es conocer los diferentes puntos de vista y saber qué impacto tiene el producto además de obtener una información valiosa para el estudio de mercado.

1. ¿Qué le motivaría a comprar bisutería en material reciclable?
  - a. Económico
  - b. Ambiental
  - c. Por el diseño y originalidad
  - d. Calidad
  
2. ¿Cuándo va comprar un accesorio que aspectos son importantes?
  - a. Modelo
  - b. Material

- c. Combinación de los colores
  - d. Las tendencias que están de moda
3. ¿Qué tipo de bisutería suele utilizar?
- a. Artesanal
  - b. Filigrana
  - c. Fantasía
  - d. Acero inoxidable
4. ¿Qué tipo de inconformidad tiene al respecto de la bisutería?
- a. Desgaste
  - b. Cambio de color
  - c. Con el paso de tiempo no se usan
  - d. Ninguna
5. ¿Qué tipo de accesorio es de su preferencia?
- a. Manillas
  - b. Anillos
  - c. Collares
  - d. Bolsos
6. ¿Con que frecuencia compra accesorios de bisutería?
- a. Semanal
  - b. Quincenal
  - c. Mensual

- d. No compro
7. ¿Cuánto invertiría usted en la compra de un accesorio?
- a. Menos de 10.000 pesos
  - b. Entre 10.000 y 20.000 pesos
  - c. Entre 20.000 y 30.000 pesos
  - d. Más de 30.000 pesos
8. ¿La bisutería que usted compra es para?
- a. Uso personal
  - b. Obsequio
9. ¿Usualmente donde adquiere los accesorios de bisutería?
- a. Misceláneas
  - b. Carros móviles de bisutería
  - c. Ferias artesanales
  - d. Revistas
10. ¿En la búsqueda de un lugar para la compra de un accesorio que aspectos importantes usted tendría en cuenta?
- a. Excelente atención al cliente
  - b. Ubicación del punto de venta
  - c. Recomendaciones
  - d. El precio y la calidad
  - e. Reconocimiento de la marca
11. ¿Qué medio es más efectivo para la promoción de la bisutería en material reciclable?

- a. Por medio de un blog
- b. Volantes
- c. Pancartas
- d. Publicidad en comerciales
- e. Redes sociales

Para finalizar queremos agradecer por su colaboración tu opinión es muy valiosa ya que de esta manera se mide la percepción que se tiene del producto y nos da una idea de lo que piensan las personas acerca del producto que estamos ofreciendo

## 6. CONCLUSIONES

- Vemos lo importante que es la aplicación de la encuesta ya que mediante su uso pudimos concluir que
- Contamos con gran cantidad de demandantes y realmente se justifica la inversión en este proyecto. También se identificó el hábito de compra y otros datos importantes como el mejor medio para darnos a conocer
- Se logró establecer el rango en precios que las personas están dispuestas a pagar, esto es algo que nos ayuda mucho para determinar el precio de venta
- También logramos definir el precio de venta a partir de la rentabilidad, costos fijos, costo unitario y ventas esperadas, por otro lado se identificó el punto de equilibrio el cual nos sirvió para realizar el presupuesto de ventas el cual nos muestra en que tiempo recuperamos la inversión inicial y a partir de allí obtenemos ganancias
- En conclusión nuestra actividad si es factible pues los resultados de la encuesta arrojaron, que si es un negocio viable que genera buenas ganancias debido que las mujeres actualmente les gusta lucir un accesorio que las haga ver más atractivas el cual combine y complemente su estilo.

## 7. BIBLIOGRAFIA

- arquys. (marzo de 2017). *Que es la basura* . Obtenido de <http://www.arquys.com/construcciones/que-es-basura.html>
- Asela. (1 de julio de 2014). *Que nunca te falten los accesorios*. Obtenido de <http://www.nosotros2.com/mujer/025/articulo/1698/que-nunca-te-falten-los-accesorios>
- Beriguete, A. (05 de febrero de 2013). *La innovacion y la responsabilidad social*. Obtenido de <http://www.eoi.es/blogs/mtelcon/2013/02/05/la-innovacion-y-la-responsabilidad-social-en-las-empresas/>
- Definicion ABC. (2017). *Definicion de joya*. Obtenido de <http://www.definicionabc.com/general/joya.php>
- Federico, A. (26 de Agosto de 2013). *"Innovacion".[en linea]*. Recuperado el 22 de febrero de 2017, de <http://www.zonaeconomica.com/innovacion>