

**ESTUDIO PARA LA CREACIÓN Y PUESTA EN MARCHA DE UNA EMPRESA
DEDICADA AL DISEÑO, FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JOYERÍA
ARTESANAL EN LA CIUDAD DE MONTERÍA**



KAREN SOFÍA PETRO PASTRANA

**UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, JURÍDICAS Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
MONTERÍA – CÓRDOBA**

2021

**ESTUDIO PARA LA CREACIÓN Y PUESTA EN MARCHA DE UNA EMPRESA
DEDICADA AL DISEÑO, FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JOYERÍA
ARTESANAL EN LA CIUDAD DE MONTERÍA**



KAREN SOFÍA PETRO PASTRANA

**Trabajo de Grado presentado como requisito para obtener el título de Administradora en
Finanzas y Negocios Internacionales**

Asesor

JESÚS GALLEGOSILVA

**UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, JURÍDICAS Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
MONTERÍA – CÓRDOBA**

2021

Los derechos sobre los textos y las imágenes incluidas en este trabajo son de exclusiva responsabilidad del autor y no necesariamente reflejan el pensamiento de la Universidad de Córdoba.

La responsabilidad ética, legal y científica de las ideas, conceptos y resultados del proyecto será enteramente del autor.

(Artículo 61, Acuerdo N° 093 del 26 de noviembre de 2002 del Consejo Superior de la Universidad de Córdoba).

Nota de Aceptación

Firma del jurado.

Firma del jurado.

Montería, 26 de mayo de 2021

Dedicatoria

A Dios por darme el don de la vida, sabiduría y salud para poder culminar con satisfacción este reto de mi vida.

A mis padres, que han sido un apoyo constante, de ellos es este triunfo; gracias por brindarme los recursos necesarios y hacerme mejor persona a través de sus consejos, enseñanzas y amor.

Y a todas las demás personas que de una u otra forma me apoyaron y me motivaron para que este sueño fuese realidad, gracias por todo y que Dios los bendiga.

Karen Petro Pastrana

Agradecimientos

A Dios creador del universo y dador de la vida, que me permitió culminar con éxitos este nuevo reto, al llegar a esta etapa donde se abren nuevos caminos por recorrer con mucho orgullo y entusiasmo.

A los directivos de la Universidad de Córdoba, especialmente a los del programa de Administración en Finanzas y Negocios Internacionales por su colaboración en el desarrollo de este proyecto final de creación de empresa.

A cada uno de mis docentes por contribuir a mi formación académica y profesional; por sus buenos consejos y compartir conmigo gran parte de sus conocimientos.

A mi tutor Jesús Gallego Silva, por su respaldo, enseñanza, asesoría y confianza para la realización de este trabajo de grado, al brindarme la oportunidad de recurrir a su capacidad intelectual y experiencia, dentro de un marco de afecto y amistad fundamentales para la culminación de este trabajo y, sobre todo, porque a pesar de algunos limitantes y obstáculos, nunca dejó de confiar en mí.

Karen Petro Pastrana

Tabla de Contenido

	Pág.
1. Introducción	16
2. Resumen Ejecutivo	20
3. Referente Teórico y Conceptual	21
3.1. Referente Teórico	21
3.1.1. <i>Artesanías</i>	21
3.1.2. <i>Producción Artesanal</i>	22
3.1.3. <i>Herramientas Tradicionales</i>	23
3.1.4. <i>Creación de Empresas</i>	24
3.1. Referente Conceptual	27
4. Módulo de Mercado	29
4.1 Producto	29
4.1.1 <i>Características del Producto</i>	29
4.1.2. <i>Usos del Producto</i>	30
4.1.3. <i>Características de Consumo</i>	31
4.1.4. <i>Producto Sustituto</i>	31
4.1.5. <i>Productos Complementarios</i>	31
4.1.5. <i>Consumidor Final</i>	31
4.1.6. <i>Delimitación del Área Geográfica</i>	32
4.2. Análisis de la Demanda	32
4.2.2. <i>Cálculo del Tamaño de la Muestra</i>	32
4.3. Cuestionario	33

4.4.	Cálculo de la Demanda Actual.....	33
4.4.1.	<i>Proyección de la Demanda Actual</i>	39
4.5.	Cálculo de la Oferta Actual.....	39
4.5.1.	<i>Proyección de la Oferta Actual</i>	40
4.6.	Proyección de la Demanda Insatisfecha.....	41
4.7.	Análisis de Precios	41
4.8.	Canales de Comercialización	42
4.9.	Imagen del Producto.....	43
4.9.1.	<i>Psicología de la Imagen Corporativa</i>	44
5.	Módulo Técnico Y Organizacional.....	45
5.1.	Tamaño del Proyecto.....	45
5.1.1.	<i>Variables que Definen el Tamaño del Proyecto</i>	45
5.2.	Localización	47
5.2.1.	<i>Estudio de Localización a Nivel Macro</i>	47
5.2.2.	<i>Estudio de Localización a Nivel Micro</i>	50
5.3.	Distribución y Tamaño de la Empresa	51
5.4.	Proceso de Producción	53
5.5.	Naturaleza Jurídica.....	53
5.6.	Misión.....	55
5.7.	Visión	55
5.8.	Organigrama.....	55
5.9.	Manual de Funciones	56
6.	Módulo de Impacto Social, Económico y Ambiental.....	64

7.	Módulo Financiero.....	65
8.	Fuentes de Financiación.....	76
9.	Conclusiones.....	76
10.	Recomendaciones.....	77
11.	Bibliografía.....	79
	Anexos.....	81
	81

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1. Cálculo de la demanda sobre la muestra.....	35
Tabla 2. Determinación del producto preferido por la población.....	36
Tabla 3. Tipo de accesorio más frecuente.....	36
Tabla 4. Historial de compra de joyas artesanales	37
Tabla 5. Preferencia de pago de consumidores.....	37
Tabla 6. Frecuencia de compra.	38
Tabla 7. Proyección de la demanda actual.....	39
Tabla 8. Cálculo de la Oferta Actual	39
Tabla 9. Proyección de la Oferta Actual.....	40
Tabla 10. Proyección de la demanda insatisfecha	41
Tabla 11. Análisis de precios	41
Tabla 12. Factores que intervienen en la compra	42
Tabla 13. Lista de tecnología utilizada	46
Tabla 14. Porcentaje de participación en economía departamental.....	48
Tabla 15. Estudio de macro-localización.....	49
Tabla 16. Estudio de micro-localización.	51
Tabla 17. Manual de funciones gerente general	56
Tabla 18. Manual de funciones del contador.....	57
Tabla 19. Manual de funciones del jefe de diseño y producción.....	59
Tabla 20. Manual de funciones operarios de producción	60
Tabla 21. Manual de funciones del vendedor	61

Tabla 22. Manual de funciones del personal de aseo.....	63
Tabla 23. Inversiones en Maquinaria y Equipo	65
Tabla 24. Inversiones en muebles y enseres	65
Tabla 25. Inversiones en activos intangibles diferidos	66
Tabla 26. Costos de mano de obra.....	66
Tabla 27. Costos de prestación del servicio.....	67
Tabla 28. Gastos en servicios públicos	67
Tabla 29. Gastos por depreciación.....	68
Tabla 30. Remuneración de personal administrativo.....	68
Tabla 31. Otros gastos administrativos.....	68
Tabla 32. Gastos de ventas.....	69
Tabla 33. Amortización gastos diferidos	69
Tabla 34. Distribución de costos.....	69
Tabla 35. Punto de equilibrio.....	70
Tabla 36. Programa de inversión fija del proyecto	71
Tabla 37. Cálculo del capital de trabajo.....	71
Tabla 38. Cálculo del capital diario	71
Tabla 39. Programa de inversión	72
Tabla 40. Valor residual activos	72
Tabla 41. Flujo neto de inversión	72
Tabla 42. Presupuesto de ingresos	72
Tabla 43. Presupuesto costos de producción	73
Tabla 44. Presupuesto de gastos de administración.....	73

Tabla 45. Presupuesto de gasto de ventas	73
Tabla 46. Presupuesto costos de producción	74
Tabla 47. Flujo neto de operación.....	74
Tabla 48. Flujo neto del proyecto	74
Tabla 49. Valores VPN y TIR.....	75

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1. Canal de comercialización.....	43
Figura 2. Imagotipo de la empresa.....	43
Figura 3. Participación del valor agregado municipal en el departamento.....	49
Figura 4.Planta Arquitectónica Joyería Artesanal	52
Figura 5.Proceso de producción.....	53
Figura 6. Estructura organizacional	55

Lista de Gráficas

	Pág.
Gráfica 1. Clasificación de los encuestados de acuerdo a la edad.	35
Gráfica 2. Gráfica de flujo de proyecto.	75

Lista de Anexos

	Pág.
Anexo A. Formato de encuesta.....	81

1. Introducción

En Colombia una de las actividades económicas que cuenta con gran relevancia es el sector de la joyería artesanal, puesto que es reconocido como uno de los renglones más importantes, lleno de tradición y productividad. La industria ofrece productos hechos a mano con énfasis en la calidad de los detalles; estas piezas son elaboradas por artesanos y diseñadores. Por ende, le imprime diferenciación y exclusividad. La joyería artesanal cuenta con una tendencia favorable en los mercados internacionales según análisis realizados por ProColombia para el año 2017 afirmando que, en materia de exportación, los principales destinos están representados por Estados Unidos con un 56% de participación, seguido por Reino Unido con el 12%, Perú con el 9%, Panamá con el 7% y Ecuador con el 4% (ProColombia, 2018).

Los departamentos colombianos en donde se concentra la actividad de joyería tradicional son Antioquia, Santander, Valle del Cauca, Chocó, Cauca, Bolívar, Nariño y Córdoba. Este último tiene como referente en materia de producción al municipio de Ciénaga de Oro, donde se mantiene la tradición de la elaboración de piezas en la técnica de filigrana y la fabricación de piezas en bronce, destacadas gracias a la representatividad de la cultura indígena y a la extracción de oro (ProColombia, 2018).

La ciudad de Montería, capital del departamento de Córdoba, cuenta con poca presencia de empresas dedicadas al diseño, producción y comercialización de joyería artesanal; muchas de ellas son pequeños emprendimientos familiares, dejando parte de la demanda de este sector insatisfecha, ya que carecen de instalaciones certificadas, herramientas y máquinas especiales para la correcta y completa realización de los productos (Fenalco, 2015). Una de las pocas empresas que están constituidas en la ciudad es la productora llamada *Duppla* que actualmente

cuenta con un área productiva en la ciudad de Montería, y es una de las más conocidas en la región gracias a sus piezas llenas de estilo y concepto, su experiencia y años de presencia en la ciudad (Sotomayor, 2017).

De igual forma existen otras empresas relacionadas a la producción y comercialización pero que no cuentan con registros pertinentes, carecen de infraestructura para la realización de los procesos productivos y no cuentan con la totalidad de herramientas especiales que garanticen el completo proceso de fabricación (Fenalco, 2015).

Esto deja en evidencia la problemática que enfrenta el sector de la joyería artesanal en la ciudad de Montería y en el departamento de Córdoba, debido a la baja presencia y participación que tienen las empresas en materia de infraestructura, maquinaria, recursos económicos, seguridad y capacidad para suplir la demanda y abarcar nuevos mercados.

Adicionalmente a esta problemática surgen retrasos e incumplimientos a la hora de entregar los productos a los clientes finales, debido a la amplia cadena de intermediarios y a las distancias que existe entre las ciudades que hacen parte del proceso productivo y logístico, dando como resultado aumentos en los precios del producto final. La culminación de estos procesos se efectúa en ciudades como Bogotá; por lo que cabe resaltar la distancia que existe de Montería a Bogotá, la cual corresponde a 789 km con una duración aproximada de 14h 38 minutos vía terrestre. Allí se encuentran empresas como *Asiria Joyería*, encargada de realizar baños y laminados galvánicos de oro de 24k sobre bronce, plata y cobre.

Por lo anterior, se formula el siguiente interrogante: ¿Cuáles son las condiciones del sector económico, el aspecto técnico, administrativo y financiero para la creación e implementación de una empresa pionera de diseño, fabricación y comercialización de joyería artesanal en la ciudad de Montería?

En respuesta, se propone realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa promotora de diseño, fabricación y comercialización de joyería artesanal en la ciudad de Montería, departamento de Córdoba.

La realización de este estudio de factibilidad nos permitirá conocer la viabilidad de la creación de una empresa productora y comercializadora de joyería artesanal que contribuirá y fortalecerá el sector económico y acapará la demanda insatisfecha en la ciudad de Montería y en el departamento de Córdoba, en respuesta a la poca presencia de empresas que no cuentan con las instalaciones y herramientas requeridas para el completo diseño y fabricación de las piezas.

Por medio de este proyecto se pretende contribuir al mejoramiento de la falencia que existe en el departamento de Córdoba en relación al sector de la joyería artesanal y las empresas dedicadas al diseño y producción de piezas elaboradas a base de bronce con baño de oro de 24k, ya que estas deben pasar por un proceso en cual el metal debe ser fundido, luego de esto se procede a estirar o laminar el metal de acuerdo al diseño que se vaya a realizar, posteriormente se procede al lijado para corregir las imperfecciones y finalmente llevarlas al proceso de baño galvanizado en oro de 24k. Al contar con las instalaciones que cumplan con todos los protocolos de seguridad, bioseguridad y herramientas pertinentes, se hará frente a la baja competitividad que hay en el sector de la orfebrería en Córdoba y se logrará suplir la demanda.

En el aspecto de comercialización se pretende organizar y administrar de forma adecuada la cadena de suministros, con el propósito de establecer los requisitos logísticos, los cuales se verán reflejados en objetivos de crecimiento en el área de las ventas y cobertura de mercado; en nuestro punto de fábrica se realizará todo el proceso de diseño, producción y comercialización, lo que permitirá disminuir costos y lograr el cumplimiento oportuno de los requerimientos de

producción. Además, tendremos medios de comercialización virtual y presencial para tener un mayor alcance de clientes en nuestro mercado.

De manera consecuente, se planteó como objetivo de este estudio determinar la factibilidad para la creación de una empresa dedicada al diseño, fabricación y comercialización de joyería artesanal en la ciudad de Montería (Córdoba).

Para cumplir con dicho objetivo se aplicó una investigación descriptiva con enfoque mixto, en donde se obtuvieron resultados a través de encuestas realizadas en campo, que posteriormente fueron tabulados y analizados con el fin de aportar mayor precisión en el estudio de la información. Recordemos que este tipo de método permite obtener resultados a través de mediciones numéricas y análisis estadístico, ayudando a identificar los modelos de comportamiento de la problemática expuesta.

La población objeto de estudio fueron las mujeres de la ciudad de Montería, especialmente las de la zona urbana. Se realizaron encuestas de forma presencial, dirigidas a mujeres con edades entre los 15 y 45 años. En estas encuestas se pudo conocer variables con respecto a las tendencias, opiniones, actitudes y comportamiento de la población a la que van dirigidos nuestros productos, además fueron realizadas entrevistas estructuradas que contribuyeron a soportar toda la información recolectada con las entrevistas.

2. Resumen Ejecutivo

Empresa: COORFEBRE *nombre sugerido*

Ubicación: Montería Córdoba

Oportunidad de Negocio: ofrecer el servicio de diseño, fabricación y comercialización de joyería artesanal en Montería (Córdoba), empleando un sistema organizado de distribución de productos a nivel local.

Competidores: Se identifica como único competidor la tienda de accesorios Duppla Handmade Jewelry, empresa dedicada al diseño y elaboración de piezas de joyería artesanal.

Producto: Diseño, producción y comercialización de joyería artesanal dirigidos a mujeres y hombres de entre 15 y 45 años de edad interesados en adquirir joyería artesanal en la ciudad de Montería Córdoba, a fin de contribuir al desarrollo económico de la ciudad.

Precio: El valor de los productos estará sujeto al diseño de cada una de las piezas producto. La empresa obtendrá ingresos derivados de las ganancias generadas a partir de la fabricación de cada accesorio.

Presupuesto de inversión: La inversión fija para el proyecto es de \$ 52.144.369.

Rentabilidad: La TIR del plan de negocio es del 43%.

3. Referente Teórico y Conceptual

3.1.Referente Teórico

3.1.1. Artesanías

Según la Dirección General de Arte Popular de la Secretaría de Educación Pública, la artesanía “Es la actividad productiva de objetos hechos a mano con la ayuda de instrumentos simples. Estos objetos pueden ser utilitarios o decorativos, tradicionales o de reciente invención. La artesanía popular es la tradicional, vinculada con necesidades, festividades, gustos populares rituales “ (Alberti, Rivera, Mendoza, & Vásquez, 2021).

La producción artesanal lleva consigo el conocimiento de artes, habilidades y destrezas de legados anteriores que comprenden una red crucial de características de integran para crear nuevas tendencias y diseños con recursos y materiales bases.

La artesanía proviene de la labor manual de artistas, elaborando a partir de cero y con material prima de diversa índole que integran diversas técnicas para hacer creaciones únicas.

Las artesanías, han formado parte de la vida de los seres humanos desde tiempos remotos, debido a su característica útil y se presenta como una solución a diversos retos, dando un papel indispensable en la estructura de la sociedad actual, transmitiendo sus saberes ancestrales en la transformación de la mano de obra de generación en generación, salvaguardando la identidad histórica y cultural de las diferentes regiones del país.

Debido al origen de las técnicas de producción joyera y artesanal, pueden incluir la fusión de materiales de diferente origen, dando una nueva identidad y enfoque a una creación, al unir varios componentes para la transformación de un distinto objeto; de desintegración, se fracciona

una materia prima o insumo en diversos productos; de innovación cuando diferentes técnicas van proporcionando representación al nuevo producto, del mismo modo cuando innovan complementos o componentes del objeto sin afectar su naturaleza (Bustos, 2009).

3.1.2. *Producción Artesanal*

Un procedimiento de producción es un método, una táctica que desenvuelve una organización para convertir materias primas en bienes y servicios. Abordando criterios preexistentes como base que se vinculan con la transformación con la mano de obra o técnica de producción artesanal, clasificándose en manuales, cuando las instrucciones o acciones son ejecutadas enteramente por personas; semiautomáticas, personas y máquinas se dividen los procedimientos; automáticas, el ser humano se limita a la inspección de los procedimientos realizadas por las máquinas industriales (Departamento Nacional de Planificación, 2006).

Este ejemplar de producción artesanal se lleva a cabo desde tiempos ancestrales, donde la vinculación del hombre con la materia prima fue clave para avanzar en herramientas y llegar a una elaboración más industrializada como lo es en la mayoría de los casos actualmente, disminuyendo la producción 100% artesanal.

La producción artesanal fabrica objetos mediante la innovación de materias primas originarios básicas, a través de técnicas de producción no mecánico que implican artefactos y equipos simples con predominio del trabajo físico e intelectual (Departamento Nacional de Planificación, 2006).

La producción artesanal utiliza herramientas manuales y recursos humanos muy competentes, quienes deben efectuar todas las ocupaciones necesarias para la transformación de

los componentes primarios en los productos. Cada una de estas trabajos o funciones, habitualmente, concierne con una establecida actividad (Artesanías de Colombia, 2016).

3.1.3. Herramientas Tradicionales

Para la elaboración de cualquier ejemplar en la actividad artesanal especialista o no, es necesario la ayuda de instrumentos imprescindibles para la labor y para la elaboración del objeto. Para el ámbito de la joyería, los equipos o herramientas manejados han sido establecidos, en muchos casos por los mismos productores, inventándolos y acomodándolos a sus necesidades.

Las herramientas más habituales en las manufacturas de los orfebres son:

Cajón de joyero: El cajón de joyero, es una estructura de madera, en donde se elaboran los objetos. Está estructurada con lugares grandes y pequeños donde se guardan las herramientas pequeñas indispensables para cada artesano, también tiene un cajón para que recopila las sobras del material.

Soplete de soldar: Está constituido por tres partes: tanque, pistola y el fuelle (instrumento para soldar, recogiendo el aire y soplándolo con dirección determinada), funciona a base de gasolina.

Crisoles: Recipientes de arcilla en forma de olla pequeña, existen pocos crisoles que tienen forma de tubo de ensayo. Solo se utiliza un crisol para diferentes metales, no es aconsejable fundir el material en un crisol de oro, ya que quedan residuos de los mismos.

Motor de pulir y abrillantar: El motor para pulir solo funciona con electricidad. En su parte frontal tiene un cono en donde se ponen herramientas muy pequeñas para pulir, abrillantar, lijar, dar texturas, entre otras.

Dado de embutir: Este instrumento es manipulada con otros pedazos de acero, la cual tiene forma redondeada. Se da colocando las chapas en los hoyos y de esta forma se da un golpe en la parte superior para que quede con forma de media esfera.

3.1.4. Creación de Empresas

La creación de empresa es la conformación de una idea con características particulares analizadas como los aspectos financiero, técnico, legal, administrativo y organizacional, que vincula diversos aspectos de carácter empresarial y social que promueve una integración de diversos componentes socioeconómicos, dinamizando estructuras de mercado con vinculación laboral y actividades que conducen al desarrollo de diversas actividades de invención y transformación de ideas.

Las circunstancias para la creación de empresas son variadas y se consolidan de acuerdo a las necesidades que se puedan satisfacer ya sea desde el mercado o desde la estructura del sector (Graña, 2002).

Los fundamentos de la creación de empresas se fusionan con particularidad básicas como los futuros clientes o consumidores y la diversidad de demanda, junto con la estructura definida organizacional que tiene definidos los mercados, la subcontratación, distribución y la logística empresarial.

Valorando la viabilidad con los siguientes estudios.

- Estudio de mercado.
- Estudio técnico y organizacional.
- Estudio administrativo.
- Estudio financiero

3.1.4.1. Estudio de Mercado: El estudio de mercado está establecido como una base indispensable en el estudio previo de la creación empresarial, ayuda a conocer información indispensable del sector de venta objetivo con ayuda estadística para cuantificar y estructurar relaciones claves con el producto o servicio dentro del mercado (Alvarez & Urbano, 2012).

El estudio de mercado, nos acerca a los posibles futuros compradores con datos e información de primera mano sobre sus preferencias, focalizando las prioridades e identificando puntos críticos que reducen la incertidumbre del sector.

El estudio de mercado aplicado al presente proyecto incluyo preguntas claves como:

¿Que comprará el consumidor?

¿Cuánto comprará?

¿A qué precio comprará?

Analizando elementos como la oferta y la demanda, considerando los potenciales compradores y la mejor definición del producto final a ofrecer, entendiendo la importancia de entender el mercado y la conexión con la joyería artesanal que se entregará.

3.1.4.2. Estudio Técnico y Organizacional: El estudio técnico y organizacional representa a los componentes oportunos de la actividad organizativa de la futura empresa, vinculando su papel ejecutivo con los aspectos administrativos, procedimentales, logísticos, estructurales y legales. Determinando las funciones a detalles que presentarán en cada cargo y el papel que desempeñara las áreas que se incluirán,

definiendo las características del producto a ofrecer y el mejor camino para realizarlo (Alvarez & Urbano, 2012).

La estructura organizacional cuenta con un diseño pensado para casa empresa en la cual se basa en las particularidades de la organización que se establece.

Los fundamentos del estudio técnico y organizacional se definen en la correcta definición de la segmentación de los recursos humanos, unidades de control, administrativos y definición de funciones y jerarquías para que se articulen los sectores claves de la empresa, relacionándose clientes y proveedores de manera acertada con el personal que tendrá la empresa, planteado una ruta de logística funcional que maneje las cadenas de distribución y producción.

3.1.4.3. Estudio Administrativo: El estudio administrativo suministra estrategias precisas para llevar a cabo en carácter funcional de una empresa, precisando el panorama y futuro empresarial mediante el establecimiento de la misión, visión, metas, objetivos, es por ello que la administración estratégica cumple la vital ocupación de definir manuales de funciones internos la definición de estructura organizacional y reglamento interno de trabajo (Graña, 2002).

Con la Distribución Administrativa se representa la manera en cómo se fragmentan, congregan y regularizan las actividades de la empresa en función de los canales comunicativos entre los gestores y los empleados (Departamento nacional de planeación, 2013):

- Delimitar instrucciones generales para una adecuada administración.
- Se constituyen objetivos y metas claves que pueden alcanzar los miembros de la empresa.

- Demuestran la información organizada, beneficiando la elaboración de legitimaciones.

3.1.4.4. Estudio Financiero: El estudio financiero se sustenta en establecer, distribuir el orden y coordinar la información de financiera o monetaria de la empresa, ajustando los aspectos particulares a nivel de inversiones, ingresos, y costos de una empresa, estableciendo una línea estructurada que analice los datos contables del proyecto, para obtener las características claves que logren definir la rentabilidad de un proyecto (Archivo General de la Nación, 2012).

En este estudio se puede fijar la estimación de los patrimonios financieros en el proyecto, además de las proyecciones de los resultados financieros en el primer año de estimación. El estudio financiero vislumbra las inversiones fijas, inversiones de herramientas, inversión en mobiliario, inversiones largo plazo, inversión del capital de trabajo, precio de materiales, inversiones en recursos humanos, punto de equilibrio, flujo neto de proyección, flujo neto del proyecto y evaluación financiera. La valoración financiera se calcula el valor presente entre la relación costo beneficio y la tasa interna de retorno (TIR). Definiendo si la empresa presenta viabilidad desde la perspectiva financiera.

3.1. Referente Conceptual

Producto: Elemento que se ofrece de acuerdo a las consideraciones de una empresa a un cliente y presenta un valor (Fenalco, 2015)

Costo: Hace referencia a las perspectivas de valor que el cliente se hace sobre el producto o servicio en cuestión (Fisher y Navarro, 1994).

Servicio: en el sector económico, constituye lo que denomina el sector terciario, todo el que trabaja y no produce bienes se supone que produce servicios” (Fisher y Navarro, 1994).

Calidad: Propiedad o conjunto de propiedades esenciales a algo, que reconocen conceptuar su valía. Esta definición instauro dos síntesis significativas en el estudio de factibilidad empresarial (Real Academia Española, 2007).

Cliente: El cliente es aquel que acoge bienes o servicios. Usualmente esto implica un convenio en la cual algo de valor cambia de propietario. Existen dos ejemplos de clientes, los internos y externos (Real Academia Española, 2007).

Validez: La validez se representa al estado en que el informe mide lo que se presume que correspondería medir. (Real Academia Española, 2007).

4. Módulo de Mercado

4.1 Producto

4.1.1 Características del Producto

Los artesanos se han encargado de conservar las técnicas de joyería artesanal, transmitiéndola de generación en generación. Además, por contar con metales como el oro estos territorios han sido denominados desde la época de la colonia como las cuatro “ciudades del oro” (Artesanías de Colombia, 2016).

La Joyería artesanal Tradicional es aquella que se fabrica de forma artesanal, como resultado del legado de una maestría y de una tradición; generalmente transmitida de generación en generación, y que hace parte de la identidad de un grupo étnico específico. Es un oficio lleno de técnicas implementadas por los orfebres y hace referencia al trabajo y transformación de metales, piedras naturales y apliques en piedras semipreciosas; enfocada a la elaboración de piezas y adornos para el cuerpo, basada en la tecnología orfebre, engaste, soldado, fundición de metales como el bronce; es por ello que y se llama joyería artesanal por el hecho de que no necesita de ninguna maquina industrial para su elaboración; ya que son piezas hechas a mano por artesanos y artistas expertos en este sector (Urgiles & Vintimilla, 2010).

La materia prima utilizada en la elaboración de la joyería artesanal está compuesta por metales nobles, los cuales tienen particularidades especiales; ya que estos metales no se oxidan ni se corroen cuando entran en contacto con la humedad del aire. El cobre, después del hierro, es considerado el metal más útil para la elaboración de joyería; ya que sirve para hacer aleaciones para obtener latones y bronce. Colombia posee yacimientos de cobre en Tolima, Boyacá, Cauca, Chocó, Nariño, Cundinamarca, Santander, La Guajira y Antioquia. El zinc también juega un

papel fundamental en el proceso de producción; ya que es utilizado como aleación en las soldaduras pues permite que el metal fluya con mayor rapidez (Vásquez, 2018).

La propuesta de valor presentada en el presente proyecto pretende rescatar el significado ancestral de la joyería en Colombia mediante el diseño, la producción y comercialización de accesorios artesanales elaborados en bronce con baños de oro, mostrados como importantes y lujosas piezas de joyería artesanal con un percibido y moderado valor real. La joyería artesanal es un producto tangible hecho a la medida por artesanos profesionales, las cuales son trabajadas con diversos materiales y elementos de calidad; tales como metales y piedras semipreciosas. Las piezas a construir serán confeccionadas a mano, con la asistencia de la maquinaria requerida para dar a cada elemento los detalles y acabados deseados.

A través del taller de joyería se podrá hacer entrega a mujeres y hombres de la ciudad de Montería, las más detalladas y elaboradas piezas de orfebrería, destacando por la calidad de los acabados, el diseño particular y la conexión con nuestros ancestros precolombinos. La empresa se destacaría de otras fabricadoras de joyería artesanal debido a que cada pieza tendrá un diseño único y su fabricación será completamente artesanal.

4.1.2. Usos del Producto

Una alhaja o joya corresponde a un artículo ornamental usado históricamente para embellecer o decorar el cuerpo y constituyen un significado ya sea funcional o decorativo y de estatus. Algunas de las joyas más usadas corresponden a pulseras, brazaletes, esclavas, tiaras, coronas, anillos, alianzas, collares, cadenas, pendientes, entre otros estilos que son ubicados principalmente en tobillos, muñecas, dedos, cuello, orejas y cabello.

4.1.3. Características de Consumo

La joyería artesanal es un producto de consumo masivo, este es un producto de alta demanda y puede ser requerido por todos los estratos de la sociedad, la joyería artesanal se clasifica dentro de los productos o bienes de especialidad ya que al ser joyas artesanales contarán con diseños únicos que motivarán al consumidor a hacer un esfuerzo especial de compra, es decir estar dispuesto a pagar un poco más de los productos comunes y no hay una comparación de los productos ya que cuentan con características únicas en su mercado.

4.1.4. Producto Sustituto

En concordancia con lo definido en este proyecto y la delimitación para piezas de joyería artesanal elaboradas en bronce, se establece que los productos sustitutos serán aquellos elaborados principalmente con materia prima textil, cuero, otros metales y pedrería destinados al mismo uso de estos.

4.1.5. Productos Complementarios

Las piedras preciosas serán productos complementarios para las joyas que serían producidas en el taller de joyería artesana.

4.1.5. Consumidor Final

Los consumidores finales hacia los cuales van dirigidas las piezas confeccionadas en el taller de joyería son las mujeres y hombres colombianos de entre los 15 y 45 años de edad distribuidos en el territorio monteriano de acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta (Gráfica 1), además de las empresas encargadas de la venta de joyería artesanal dirigidas por mujeres emprendedoras ubicadas en Montería.

4.1.6. Delimitación del Área Geográfica

Este estudio se limita al área geográfica de la ciudad de Montería, capital del departamento de Córdoba (Colombia), ubicado al noroccidente del país en la Región Caribe con 505.332 habitantes de acuerdo a la proyección del DANE para el año 2020 (DANE, 2018). Es atravesada por los cauces del río Sinú por lo que es conocida como la “Perla del Sinú”, también considerada como la capital ganadera de Colombia. Al norte limita con el municipio de Cereté, Puerto Escondido y San Pelayo; al este con San Carlos y Planeta Rica; al sur con Tierralta y Valencia; al oeste con el departamento de Antioquia y los municipios de Canalete, Puerto Escondido y Los Córdoba (Montería, 2019).

4.2. Análisis de la Demanda

4.2.2. Cálculo del Tamaño de la Muestra

De acuerdo con los datos reportados por el DANE para el último censo en el año 2018, en Colombia existían 48.258.494 personas, sin embargo, las proyecciones para el año 2020 reportan un aproximado de 51.289.803 de habitantes entre mujeres y hombres, de las cuales 1.555.596 correspondían a habitantes del Departamento de Córdoba, con un total de 505.334 habitantes en la ciudad de Montería y 393.149 en el casco urbano de la ciudad, de los cuales el 25,7% corresponde a personas entre las edades de 15 a 34 años, equivalente a 101.039 personas (DANE, 2018).

El método empleado para determinar la muestra de estudio será el muestreo aleatorio simple, en el cual todos los elementos cuentan con la misma probabilidad de selección. Para dicho ejercicio se empleó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 P \cdot Q}{E^2}$$

Donde,

Z = Variable de Confianza (1,96)

P = Probabilidad de éxito (0,5)

Q = Probabilidad de fracaso (0,5)

E = Margen de error (0,5)

Reemplazando en la ecuación obtendremos el siguiente resultado.

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,05)^2}$$

$$n = 384,16$$

4.3. Cuestionario

Para llevar a cabo la recolección de información se diseñó un cuestionario estructurado con un total de 10 preguntas abiertas, cerradas y otras con selección múltiple con única respuesta (ver Anexo A). Los datos obtenidos se presentan a continuación:

4.4. Cálculo de la Demanda Actual

Para el cálculo de la demanda actual se realizó la caracterización, tomando como referencia los resultados obtenidos en las preguntas del cuestionario, nos ayudará a darle movimiento a nuestro emprendimiento a fin de lograr los objetivos propuestos.

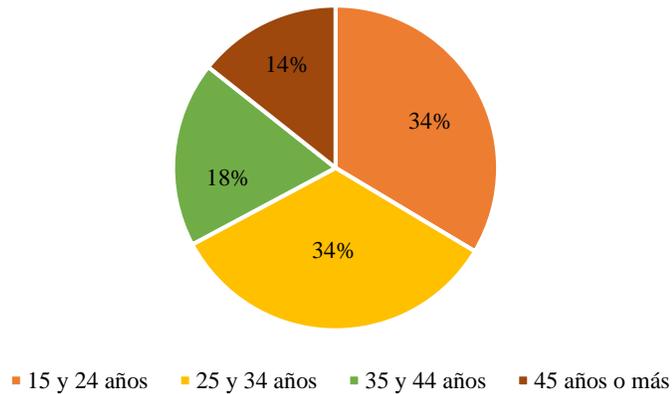
Conoceremos que es el mercado, el cliente y sus preferencias así nos prepararemos para que nuestro emprendimiento crezca, ya que aprenderemos a trabajar adecuadamente con el sector

y los componentes, entendiendo los puntos en el que se encuentran dos fuerzas que producen intercambio, la oferta y la demanda, a fin de definir un producto (tangible, servicio, idea) que cumpla las necesidades de los compradores y comprendiendo desde la necesidad, junto con la capacidad económica para satisfacerla y voluntad para comprar, con el fin de dividir al mercado en grupos de compradores con características similares, de acuerdo a diferentes deseos de compra y necesidades, así identificamos el segmento o grupo de clientes con los que nuestra empresa puede contar. Para determinar nuestro segmento conviene contar con estos datos: Edad, frecuencia de compra, gustos y particularidades.

Para el estudio de mercado se realizó un análisis de los posibles clientes, con el fin de realizar una caracterización de sus preferencias entendiendo la oferta y la demanda, como lo mostrado a continuación.

Dentro de las encuestas, en la pregunta 1 se buscó identificar las edades de la población muestral, obteniendo que las edades de las personas encuestadas establecen que el 34 % de 15 y 24 años, presentando igual porcentaje de 34 % se encuentran las personas entre 25 y 34 años, el porcentaje intermedio presenta 35 y 44 años con un 18%, el menor porcentaje de la población tiene una edad promedio de más de 45 años, referenciando una segmentación de la población estudio.

EDAD



Gráfica 1. Clasificación de los encuestados de acuerdo a la edad.

Por otro lado, se realizó un sondeo con el fin de conocer la preferencia de los encuestados por la joyería artesanal, arrojando los resultados observados en la Tabla 1, se encontró que más del 61 % de los encuestados adquieren productos de joyería artesanal.

Tabla 1. Cálculo de la demanda sobre la muestra

¿Dentro de los accesorios que usted compra, adquiere artículos de joyería artesanal?	Respuesta	Porcentaje
No	148	38,5%
Si	236	61,5%
TOTAL	384	100%

De este modo:

$101.039 \times 61,5\% = 62.139$ habitantes de la ciudad de Montería adquieren joyería artesanal dentro de los accesorios que acostumbra a comprar.

Ahora bien, gracias a los resultados obtenidos de la pregunta 3, se encontró que el 31,5% de los clientes prefieren la joyería artesanal en lugar de bisutería, oro y plata, tal como se evidencia en la Tabla 2:

Tabla 2. Determinación del producto preferido por la población

Al momento de comprar sus joyas prefiere que sean	Respuesta	Porcentaje
Bisutería.	105	27,3%
Joyería artesanal.	121	31,5%
Oro	81	21,1%
Plata.	77	20,1%
TOTAL	384	100%

Por otro lado, en el análisis se consultó sobre el tipo de accesorios que se comprar con mayor frecuencia, con el objetivo de conocer las preferencias del posible cliente, proyectando las preferencias del comprador con los productos de la empresa, en esta pregunta el resultado estuvo con mayor porcentaje el accesorio “aretes”, producto que hace parte de los atuendos de uso diario en la mayoría de las mujeres.

Tabla 3. Tipo de accesorio más frecuente

¿Cuál es el tipo de accesorio de joyería artesanal que usted compra con más frecuencia?	Respuesta	Porcentaje
Anillos.	37	9,6%
Aretes	114	29,7%
Collares.	82	21,4%
Otros.	28	7,3%
Pulseras.	103	26,8%
Relojes	20	5,2%

Además, se consultó sobre el historial de compra de población estudiada, obteniendo que más del 50 % realizó su última compra hace más de mes, siendo ese la mayor temporalidad dentro de las posibles respuestas, tal como se evidencia en la Tabla 4:

Tabla 4. Historial de compra de joyas artesanales

¿Cuándo fue la última vez que compró joyas artesanales?	Respuesta	Porcentaje
Hace más de un mes.	193	50,3%
Hace menos de una semana.	41	10,7%
Hace un mes.	99	25,8%
Hace una semana.	51	13,3%

De las encuestas se observó los precios que los encuestados estarían dispuestos a pagar en la compra de accesorios artesanales, los resultados se observan en la Tabla 5 que sigue a continuación, se encontró que el 47,7% de los encuestados está dispuesto a pagar entre \$20.000 y \$40.000:

Tabla 5. Preferencia de pago de consumidores

¿Cuál es el precio promedio que usted suele pagar en una sola compra de accesorios de joyería artesanal?	Respuesta	Porcentaje
Entre \$20.000 y \$40.000	183	47,7%
Entre \$40.000 y \$60.000	71	18,5%
Más de \$60.000	51	13,3%
Menos de \$20.000	79	20,6%

Además, teniendo en cuenta las preguntas 7 y 8 se determinó también que, la cantidad promedio de joyerías que adquieren regularmente los monterianos es de 1 a 3 unidades en una frecuencia trimestral.

Tabla 6. Frecuencia de compra.

¿Cada cuánto tiempo compra accesorios de joyería artesanal?	Respuesta	Porcentaje	¿Cuántas unidades de producto de joyería artesanal compra usted al momento de realizar ésta?	Respuesta	Porcentaje
Dos o más veces al mes.	77	20,1%	De 1 a 3	273	71,1%
Semestralmente.	123	32,0%	De 4 a 6	57	14,8%
Trimestralmente.	125	32,6%	De 7 a 9	27	7,0%
Una vez al mes.	59	15,4%	Más de 9	27	7,0%

Teniendo en cuenta la cantidad de habitantes que compran joyería artesanal y la cantidad de unidades en promedio, se obtiene un dato aproximado de la demanda actual:

$$62.139 \times 71,1\% = 44.181$$

$$62.139 \times 14,8\% = 9.196$$

$$62.139 \times 7,0\% = 4.393$$

$$62.139 \times 7,0\% = 4.393$$

Cantidad de unidades que podría demandar la población monteriana: 62.163

4.4.1. Proyección de la Demanda Actual

Para la proyección de la demanda actual se utilizó la siguiente fórmula:

$$DF = DA(1 + i)^n$$

Donde:

DF = Demanda Futura; DA = Demanda Actual; 1 = Constante; i = Índice crecimiento poblacional, para Montería es el 0,0102%; n = año proyectado.

$$DF1 = 62.163(1 + 0,0102)^1 = 62.797$$

$$DF2 = 62.163 (1 + 0,0102)^2 = 63.437$$

$$DF3 = 62.163 (1 + 0,0102)^3 = 64.084$$

$$DF4 = 62.163 (1 + 0,0102)^4 = 64.738$$

$$DF5 = 62.163 (1 + 0,0102)^5 = 65.398$$

Tabla 7. Proyección de la demanda actual

Períodos	1	2	3	4	5
Proyección de demanda	62.797	63.437	64.084	64.738	65.398

4.5. Cálculo de la Oferta Actual

Al consultar con las empresas que ofrecen paquetes joyería artesanal en la ciudad de Montería, se estableció un promedio de la cantidad de productos que ofrecen a los habitantes de Montería mensualmente y anualmente respectivamente y el resultado fue el siguiente:

Tabla 8. Cálculo de la Oferta Actual

Empresa	Número de personas que adquieren productos de joyería Trimestralmente	Número de unidades vendidas anualmente
Duppla Handmade Jewelry	336	1.334
Total Oferta Anual		1.334

Fuente: Elaboración propia.

4.5.1. Proyección de la Oferta Actual

i = crecimiento del sector = 1%

$$O_f = O_A(1 + i)^n$$

$$O_{f1} = 1.334 (1 + 0,01)^1 = 1.347$$

$$O_{f2} = 1.334 (1 + 0,01)^2 = 1.361$$

$$O_{f3} = 1.334 (1 + 0,01)^3 = 1.374$$

$$O_{f4} = 1.334 (1 + 0,01)^4 = 1.388$$

$$O_{f5} = 1.334 (1 + 0,01)^5 = 1.402$$

Tabla 9. Proyección de la Oferta Actual

Períodos	1	2	3	4	5
Proyección de Oferta	1.347	1.361	1.374	1.388	1.402

Teniendo en cuenta que los valores de la demanda superan en gran manera la oferta actual, la demanda se considera insatisfecha.

4.6. Proyección de la Demanda Insatisfecha

La proyección de la Demanda Insatisfecha equivale a la diferencia entre la Proyección de la Demanda Actual y la Proyección de la Oferta Actual.

Tabla 10. Proyección de la demanda insatisfecha

Períodos	1	2	3	4	5
Proyección de demanda	62.797	63.437	64.084	64.738	65.398
Proyección de Oferta	1.347	1.361	1.374	1.388	1.402
Demanda Insatisfecha	61.450	62.076	62.710	63.350	63.996

4.7. Análisis de Precios

La principal competencia en la ciudad de Montería es la empresa de joyería Duppla Handmade Jewelry, la cual ofrece diversidad de diseños en joyería artesanal hacia todo el territorio colombiano, a continuación, se presentan los precios promedio de cada tipo de accesorio que se encuentra en el mercado.

Tabla 11. Análisis de precios

Tipo de Accesorio	Precio promedio
Anillo	\$ 60.000
Aretes	\$ 78.000
Collares	\$ 100.000
Pulseras	\$ 54.000

De acuerdo con la información recopilada en las encuestas, la población monteriana está dispuesta a pagar por las piezas de joyería artesanal en un rango entre \$20.000 y \$40.000 (Tabla 5), por lo que los precios establecidos superan la capacidad o disponibilidad de pago, debido a esto existe una demanda insatisfecha en la adquisición de joyería artesanal en la ciudad de

Montería. Los altos precios establecidos en el mercado podrán significar una ventaja competitiva para CORFEBRE no obstante, además del precio también la calidad y el diseño son factores importantes tal como se observó en los resultados de la pregunta 10 mostrados en la Tabla 12.

Tabla 12. Factores que intervienen en la compra

Al momento de comprar un accesorio de joyería artesanal, ¿Qué es lo primero que tiene en cuenta sobre el producto?	Respuesta	Porcentaje
El diseño.	104	27,1%
El precio.	52	13,5%
La calidad.	111	28,9%
La marca.	31	8,1%
La procedencia.	28	7,3%
Que solo me guste.	58	15,1%

Fuente: Elaboración propia.

4.8. Canales de Comercialización

No se establecerán canales de comercialización, se manejaría un canal directo que permitirá bajar los costos derivados de intermediarios en la distribución del producto, sosteniendo una comunicación directa con el cliente, tal como se observa en la siguiente imagen:



Figura 1. Canal de comercialización

Fuente: Elaboración propia.

4.9. Imagen del Producto

La imagen desarrollada como propuesta de representación de la empresa es la que sigue a continuación en la Figura 2:



Figura 2. Imagotipo de la empresa

Fuente: Elaboración propia.

4.9.1. Psicología de la Imagen Corporativa

La imagen representativa de la empresa estaría conformada por dos elementos clave, la marca de la empresa y los colores de la etiqueta:

La marca de la empresa: “CORFEBRE” está constituido por elementos diferenciadores y sutiles que buscan darle a la empresa un reconocimiento asertivo por parte de los clientes y la puedan diferenciar de otras. Se optó por utilizar la fusión de nombres y elementos representativos de la región cordobesa. El nombre esta fusionado en dos partes como muestra de orgullo de nuestra región cordobesa y la hermosa y tradicional labor que ejercen los artesanos que se dedican a la elaboración de piezas llenas de diseño y trabajo como lo es la orfebrería.

La “C” representa la inicial del nombre de nuestro departamento Córdoba y “ORFEBRE” denota la labor y el trabajo de crear a través del arte piezas hechas a base de metales como el bronce y darles un acabado en baño de oro.

Las pintas de la parte superior de la plantilla o copa del sombrero vueltaio se extrajo como un símbolo de arte y tradición y se fusionó con la inicial de orfebre para obtener como resultado un imagotipo que denota la tradición cultural y la joyería artesanal.

Colores de etiqueta: Se decidió utilizar estos colores por la siguiente razón:

- Dorado: es el color que refleja la calidad, la sofisticación y el lujo. Trasmite el arte de la joyería artesanal hecha por los artesanos orfebres.
- Marrón: simboliza la riqueza de la tierra y la tradición de un arte hecho a mano por artesanos y le da a nuestro logo un toque neutral de contraste en colores.
- Beige: refleja la parte neutral, tranquila y relajante que complementa la pureza del dorado y la calidez del marrón y con él se desea expresar confianza y delicadeza de cada pieza.

5. Módulo Técnico Y Organizacional

5.1. Tamaño del Proyecto

De acuerdo a los análisis realizados al mercado objetivo, se encontró que existe en la ciudad de Montería una demanda insatisfecha en cuanto al comercio de joyería artesanal, lo que asegura una oportunidad importante para el taller de joyería.

Para definir el tamaño del proyecto se establecieron como variables de referencia las inversiones, costos, estimación de la rentabilidad, nivel de operación y venta y, nivel de producción de un período. Estas variables son determinantes al momento de dimensionar el tamaño óptimo, marcado por la tecnología utilizada, disponibilidad de insumos y el personal con que contará la empresa.

De acuerdo con las necesidades encontradas, podemos establecer que el mercado de ofertas requiere dimensionar su tamaño en la medida en que las cifras porcentuales del mercado de la demanda así lo exijan, adicionando a este aspecto un valor porcentual para cubrir las necesidades insatisfechas del mercado gracias a las actividades de campaña publicitaria, activando igualmente el canal de distribución y venta directa.

5.1.1. Variables que Definen el Tamaño del Proyecto

5.1.1.1. Dimensión del Mercado: De acuerdo con los análisis realizados a la población, se encontró que la oferta existente en el área de la joyería artesanal en la ciudad de Montería no alcanza a suplir con la demanda, demostrando que más del 90% de esta no logra cubrirse (Tabla 12).

5.1.1.2. Disponibilidad de Insumos y Tecnología Necesaria: Para la puesta en marcha del taller de joyería se requiere la adquisición de los siguientes instrumentos de trabajo a los cuales se adjuntan a continuación en la Tabla 13:

Tabla 13. Lista de tecnología utilizada

Detalle de inversiones	Cantidad	Costo unitario (\$)	Costo total
Computador de Escritorio	5	2.500.000	12.500.000
Laminadoras	2	859.000	1.718.000
Sopletes	2	327.929	655.858
Prensas	2	55.000	110.000
Taladros	2	127.990	255.980
Motores para brillar	2	290.000	580.000
Cajón de joyero	3	660.000	1.980.000
Soplete fundidor	2	130.000	260.000
Percha de 12 ganchos	3	331.968	995.905
Máquina de galvanoplastia de barril	2	7.374.313	14.748.626
Impresora	2	600.000	1.200.000
Aire acondicionado 12000 BTU	2	1.200.000	2.400.000
Calculadora	2	65.000	130.000
Teléfono Celular	2	1.100.000	2.200.000
Escritorio con archivador	5	750.000	3.750.000
Mesa de centro	1	400.000	400.000
Silla gerencial	5	300.000	1.500.000
Sofá de Oficina	1	400.000	400.000
Tablero en acrílico	1	360.000	360.000
Teléfono Celular	2	1.100.000	2.200.000
Total			\$ 48.344.369

Fuente: Elaboración propia.

5.1.1.3. Personal con que Contará la Empresa: Inicialmente se contará con un gerente general encargado de la administración financiera y comercial del taller, un contador, una secretaria encargada de la atención y el servicio al cliente, solicitudes de compra, tres operarios orfebres y personal de oficios varios.

5.2. Localización

5.2.1. Estudio de Localización a Nivel Macro

Para realizar el estudio de macro-localización del proyecto se evaluaron diversas variables como aspectos geográficos, demográficos, económicos, culturales, políticos y sociales. Tomando tres municipios que representan regiones con una alta concentración poblacional en el departamento de Córdoba, refiriéndose como zonas potenciales en el establecimiento de dichas características, los cuales fueron Montería, Santa Cruz de Lorica y Tierralta definidos a continuación:

Montería

El municipio de Montería es el capital del departamento de Córdoba, presenta una población proyectada en total para el año 2019 de 505.334, representando el 11,3% de la participación departamental en el PIB (DANE, 2018).

Lorica

El municipio de Lorica 115.461 habitantes, tiene una historia como una localidad con gran movimiento comercial y social con el río Sinú como primer vial importante y el puerto de Lorica como el primero donde llegaban toda la mercancía y pasajeros de otras localidades, presenta un

7% en la participación del Valor Agregado Municipal sobre del PIB Departamental (DANE, 2018).

Tierralta

El municipio de Tierralta es el más extenso del departamento de Córdoba con un área de 5.079 km², cifra que representa el 20.3% del área total departamental. Según proyección estadística del Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas –DANE, con 104.817 habitantes los cuales representan el 5.8% del total departamental (DANE, 2018).

Al realizar las comparaciones de las diferentes variables socio-económicas y demográficas de acuerdo a la caracterización del departamento nacional de planeación, 2019 se puede establecer los criterios a evaluar los rasgos que definen la macro-localización, evaluando las particularidades de cada municipio seleccionando, como es el caso de la variable participación del valor agregado municipal en el departamento, para el período: 2018-12, es notorio la relevancia económica que presenta la ciudad de Montería.

Tabla 14. Porcentaje de participación en economía departamental

Entidad	Porcentaje
Montería	31,5%
Lorica	6,75%
Tierralta	6,65%

Fuente: Adaptado DANE (2018)

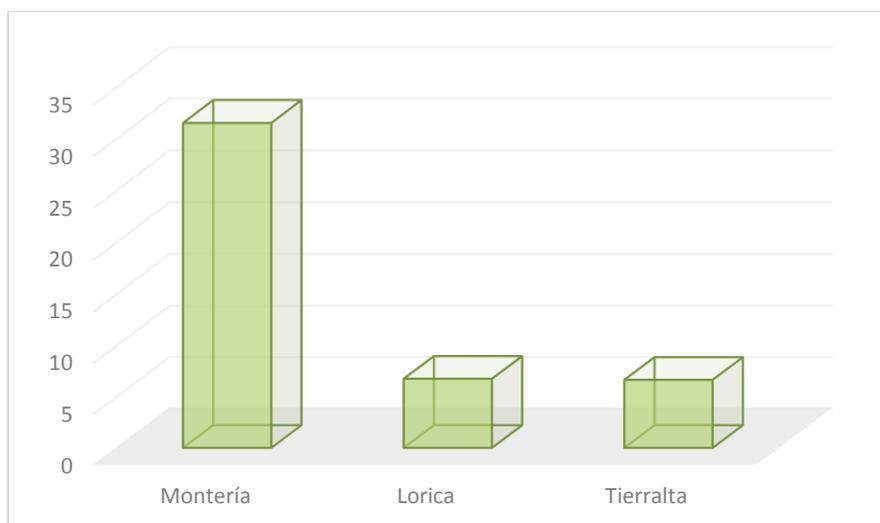


Figura 3. Participación del valor agregado municipal en el departamento.

Fuente: Adaptado DANE (2018).

Tabla 15. Estudio de macro-localización.

Factores relevantes	Valor asignado Puntuación 1-5	Municipios Macro-localización					
		Montería		Lorica		Tierralta	
		Puntuación	Puntuación ponderada	Puntuación	Puntuación ponderada	Puntuación	Puntuación ponderada
Geográficos							
Disponibilidad de clientes	0,6	70	42	50	30	48	28,8
Localización de proveedores	0,4	80	32	70	28	40	16
Vías de comunicación	0,6	76	45,6	68	40,8	35	21
Económicos							
Variabilidad económica	0,7	60	42	45	31,5	40	28
Tasa de empleo	0,3	50	15	40	12	38	11,4
Costo de mano de obra	0,31	70	21,7	60	18,6	65	20,15
Demográficos							
Población	0,35	76	26,6	70	24,5	50	17,5
Desarrollo municipal	0,24	80	19,2	60	14,4	50	12

Culturales							
Hábitos de compra	0,3	60	18	55	16,5	45	13,5
Políticos							
Regulaciones específicas	0,2	80	16	75	15	55	11
Sociales							
Actitud de la comunidad	0,3	70	21	70	21	50	15
Servicios públicos	0,2	80	16	60	12	40	8
Desarrollo tecnológico	0,4	80	32	80	32	50	20
Nivel educativo	0,1	55	5,5	50	5	45	4,5
Total	5		352,6		301,3		226,85

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la evaluación de las características para definir la mejor macro-localización se obtuvieron los siguientes resultados:

- Montería: 322,6 puntos
- Lorica: 301,3 puntos
- Tierralta: 226,85

Confirmando que la ciudad de Montería presenta los mejores criterios en la macro-localización, debido a características, como mayor población lo que concuerda con mayor concentración de clientes, punto estratégico de recepción de materia primas e innovación que favorece el desarrollo tecnológico.

5.2.2. Estudio de Localización a Nivel Micro

Para realizar el estudio de la Micro - localización del proyecto se evaluaron aspectos claves dentro de la ciudad de Montería, desde los estratos socioeconómico, como el índice de empleabilidad, localización de punto de venta frente a proveedores, accesibilidad de clientes,

preferencia de comprar y seguridad, conjugando todos estos aspectos para definir la zona con mayor potencial en el mercado para la localización de la empresa, que permita brindar la mejor experiencia para los clientes y el personal relacionado. Por ello, se estableció la comparación en tres zonas dentro de las principales comunas.

Tabla 16. Estudio de micro-localización.

Factores relevantes	Valor asignado	Zonas Micro-localización					
	Escala 1-5	Norte	Centro	Sur			
Poder adquisitivo de clientes	0,8	90	72	70	56	40	32
Empleabilidad	0,5	50	25	60	30	60	30
Estrato socioeconómico	0,7	76	53,2	76	53,2	42	29,4
Localización de proveedores	0,5	60	30	80	40	40	20
Accesibilidad de clientes	0,8	80	64	98	78,4	50	40
Preferencias de compra	0,6	70	42	50	30	40	24
Índices de seguridad	0,3	90	27	80	24	60	18
Prospectiva de expansión	0,4	67	26,8	73	29,2	50	20
Locación favorecedora	0,4	76	30,4	80	32	50	20
Total	5	370,4	372,8	372,8	233,4	233,4	233,4

Fuente: Elaboración propia

5.3. Distribución y Tamaño de la Empresa

La distribución de la planta es la que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los recursos humanos. Se dirige a la distribución del espacio físico ocupados por la instalación de mobiliario y zonas adecuadas para la producción artesanal, además, se incluye la ubicación del personal, zonas de ventas, recepción y producción. La planta está distribuida de la siguiente manera:

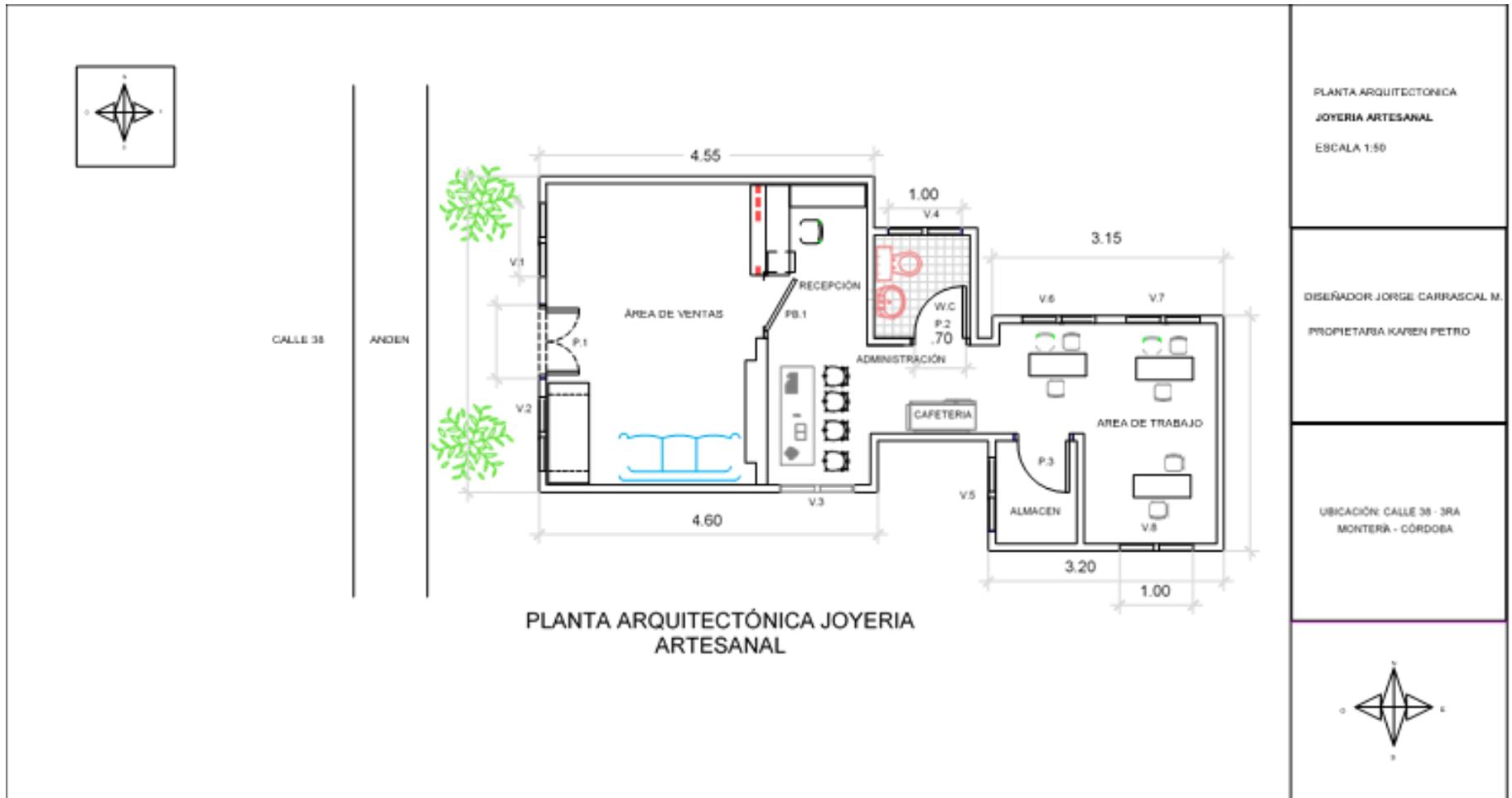


Figura 4.Planta Arquitectónica Joyería Artesanal

5.4. Proceso de Producción

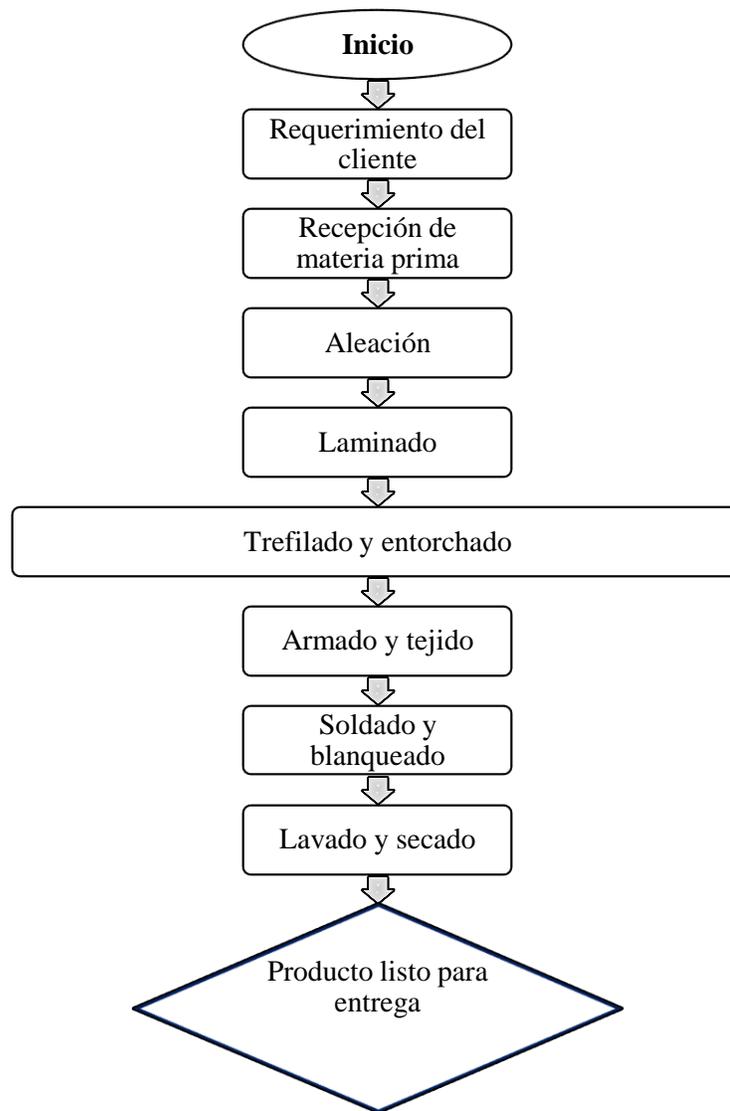


Figura 5. Proceso de producción

5.5. Naturaleza Jurídica

La empresa COORFEBRE será constituida bajo la figura de una Sociedad por Acciones Simplificada SAS, cuya naturaleza será comercial, constituida por un accionista cuyo aporte será del 100%, innovadora en el derecho societario colombiano ante la Cámara de Comercio de la ciudad

de Montería, fomentando el emprendimiento gracias a las facilidades que posee para su constitución y funcionamiento.

De acuerdo con la Ley 1258 (2008) este tipo de sociedades debe constituirse por mínimo una persona natural o jurídica, los cuales tendrán responsabilidad hasta la presentación de los respectivos aportes. Esta sociedad se creará mediante contrato o acto unilateral con constancia en documento privado, expresando la siguiente información:

- Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.
- Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “Sociedad por Acciones Simplificada”; o de las letras S.A.S.
- El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
- El término de duración, si éste no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
- Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
- El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.
- La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

5.6. Misión

Somos una empresa encargada del diseño, fabricación y elaboración de piezas de joyería artesanal, destacada en el mercado por los altos estándares de calidad en el proceso de producción, uso de mano de obra calificada y excelente servicio al cliente.

5.7. Visión

Ser reconocidos en el 2031 como una empresa líder en el mercado nacional, destacada por la belleza y distinción de los diseños plasmados en las piezas elaboradas, cumpliendo con los estándares de calidad y supliendo la demanda existente. Sosteniendo la mejora continua en nuestros procesos de fabricación.

5.8. Organigrama

Con el fin de garantizar una estructura consolidada en la empresa COORFEBRE, se diseñaron diferentes áreas funcionales responsabilizadas del adecuado y buen funcionamiento de esta, las cuales se muestran en la Figura 6:

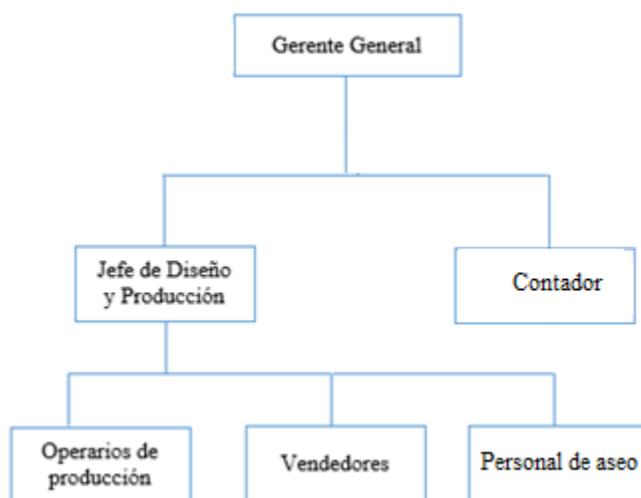


Figura 6. Estructura organizacional

5.8.1. Manual de Funciones

Debido a la importancia que merece para el proyecto de joyería artesanal, es necesario conocer detalladamente el perfil de cada uno de los cargos mencionados en la Figura 6. A continuación se describen las funciones:

Tabla 17. Manual de funciones gerente general

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo:	GERENTE GENERAL
Nivel del cargo:	Administrativo.
Número de cargos:	Uno (1).
Jefe inmediato :	Propietario(a)
Subordinados:	Todos los cargos.
OBJETIVO DEL CARGO	
Planear, proponer, aprobar, dirigir, coordinar y controlar las actividades administrativas, comerciales, operativas y financieras de la empresa, así como resolver los asuntos que requieran su intervención, con el fin de velar por el adecuado cumplimiento de las políticas de la empresa.	
PERFIL DEL CARGO	
Educación:	Profesional en Administración de empresas, administración en Finanzas, administración en hotelería y turismo o Ingeniería Industrial.
Formación:	Procesos y operaciones contables; Presupuesto, Finanzas y Gestión comercial; Dirección del Talento Humano.
Entrenamiento o inducción para el cargo:	Inducción detallada de las diferentes áreas de la empresa, así mismo, cada una de las responsabilidades inherentes al cargo ocupado.
Experiencia laboral:	Dos (2) años preferiblemente en manejo de personal o cargo similares.
Competencias personales:	Liderazgo, planificación, habilidades gerenciales y organización, negociación, toma de decisiones, comunicación asertiva y orientación al logro.
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Coordinar, supervisar y controlar todo lo relacionado con el área comercial, financiera y administrativa de la organización. 2. Velar por el eficiente cumplimiento de las políticas administrativas, operativas y comerciales adoptadas por la Junta de Socios. 	

3. Presentar a la Junta de Socios, los proyectos y planes de desarrollo a corto, mediano y largo plazo, requeridos para el cumplimiento de objetivos y políticas establecidas.
4. Revisar y someter a la aprobación de la Junta de Socios, el proyecto de presupuesto de ingresos y gastos de cada vigencia fiscal, así como los estados financieros periódicos de la empresa, en las fechas señaladas en los reglamentos.
5. Verificar el adecuado cumplimiento de los proyectos corporativos, negociaciones y presupuestos, bajo los cuales deberá regirse el personal de la empresa.
6. Dirigir y supervisar el desempeño laboral de los líderes de cada área en la organización.
7. Presentar cada cuatrimestre o de acuerdo a los requerimientos, informes de gestión sobre las actividades de la empresa a la propietaria de la empresa.
8. Velar por la correcta recaudación e inversión de los recursos de la empresa.
9. Velar por el buen uso de los recursos materiales de la empresa.
10. Proporcionar alternativas de solución frente a los imprevistos de carácter administrativo que sucedan en la empresa.
11. Ordenar los gastos, reconocer y disponer los pagos a nombre de la empresa.
12. Supervisar y aprobar el proceso de contratación para el personal de remplazo de los diferentes puestos de trabajo cuando la situación así lo amerite.

Tabla 18. Manual de funciones del contador.

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo:	CONTADOR
Nivel del cargo:	Administrativo.
Número de cargos:	Uno (1).
Jefe inmediato :	Gerente General
Subordinados:	Ninguno
OBJETIVO DEL CARGO	
Planear, aprobar y coordinar las actividades del área contable, así como resolver los asuntos que requieran su intervención, con el fin de velar por el oportuno cumplimiento de los objetivos organizacionales.	
PERFIL DEL CARGO	
Educación:	Profesional en Contaduría Pública.
Formación:	Desempeño en actividades contables o financieras de una empresa, así como de los diferentes procedimientos que esta requiere.

Entrenamiento o inducción para el cargo:	Inducción detallada de las diferentes áreas de la empresa, así mismo, cada una de las responsabilidades inherentes al cargo ocupado.
Experiencia laboral:	Dos (2) años en cargos similares.
Competencias personales:	Planificación, organización, responsabilidad, autoconfianza, proactividad, trabajo en equipo, comunicación asertiva, habilidades sociales, y confidencialidad.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

1. Monitorear la ejecución de actividades del área financiera de la empresa.
2. Realizar seguimiento al desempeño del personal del área contable.
3. Emitir estados financieros de la organización firmados.
4. Verificar el ciclo contable de la compañía.
5. Coordinar y verificar la elaboración y presentación de la información exógena.
6. Verificar el cumplimiento de la ejecución del presupuesto mensual.
7. Realizar la gestión de créditos bancarios.
8. Realizar el presupuesto anual de área.
9. Autorizar y firmar los cheques por diferentes conceptos (transacciones, pagos).
10. Elaborar los flujos de caja para las solicitudes de créditos bancarios.
11. Verificar y firmar los cheques por diferentes conceptos (transacciones, pagos).
12. Revisar y firmar las declaraciones de industria y comercio.
13. Verificar y actualizar los procesos necesarios ante Cámara de Comercio y la DIAN
14. Verificar el envío de los certificados retenciones en la fuente a los proveedores y terceros
15. Presentar mensualmente informes financieros a la Gerencia.
16. Presentar informes financieros semestrales y anuales a los socios.
17. Revisar, verificar y entregar a Gerencia las ordenes de pagos con sus respectivos soportes, para el pago a proveedores y terceros.
18. Realizar las liquidaciones de nómina y otras situaciones administrativas de acuerdo a los procedimientos establecidos.
19. Ejecutar otras funciones que le sean asignadas por su superior inmediato, acorde a la naturaleza del cargo.

Tabla 19. Manual de funciones del jefe de diseño y producción.

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo:	JEFE DE DISEÑO Y PRODUCCIÓN
Nivel del cargo:	Administrativo.
Número de cargos:	Uno (1).
Jefe inmediato:	Gerente General
Subordinados:	Operarios de producción, vendedores y personal de aseo.
OBJETIVO DEL CARGO	
Planear, aprobar y coordinar las actividades del área de diseño y producción, administrando de manera eficiente los recursos humanos, físicos, técnicos, económicos y financieros de la empresa según aplique, en concordancia con la misión institucional y los lineamientos trazados en la empresa.	
PERFIL DEL CARGO	
Educación:	Profesional en Administración de Empresas, Administración en Finanzas, Ingeniería Industrial, Economía, Arquitectura o especialización en carreras administrativas.
Formación:	Experiencia en creación de diseño, procesos y operaciones contables; presupuesto, finanzas, dirección de personal y manejo de grupos.
Entrenamiento o inducción para el cargo:	Inducción detallada de las diferentes áreas de la empresa, así mismo, cada una de las responsabilidades inherentes al cargo ocupado.
Experiencia laboral:	Dos (2) años en cargos similares. Manejo de personal, manejo de compras, logística, manejo de inventarios y creación de diseños.
Competencias personales:	Planificación, organización, responsabilidad, Orientación a resultados, transparencia, compromiso con la organización, actitud de servicio, autoconfianza, proactividad, trabajo en equipo, comunicación asertiva, habilidades sociales y confidencialidad.
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Facilitar un ambiente de trabajo que permita comunicaciones asertivas, profesionales y que contribuyan a alcanzar los objetivos y metas planteadas. 2. Preparar y presentar informes sobre las actividades desarrolladas por los operarios de producción y personal de ventas. 3. Establecer y/o apoyar estrategias que mantengan competitiva la empresa. 4. Asistir a las reuniones y cumplir con sus obligaciones en el mismo. 5. Apoyar la ejecución de los procesos de diseño y producción, de acuerdo al proceso y procedimientos 	

establecidos.

6. Identificar, recibir y gestionar las necesidades del personal en todos los niveles.
7. Ejecutar el proceso de selección y contratación de personal asegurando el cumplimiento del perfil de cargo necesario
8. Proponer, ejecutar, actualizar y hacer seguimiento a los programas anuales de Inducción y Re inducción, bienestar, capacitación, evaluación y mejoramiento de competencias laborales.
9. Tramitar todas las situaciones administrativas del talento humano.
10. Atender situaciones de emergencia o enfermedades del personal.
11. Identificar y suplir las necesidades de bienestar social, seguridad y salud en el trabajo.
12. Proponer, ejecutar y administrar el programa de incentivos, estímulos y planes de compensación de acuerdo a los criterios establecidos dentro del programa.
13. Identificar las necesidades, planear y coordinar la administración de los recursos físicos y logísticos, de bienes y servicios, con criterios de economía, eficiencia y productividad, velando por la provisión oportuna de los mismos.
14. Apoyar la elaboración y ejecutar el plan de compras administrativas y el plan de acción de la dependencia a su cargo y presentar los informes que sean solicitados.
15. Hacer seguimiento al estado de los recursos físicos
16. Apoyar la búsqueda, contratación y seguimiento a proveedores.

Tabla 20. Manual de funciones operarios de producción

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo:	OPERARIO DE PRODUCCIÓN
Nivel del cargo:	Operativo.
Número de cargos:	Tres (3).
Jefe inmediato :	Jefe de diseño y producción
Subordinados:	Ninguno
OBJETIVO DEL CARGO	
Planear y coordinar las actividades del área de producción, así como resolver los asuntos que requieran su intervención, con el fin de velar por el oportuno cumplimiento de los objetivos organizacionales.	
PERFIL DEL CARGO	
Educación:	Técnico o tecnólogo.

Formación:	Experiencia demostrada en orfebrería y creación de diseños de accesorios para elaboración artesanal.
Entrenamiento o inducción para el cargo:	Inducción detallada de las diferentes áreas de la empresa, así mismo, cada una de las responsabilidades inherentes al cargo ocupado.
Experiencia laboral:	Dos (2) años en cargos similares.
Competencias personales:	Planificación, organización, responsabilidad, autoconfianza, proactividad, trabajo en equipo, comunicación asertiva, habilidades manuales y sociales y, confidencialidad.
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseñar joyas utilizando una diversidad de programas y técnicas computarizados, incluyendo modelado 3D, diseño asistido por computadora (CAD), construcción 3D y otros programas afines. 2. Crear y fabricar joyas preciosas y semipreciosas, tales como anillos, broches, prendedores, zarcillos, pendientes, brazaletes y medallones utilizando diversidad de materiales. 3. Utilizar una amplia gama de materiales para diseñar y crear accesorios para el cuello, las manos, las orejas, las manos y los pies. 4. Hacer el montaje, grabado, colocar piedras y pulir las distintas piezas. 5. Reparar y valorar las joyas. 6. Reunirse con el cliente para discutir sus requerimientos. 7. Estar al corriente de las últimas tendencias. 	

Tabla 21. Manual de funciones del vendedor

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo:	VENDEDOR
Nivel del cargo:	Operativo.
Número de cargos:	Tres (3).
Jefe inmediato :	Jefe de diseño y producción
Subordinados:	Ninguno
OBJETIVO DEL CARGO	
Planear y coordinar las actividades del área comercial, así como resolver los asuntos que requieran su intervención, con el fin de velar por el oportuno cumplimiento de los objetivos organizacionales.	
PERFIL DEL CARGO	

Educación:	Profesional en administración de empresas, con especialización en marketing, logística.
Formación:	Recibe información general de la empresa, así mismo, cada una de las responsabilidades inherentes al cargo ocupado.
Entrenamiento o inducción para el cargo:	Inducción detallada de las diferentes áreas de la empresa, así mismo, cada una de las responsabilidades inherentes al cargo ocupado.
Experiencia laboral:	Dos (2) años en cargos similares.
Competencias personales:	Planificación, organización, responsabilidad, autoconfianza, proactividad, trabajo en equipo, comunicación asertiva, habilidades manuales y sociales, y confidencialidad.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

8. Planificar y organizar programas especiales de venta y comercialización basados en el estado de las ventas y la evaluación del mercado.
9. Fijar las listas de precios y los porcentajes de descuento, los presupuestos para campañas de promoción de ventas, los métodos de venta, y los incentivos y campañas especiales.
10. Establecer y dirigir los procedimientos operativos y administrativos relativos a las actividades de ventas y comercialización.
11. Dirigir y gestionar las actividades del personal de ventas y comercialización.
12. Planificar y dirigir el trabajo diario.
13. Establecer y gestionar presupuestos, controlar los gastos y asegurar la utilización eficiente de los recursos.
14. Controlar la selección, formación y rendimiento del personal.
15. Representar a la empresa u organización en convenciones de ventas y comercialización, ferias de muestras y otros foros.
16. Marcar los objetivos a cumplir por todo el equipo comercial y de ventas.
17. Resolver problemas comerciales y de marketing.
18. Concretar los canales comerciales de la empresa u organización, su estructura, tamaño y rutas.
19. Elaborar previsiones de ventas conjuntamente con otros departamentos de la empresa.

Tabla 22. Manual de funciones del personal de aseo

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo:	PERSONAL DE ASEO
Nivel del cargo:	Operativo.
Número de cargos:	Uno (1).
Jefe inmediato :	Jefe de diseño y producción
Subordinados:	Ninguno
OBJETIVO DEL CARGO	
Planear y coordinar las actividades del área de limpieza, así como resolver los asuntos que requieran su intervención, con el fin de velar por el oportuno cumplimiento de los objetivos organizacionales.	
PERFIL DEL CARGO	
Educación:	Bachiller, técnico o tecnólogo.
Formación:	Prestar servicios de actividades de control, vigilancia y mantenimiento, cumpliendo con el perfil y habilidades que se requieren..
Entrenamiento o inducción para el cargo:	Inducción detallada de las diferentes áreas de la empresa, así mismo, cada una de las responsabilidades inherentes al cargo ocupado.
Experiencia laboral:	Dos (2) años en cargos similares.
Competencias personales:	Planificación, organización, responsabilidad, autoconfianza, proactividad, trabajo en equipo, comunicación asertiva, habilidades sociales, y confidencialidad.
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Barrer, fregar y trapear los pisos. De igual forma, dependiendo del programa de limpieza que se esté llevando a cabo, debe realizarse el encerado de los mismos. 2. Vaciar las cestas de basura o papeleras; Asimismo, ubicar las bolsas de con los residuos en el sitio de recolección. 3. Realizar la correspondiente limpieza en cada uno de los espacios del baño, desde el lavabo hasta los espejos y ventanas. 4. Mover y ordenar cada uno de los objetos que forman parte del mobiliario, en especial de sillas, mesas o muebles. 5. Limpieza general de áreas, como comedores o escaleras. 	

6. Módulo de Impacto Social, Económico y Ambiental

Uno de los pilares fundamentales de este proyecto es ser grandes contribuyentes en la generación de empleos, fomentar el desarrollo del comercio de la joyería artesanal en la ciudad de montería a través de la creación de una empresa de diseño, producción y comercialización de piezas hechas a mano.

En el ámbito social, se busca fortalecer y promover la diversidad cultural, a través de la implementación de técnicas artesanales ancestrales que se verán reflejadas en las creaciones de cada pieza fabricada por orfebres; los cuales serán capacitados continuamente en el arte de la joyería artesanal; con el propósito de preservar las costumbre y tradiciones ancestrales que durante años han sido un legado familiar y una práctica llena de cultura y sofisticación. De igual manera se garantizará la optimización del capital humano y se brindará una continua formación para la correcta implementación del trabajo; todo esto con el fin de responder ante las nuevas perspectivas de empleo y oportunidades laborales que permita suplir con las necesidades del sector de la joyería artesanal.

En lo ambiental, el propósito es evaluar medidas que conduzcan a la implementación y desarrollo de prácticas ambientales sostenibles, que permitan reducir la contaminación y malas prácticas que se emplean en la joyería artesanal; al no contar con todos los requerimientos de locación, insumos y herramientas que permiten llevar a cabo el trabajo.

7. Módulo Financiero

7.1. Inversiones

Tabla 23. Inversiones en Maquinaria y Equipo

Detalle de inversiones	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Vida útil (años)
Computador de Escritorio	5	\$ 2.500.000	\$ 12.500.000	5
Laminadoras	2	\$ 859.000	\$ 1.718.000	5
Sopletes	2	\$ 327.929	\$ 655.858	3
Prensas	2	\$ 55.000	\$ 110.000	5
Taladros	2	\$ 127.990	\$ 255.980	3
Motores para brillar	2	\$ 290.000	\$ 580.000	5
Cajón de joyero	3	\$ 660.000	\$ 1.980.000	2
Soplete fundidor	2	\$ 130.000	\$ 260.000	4
Percha de 12 ganchos	3	\$ 331.968	\$ 995.905	5
Máquina de galvanoplastia de barril	2	\$ 7.374.313	\$ 14.748.626	5
Impresora	2	\$ 600.000	\$ 1.200.000	5
Total			\$ 35.004.369	

Tabla 24. Inversiones en muebles y enseres

Detalle de inversiones	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Vida útil (años)
Aire acondicionado 12000 BTU	2	\$ 1.200.000	\$ 2.400.000	10
Calculadora	2	\$ 65.000	\$ 130.000	10
Teléfono Celular	2	\$ 1.100.000	\$ 2.200.000	2
Escritorio con archivador	5	\$ 750.000	\$ 3.750.000	10
Mesa de centro	1	\$ 400.000	\$ 400.000	10
Silla gerencial	5	\$ 300.000	\$ 1.500.000	10
Sofa de Oficina	1	\$ 400.000	\$ 400.000	10
Tablero en acrílico	1	\$ 360.000	\$ 360.000	10
Total			\$ 11.140.000	

Tabla 25. Inversiones en activos intangibles diferidos

Detalle Inversión	COSTO
Estudio de factibilidad	\$ 3.500.000
Gastos de organización	\$ 1.500.000
Imprevistos	\$ 1.000.000
Total Gastos Pre operativos	\$ 6.000.000

7.2. Costos Operacionales

Los costos operacionales están representados en los costos y gastos de funcionamiento en el primer año de operación del plan de negocios. Aquí se describen el costo de mano de obra, costo de prestación del servicio, los gastos en servicios públicos, gastos por depreciación, remuneración al personal administrativo, otros gastos administrativos y los gastos de ventas.

Tabla 26. Costos de mano de obra.

Costo mano de obra (primer año de operación)				
Cargo	Remuneración mensual	Remuneración anual	Prestaciones sociales	Costo total anual
Mano de obra directa				
Jefe de producción	\$ 2.000.000	\$ 24.000.000	\$ 12.319.200	\$ 36.319.200
Auxiliar producción	\$ 877.803	\$ 10.533.636	\$ 5.406.915	\$ 15.940.551
Subtotal	\$ 2.877.803	\$ 34.533.636	\$ 17.726.115	\$ 52.259.751
Mano de obra indirecta				
Director de ventas (1)	\$ 2.000.000	\$ 24.000.000	\$ 12.319.200	\$ 36.319.200
Subtotal	\$ 2.000.000	\$ 24.000.000	\$ 12.319.200	\$ 36.319.200
Total				\$ 88.578.951

Tabla 27. Costos de prestación del servicio.

Productos	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Costos directos de producción			
Calibrador	1	\$ 35.000	\$ 35.000
Argollero	1	\$ 15.700	\$ 15.700
Lámpara lupa	3	\$ 105.000	\$ 315.000
Tijeras	3	\$ 293.000	\$ 879.000
Alambre de bronce 0,7 mm 200gr	20	\$ 10.250	\$ 205.000
Lámina de bronce 0,5mm 400gr	40	\$ 16.800	\$ 672.000
Baño de oro amarillo 18 ct 1 cr	2	\$ 432.007	\$ 864.014
Sal para desengrase electrolítico	2	\$ 109.908	\$ 219.816
Laminador	1	\$ 859.000	\$ 859.000
		\$ -	\$ -
Subtotal costos directos de producción			\$ 4.064.530
Costos indirectos de producción			
Implementos e insumos	10	\$ 300.000	\$ 3.000.000
			\$ -
Subtotal costos indirectos de producción			\$ 300.000
Total			\$ 7.064.530

Tabla 28. Gastos en servicios públicos

(primer año de operación)				
Detalle servicios	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Energía	Kw/hora	12	\$ 400.000	\$ 4.800.000
Acueducto alcantarillado	M ³	12	\$ 80.000	\$ 960.000
Celular	Plan	12	\$ 45.000	\$ 540.000
Internet + telefonía	Plan	12	\$ 80.000	\$ 960.000
Total				\$ 7.260.000

Tabla 29. Gastos por depreciación

Activo	Vida útil estimada	Costo de activo	Valor depreciación anual					Valor residual
			1	2	3	4	5	
Computador de escritorio	5	\$ 12.500.000	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000	\$ -
Impresora	5	\$ 1.200.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ -
Aire acondicionado 12000 BTU	10	\$ 2.400.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 1.200.000
Calculadora	10	\$ 130.000	\$ 13.000	\$ 13.000	\$ 13.000	\$ 13.000	\$ 13.000	\$ 65.000
Teléfono celular	2	\$ 2.200.000	\$ 1.100.000	\$ 1.100.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Escritorio con archivador	10	\$ 3.750.000	\$ 375.000	\$ 375.000	\$ 375.000	\$ 375.000	\$ 375.000	\$ 1.875.000
Mesa de centro	10	\$ 400.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 200.000
Silla gerencial	10	\$ 1.500.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 750.000
Sofá de oficina	10	\$ 400.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 200.000
Tablero en acrílico	10	\$ 360.000	\$ 36.000	\$ 36.000	\$ 36.000	\$ 36.000	\$ 36.000	\$ 180.000
Total		\$24.840.000	\$ 4.734.000	\$ 4.734.000	\$ 3.634.000	\$3.634.000	\$ 3.634.000	\$ 4.470.000

Tabla 30. Remuneración de personal administrativo

Cargo	Remuneración mensual	Remuneración anual	Prestaciones sociales	Remuneración total
Gerente	\$ 3.000.000	\$ 36.000.000	\$ 18.478.800	\$ 54.478.800
Contador	\$ 2.200.000	\$ 26.400.000	\$ 13.551.120	\$ 39.951.120
Abogado	\$ 1.200.000	\$ 14.400.000	\$ 7.391.520	\$ 21.791.520
Secretaria ejecutiva	\$ 1.100.000	\$ 13.200.000	\$ 6.775.560	\$ 19.975.560
Total				\$ 136.197.000

Tabla 31. Otros gastos administrativos

Detalle	Unidad medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Elementos de aseo y cafetería	Global	12	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Industria y comercio	Unidad	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Útiles y papelería	Global	12	\$ 470.000	\$ 5.640.000
Total				\$ 9.040.000

Tabla 32. Gastos de ventas

(Primer año)			
Detalle	Valor mensual	Valor anual	Observaciones
Publicidad	\$ 700.000	\$ 8.400.000	
Total		\$ -	

Tabla 33. Amortización gastos diferidos

Activo intangible	Plazo amortización	Costo de activo	Valor amortización anual				
			1	2	3	4	5
Gastos pre operativos	5	\$ 6.000.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Total		\$ 6.000.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000

Tabla 34. Distribución de costos

Detalle	Costo	Tasa	Costos fijos	Costos variables
Costos de producción				
Mano de obra directa	\$ 52.259.751	100%		\$ 52.259.751
Mano de obra indirecta	\$ 36.319.200	100%	\$ 36.319.200	
Costos directos de Producción	\$ 4.064.530	100%		\$ 4.064.530
Costos indirectos de Producción	\$ 3.000.000	100%		\$ 3.000.000
Servicios públicos	\$ 7.260.000	100%		\$ 7.260.000
Gastos depreciación	\$ 4.734.000	100%	\$ 4.734.000	
Subtotal	\$ 107.637.481		\$ 41.053.200	\$ 66.584.281
Gastos administración				
Sueldos y prestaciones	\$ 136.197.000	100%	\$ 136.197.000	
Otros gastos administra	\$ 9.040.000	100%	\$ 9.040.000	
Amortización gastos diferidos	\$ 1.200.000	100%	\$ 1.200.000	
Subtotal	\$ 145.237.000		\$ 145.237.000	\$ -
Gastos de venta				
Publicidad	\$ 8.400.000	100%	\$ 8.400.000	
Subtotal	\$ 8.400.000		\$ 8.400.000	\$ -
Total	\$ 261.274.481		\$ 194.690.200	\$ 66.584.281

Tabla 35. Punto de equilibrio

Punto de Equilibrio	CFT	21.772.873,45	\$	194.690.200	230.852	un
	PVU - CVU	\$	115.448.386	843		

Costo de Venta Unitario	CVT			
	Q			
CVU	\$	66.584.281		
		285.523		
CVU	\$	233		
PVU =	CU +		CU X M	
			100-M	
CU	CT			
	Q			
CU	\$	261.274.481		
		285.523		
CU	\$	915		
			\$	307.381.742,78
PVU =	\$	1.077		

Teniendo en cuenta el resultado arrojado en el PVU, este se interpreta de la siguiente manera:

CORFEBRE sería un taller de joyería artesanal en la ciudad de Montería, este modelo de negocio obtendrá sus ingresos basados principalmente en las comisiones por adquirir de cada artículo o accesorio vendido. En ese orden de ideas, la mínima comisión que debe recibir la empresa por cada accesorio es de \$1.077, para mantener el punto de equilibrio, teniendo en cuenta la proyección de 285.523 paquetes al año.

7.3. Proyecciones Financieras Para el Período de Evaluación

Tabla 36. Programa de inversión fija del proyecto

Concepto	Años					
	0	1	2	3	4	5
Activos Fijos Tangibles						
Maquinaria y Equipos	\$ 35.004.369					
Muebles y Enseres	\$ 11.140.000					
Subtotal	\$ 46.144.369					
Activos Diferidos						
Gastos Pre operativos	\$ 6.000.000					
Subtotal	\$ 6.000.000					
Total Inversión Fija	\$ 52.144.369	\$ -				

Tabla 37. Cálculo del capital de trabajo

Costo de Operación Anual	
Costos de Producción	\$ 102.903.481
Gastos de Administración	\$ 144.037.000
Gastos de Venta	\$ 8.400.000
TOTALES	\$ 255.340.481

Tabla 38. Cálculo del capital diario

Costos de operación diarios	\$ 255.340.481	\$ 709.279
	360	

$$\begin{aligned} \text{Ict} &= \text{Cod} \times \text{ciclo operativo} \\ \text{Ict} &= \$ 21.278.373 \end{aligned}$$

Detalle	Años				
	0	1	2	3	4
Capital de trabajo	\$ 21.278.373	\$ 808.578	\$ 839.304	\$ 871.198	\$ 904.303

Tabla 39. Programa de inversión

Concepto	Años					
	0	1	2	3	4	5
Inversión fija	\$ 52.144.369					
Capital de trabajo	\$ 21.278.373	\$ 808.578	\$ 839.304	\$ 871.198	\$ 904.303	

Tabla 40. Valor residual activos

Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Activos de producción				\$ 4.470.000	
Subtotal activos de producción				\$ 4.470.000	
Valor residual capital de trabajo				\$ 24.701.757	
Total valor residual				\$ 29.171.757	

Tabla 41. Flujo neto de inversión

Concepto	Años					
	0	1	2	3	4	5
Inversión fija	\$ 52.144.369					
Capital de trabajo	\$ 21.278.373	\$ 808.578	\$ 839.304	\$ 871.198	\$ 904.303	
Valor residual						\$ 29.171.757
Inversiones	\$ 73.422.742	\$ 808.578	\$ 839.304	\$ 871.198	\$ 904.303	\$ 29.171.757

Tabla 42. Presupuesto de ingresos

Concepto	Años				
	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas	\$ 307.381.743	\$ 319.062.249	\$ 331.186.614	\$ 343.771.706	\$ 356.835.031
Total ingresos	\$ 307.381.743	\$ 319.062.249	\$ 331.186.614	\$ 343.771.706	\$ 356.835.031

Tabla 43. Presupuesto costos de producción

Índice de inflación	3,80%				
Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Costos directos					
Costos directos de producción	\$ 4.064.530	\$ 4.218.982	\$ 4.379.303	\$ 4.545.717	\$ 4.718.454
Mano de obra directa	\$ 52.259.751	\$ 54.245.622	\$ 56.306.956	\$ 58.446.620	\$ 60.667.591
Depreciación	\$ 4.734.000	\$ 4.734.000	\$ 3.634.000	\$ 3.634.000	\$ 3.634.000
Subtotal costos directos	\$ 61.058.281	\$ 63.198.604	\$ 64.320.259	\$ 66.626.337	\$ 69.020.046
Costos indirectos					
Costos indirectos de producción	\$ 3.000.000	\$ 3.114.000	\$ 3.232.332	\$ 3.355.161	\$ 3.482.657
Mano de obra indirecta	\$ 36.319.200	\$ 37.699.330	\$ 39.131.904	\$ 40.618.916	\$ 42.162.435
Servicios	\$ 7.260.000	\$ 7.535.880	\$ 7.822.243	\$ 8.119.489	\$ 8.428.029
Subtotal	\$ 46.579.200	\$ 48.349.210	\$ 50.186.480	\$ 52.093.566	\$ 54.073.121
Total	\$ 107.637.481	\$ 111.547.814	\$ 114.506.739	\$ 118.719.903	\$ 123.093.167

Tabla 44. Presupuesto de gastos de administración

Índice de inflación	3,80%				
Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Sueldos y prestaciones	\$ 136.197.000	\$141.372.486	\$ 146.744.640	\$152.320.937	\$ 158.109.132
Otros gastos de administración	\$ 9.040.000	\$ 9.383.520	\$ 9.740.094	\$ 10.110.217	\$ 10.494.406
Amortización	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Total	\$ 146.437.000	\$151.956.006	\$ 157.684.734	\$ 163.631.154	\$169.803.538

Tabla 45. Presupuesto de gasto de ventas

Índice de inflación	3,80%				
Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Publicidad	\$ 8.400.000	\$ 8.719.200	\$ 9.050.530	\$ 9.394.450	\$ 9.751.439
Total	\$ 8.400.000	\$ 8.719.200	\$ 9.050.530	\$ 9.394.450	\$ 9.751.439

Tabla 46. Presupuesto costos de producción

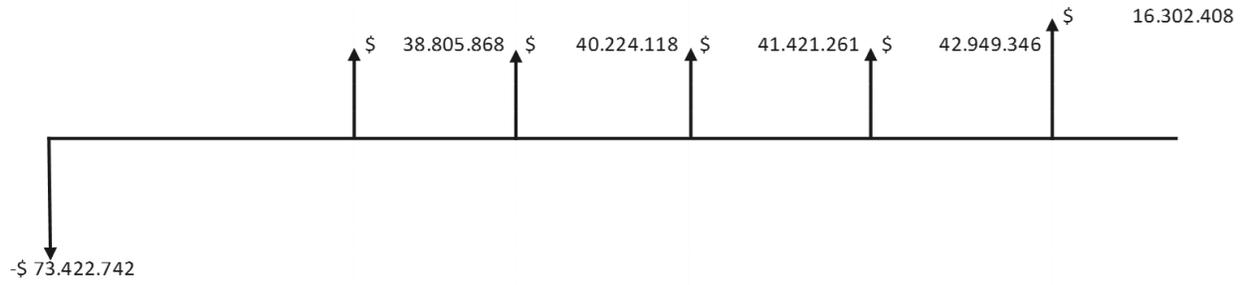
Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Costos de producción	\$ 107.637.481	\$ 111.547.814	\$ 114.506.739	\$ 118.719.903	\$ 123.093.167
Gastos de administración	\$ 146.437.000	\$ 151.956.006	\$ 157.684.734	\$ 163.631.154	\$ 169.803.538
Gastos de venta	\$ 8.400.000	\$ 8.719.200	\$ 9.050.530	\$ 9.394.450	\$ 9.751.439
Total costos operacionales	\$ 262.474.481	\$ 272.223.020	\$ 281.242.002	\$ 291.745.506	\$ 302.648.144

Tabla 47. Flujo neto de operación

Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Ingresos operacionales	\$ 307.381.743	\$ 319.062.249	\$ 331.186.614	\$ 343.771.706	\$ 356.835.031
Egresos operacionales	\$ 262.474.481	\$ 272.223.020	\$ 281.242.002	\$ 291.745.506	\$ 302.648.144
Utilidad operacional	\$ 44.907.261	\$ 46.839.229	\$ 49.944.612	\$ 52.026.199	\$ 54.186.887
Impuestos (22,2%)	\$ 11.226.815	\$ 11.709.807	\$ 12.486.153	\$ 13.006.550	\$ 13.546.722
Utilidad neta	\$ 33.680.446	\$ 35.129.422	\$ 37.458.459	\$ 39.019.649	\$ 40.640.165
Más depreciación	\$ 4.734.000	\$ 4.734.000	\$ 3.634.000	\$ 3.634.000	\$ 3.634.000
Más amortización	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Flujo neto de operación	\$ 39.614.446	\$ 41.063.422	\$ 42.292.459	\$ 43.853.649	\$ 45.474.165

Tabla 48. Flujo neto del proyecto

Detalle	Años					
	0	1	2	3	4	5
Flujo neto de inversión	\$73.422.742	\$ 808.578	\$ 839.304	\$ 871.198	\$ 904.303	\$ 29.171.757
Flujo neto de operación		\$ 39.614.446	\$ 41.063.422	\$ 42.292.459	\$ 43.853.649	\$ 45.474.165
Flujo neto del proyecto	-\$73.422.742	\$ 38.805.868	\$ 40.224.118	\$ 41.421.261	\$ 42.949.346	\$ 16.302.408



Gráfica 2. Gráfica de flujo de proyecto.

Tabla 49. Valores VPN y TIR

VPN:	\$ 76.722.503,18
TIR:	43%

8. Fuentes de Financiación

El plan de negocios para la creación de una empresa dedicada al diseño, fabricación y comercialización de joyería artesanal en la ciudad de Montería, será presentado en la unidad de emprendimiento de la Universidad de Córdoba para su análisis y así gestionar recursos para ponerlo en marcha. Además de lo mencionado anteriormente será presentado en las convocatorias del fondo emprender del SENA para solicitar recursos y llevar a cabo su implementación.

9. Conclusiones

El anterior estudio de factibilidad para la creación de una empresa permite concluir que la actividad se engloba en el sector de la proyección artesanal, tras haber realizado los estudios de financiación, mercado, administrativo, técnico y organizacional, a través del análisis de distribuidores y compradores, la oportunidad de negocio derivada del incremento en la demanda en productos orfebres y en el aumento de externalización de la logística en las PYMES, es viable en los aspectos evaluados.

El municipio de Montería, Córdoba, tiene un gran potencial para la oportunidad de negocio, debido a que, en la ciudad, la empresa existente que atiende este mercado objetivo es solo una y esta no cubre las necesidades de los clientes potenciales establecidos en la muestra.

Los resultados del módulo de mercado muestran la existencia de una demanda insatisfecha al ser la demanda actual mayor que la oferta actual en este mercado. Además, se evidenció en la aplicación de las encuestas una alta aceptación de los consumidores.

En el módulo técnico se estableció el tamaño óptimo de producción teniendo en cuenta factores como el mercado de consumo, la tecnología utilizada, el personal y los recursos financieros. Así mismo se determinó la localización óptima, la distribución en planta requerida y el proceso de producción de las artesanías orfebre.

En el módulo organizacional se definió la naturaleza jurídica, el direccionamiento estratégico, la estructura organizacional, los manuales de funciones y la imagen corporativa de la empresa.

En el módulo financiero se determinó que la inversión fija requerida año 1, es de \$47.144.369 COP, concluyendo que el monto base que se requiere para el análisis operativo anual es de \$ \$255.340.481 COP.

Los resultados de factibilidad se apoyan en el estudio financiero fue de una TIR del 46% estableciendo los parámetros que presupuesto de costos de producción de \$261.474.481 COP anual y el Valor Presente Neto de \$ 74.874.709,56 COP concluyendo que la tasa de factibilidad presenta un alto porcentaje, define la viabilidad de la creación de empresa de producción joyera.

10. Recomendaciones

De acuerdo con los resultados obtenidos en el estudio de factibilidad de la creación de empresa, se recomienda llevar a cabo el proceso de la creación de una empresa de producción de

joyería artesanal, teniendo en cuenta los resultados del análisis de mercado, financiero, ambiental y organizacional.

El municipio de Montería debería focalizar el apoyo pequeños empresarios del sector artesanal, que permitan visibilizar los artistas locales.

Realizar alianzas comerciales que brinden a la empresa mayor vinculación en diversos sectores regionales y nacionales, promoviendo la distribución de los productos y materia prima local de calidad.

El municipio de Montería presenta dentro de sus planes de desarrollo el apoyo a empresas locales con un enfoque de empleabilidad y desarrollo de sectores menores de la región, considerando la producción joyera como una gran alternativa para el desarrollo de estas estrategias.

Crear espacios para escuchar a los clientes y a la comunidad en general sobre aspectos a mejorar, para incorporar nuevas ideas que concuerden con el mercado cambiante en la actualidad.

Generar una política de publicidad en plataformas digitales que abarquen a mayor público, por medio de portafolios de servicios y estrategias de mercado dinámicas que motiven a la digitalización empresarial.

Se recomienda vincular autoevaluaciones internas para mejorar los productos y servicios ofertados, evaluando el desempeño de las funciones y el papel de los miembros del equipo.

Finalmente, se recomienda a las instituciones universitarias de la región seguir fomentando la creación de empresas en el departamento, lo cual favorece la económica local y potencializa el talento y la mano de obra.

11. Bibliografía

Alberti, P., Rivera, M., Mendoza, M., & Vásquez, V. (2021). La artesanía como producción cultural susceptible de ser atractivo turístico en Santa Catarina del Monte, Texcoco.

Scielo, 11. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/conver/v15n46/v15n46a10.pdf>

Alvarez, C., & Urbano, D. (2012). Factores del entorno y creación. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/290/29021992002.pdf>

Archivo General de la Nación. (2012). Circular externa, núm. 005. *Archivo General de la Nación-Colombia*. Obtenido de www.archivogeneral.gov.co/sites/all/themes/nevia/PDF/Transparencia/CIRCULAR_05_DE_2012.pdf

Artesanías de Colombia. (2016). *Colombia Artesanal: Filigrana, joyas con inspiración*.

Obtenido de https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/colombia-artesanal-filigrana-joyas-con-inspiracion_8093

Bustos, C. (2009). La producción artesanal. *Vision gerencial*, 57-59. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545880009.pdf>

DANE. (2018). Obtenido de Censo Nacional de Población y Vivienda -CNPV-: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>

- DANE. (2018). Censo nacional de población y vivienda 2018.
- Departamento Nacional de Planificación. (2006). Agenda Interna Sectorial. *Sector Artesanal*.
Obtenido de www.dnp.gov.co/archivos/documentos/AI_Documentos/artesanias.pdf
- Fenalco. (2015). *Análisis económico sobre el sector joyero en Colombia*. Obtenido de
<http://www.fenalco.com.co/node/185>
- Graña, F. (2002). Creación de Empresas: Factores asociados al éxito emprendedor en cinco ciudades argentinas. *Martín*. Obtenido de <https://core.ac.uk/reader/11676820>
- Guhl, E. (1950). *Geografía y Demografía de Colombia*. Obtenido de
https://www.sogeocol.edu.co/documentos/008_02_geo_y_demo_de_col.pdf
- Ley. (2008). El término de duración, si éste no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido. 1258.
- Montería, A. d. (2019). Disponible en: www.monteria.gov.co.
- ProColombia. (2018). *Manual de joyería y bisutería*. Obtenido de
https://procolombia.co/sites/default/files/joyeriybisuteria_26feb.pdf
- Sotomayor, M. (2017). *Apertura de una sucursal de Duppla en el centro comercial Viva Sincelejo, ciudad de Sincelejo*. Bogotá: Tesis de grado, Especialización en gerencia. Universidad Externado de Colombia.
- Urgiles, M., & Vintimilla, M. (2010). *Evolución de la joyería artesanal en la ciudad de Cuenca en la segunda mitad del siglo XX*. Obtenido de Trabajo de investigación, Licenciatura en Historia y Geografía. Universidad Estatal de Cuenca:
<http://dspace.ucuenca.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/1990/1/thg390.pdf>

Vásquez, M. (2018). *La corrosión El peor de los villanos cuando dominan los metales*. Obtenido de ISBN 978-987-4440-21-1

Anexos

Anexo A. Formato de encuesta.

	UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA	FECHA: 21-
	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA AL DISEÑO, FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JOYERÍA ARTESANAL EN LA CIUDAD DE MONTERÍA	10-2020 VERSIÓN: 01

ENCUESTA PARA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

OBJETIVO DEL PROYECTO

Determinar la factibilidad para la creación de una empresa dedicada al diseño, fabricación y comercialización de joyería artesanal en la ciudad de Montería.

OBJETIVO DE LA ENCUESTA

Recolectar información sobre gustos, preferencias y expectativas de las personas al momento de comprar joyería artesanal en la ciudad de Montería.

INDICACIONES

Con el fin netamente académico, queremos conocer la dinámica del mercado de la joyería artesanal y sus oportunidades en la ciudad. Le pedimos de manera muy cordial, colaborarnos con el diligenciamiento de la siguiente encuesta, dando respuesta de forma específica con una X en la opción que considere correcta. La encuesta no tardará más de CINCO (5) minutos. De antemano, agradecemos su apoyo.

PREGUNTAS

1. Su edad está entre:

15 y 24 años 25 y 34 años
35 y 44 años 45 años o más

2. ¿Dentro de los accesorios que usted compra, adquiere artículos de joyería artesanal?

Sí No

3. Al momento de comprar sus joyas prefiere que sean de:

Oro Joyería Artesanal
Plata Bisutería

4. ¿Cuál es el tipo de accesorio de joyería artesanal que usted compra con más frecuencia?

Anillos Collares Pulseras
Aretes Relojes Otros

5. ¿Cuándo fue la última vez que compró joyas artesanales?

Hace una semana Hace menos de una semana
Hace un mes Hace más de un mes

6. ¿Cuál es el precio promedio que usted suele pagar en una sola compra de accesorios de joyería artesanal?

Menos de \$20.000 Entre \$40.0000 y \$60.000
Entre \$20.000 y \$40.000 Más de \$60.0000

7. ¿Cuántas unidades de producto de joyería artesanal compra usted al momento de realizar ésta?

De 1 a 3 De 7 a 9 De 13 a 15
De 4 a 6 De 19 a 12 Más de 15

8. ¿Cada cuánto tiempo compra accesorios de joyería artesanal?

Una vez al mes Trimestralmente
Dos o más veces al mes Semestralmente

9. ¿Qué canal de distribución utiliza usted para comprar joyas artesanales?

Páginas de venta on line Centros Comerciales
Tiendas de accesorios En la calle

10. Al momento de comprar un accesorio de joyería artesanal, ¿Qué es lo primero que tiene en cuenta sobre el producto?

El Precio La Calidad Que sólo me guste
El Diseño La Marca La procedencia

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!