

UNIVERSIDAD DE LA SABANA  
INSTITUTO DE POSTGRADOS- FORUM  
**RESUMEN ANALÍTICO DE INVESTIGACIÓN (R.A.I)**

No	VARIABLES	DESCRIPCIÓN DE LA VARIABLE
1	NOMBRE DEL POSTGRADO	Especialización en Finanzas y Negocios Internacionales
2	TÍTULO DEL PROYECTO	Plan de Negocio: Importadora y Comercializadora de Bisutería Vanguardista en Bucaramanga
3	AUTOR(es)	Martha Liliana Duarte Rueda Laura Catalina Orostequi Pinilla
4	AÑO Y MES	2014 - Septiembre
5	NOMBRE DEL ASESOR(a)	Siabatto Perez Alba Janneth
6	DESCRIPCIÓN O ABSTRACT	<p>Descripción: El concepto de Bisutería Vanguardista se refiere a todo tipo de accesorio divertido, versátil y sofisticado, se realiza con materias primas que como: tela, canutillo, plástico, cuero, acero y otros materiales. Su uso es diario y está dirigido a todo tipo de mercado sin distinguir edad.</p> <p>Aprovechar los acuerdos comerciales suscritos por Colombia, para obtener oportunidades de mercado. La oferta de Bisutería Colombiana representa la cultura ancestral y artesanal del país. Para el trabajo en curso se propone importar un tipo de bisutería diferente a la que se le llama: Bisutería Vanguardista. El desarrollo del Plan de Negocio, busca determinar la oportunidad de crear empresa para la importación y comercialización de bisutería vanguardista.</p> <p>La Empresa Victoria Estilo S.A.S será una Importadora y comercializadora de Bisutería de diferentes países. Inicialmente se ha realizado contacto comercial con proveedores de varios países, como: Estados Unidos, Tailandia y China. Con los productos en su domicilio los comercializa en la ciudad de Bucaramanga y su Área Metropolitana: Girón, Floridablanca, y Piedecuesta. Su Oficina y Bodega de ubica en Bucaramanga Calle 65 # 49 – 23 Casa 5.</p> <p>Es una empresa que como objetivo tiene la obtención de riqueza, alineada con valores corporativos como el respeto hacia sus empleados, clientes y proveedores, su filosofía de vida es humanista y busca que en todas sus acciones se proteja el medio ambiente.</p> <p>Description: The Avant-Garde Jewelry concept refers to all kinds of accessories, fun, versatile and sophisticated made by raw materials such as fabric, beading, plastic, leather, steel and other materials. It is in daily use and is aimed at all market without distinguishing age.</p> <p>We want to take advantage of trade agreements for Colombia, for market opportunities. Dining Country Jewellery and craft represents the ancestral culture. For work in progress we propose a different type of import jewelry which is called: Avant-Garde Jewelry. The development of the Business Plan, seeks to determine the opportunity to create business for the import and marketing of cutting edge jewelery.</p> <p>The Company will be a SAS Style Victoria Importer and distributor of jewelery from different countries. Initially contact was made with commercial suppliers from various countries like USA, Thailand and China. With products in their homes, which are sold in the city of Bucaramanga and Metropolitan Area: Girón, Floridablanca, and Piedecuesta. Her office and winery located in Bucaramanga Calle 65 # 49-23 Home 5.</p> <p>It is a company that has objective to obtain wealth, corporate values such as respect for its employees, customers and suppliers, their life philosophy is humanistic and seeks in all his actions will protect the environment.</p>
7	PALABRAS CLAVES	Bisutería Vanguardista; Tiendas Especializadas; Marca Propia; Acuerdos Comerciales; y Negociación DDP
8	SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECE EL PROYECTO	Sector comercio
9	TIPO DE ESTUDIO	Plan de Negocios
10	OBJETIVO GENERAL	Desarrollar un plan de negocio para la ejecución de una empresa importadora y comercializadora de accesorios de bisutería vanguardista en Bucaramanga y su Área Metropolitana.
11	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar un estudio de mercados a tiendas especializadas para conocer el comportamiento del sector de la joyería en Bucaramanga e identificar el mercado potencial</li> <li>• Realizar un estudio de mercados dirigido al consumidor final para identificar el comportamiento de compra y preferencias del mismo y desarrollar estrategias de comercialización como valor agregado.</li> <li>• Presupuestar y definir la metodología del negocio para evaluar la efectividad del proyecto que se plantea.</li> <li>• Identificar y analizar los posibles proveedores y su oferta identificando los requerimientos de los potenciales clientes.</li> <li>• Evaluar los diferentes aspectos de comercio exterior para crear estrategias de comercialización internacional para suplir el mercado objetivo regional.</li> <li>• Desarrollar un plan de mercados que facilite la ejecución del proyecto en caso de encontrarse viable.</li> <li>• Iniciar compras en el primer año en Bisutería Vanguardista equivalentes al 0,5% del total de importaciones de Bisutería realizadas por Colombia en el año 2013, estableciendo vínculos comerciales fuertes, con proveedores de Tailandia, China y Estados Unidos.</li> <li>• Penetrar en el Mercado logrando un primer contacto con el 30% de las Tiendas Especializadas registradas ante la Camará de Comercio de Bucaramanga.</li> </ul>
12	RESUMEN GENERAL	<p>Las empresas Colombianas que hacen parte de la cadena productiva de la joyería de metales, piedras preciosas y bisutería, se han visto enfrentadas a limitaciones que abarca el sector, entre las cuales se encuentran informalismo empresarial, ausencia de mano de obra calificada, falta de inversión en tecnología, altos costos logísticos y falta de apoyo económico. Sin embargo dichas limitaciones no han sido obstáculo para el aumento tanto de exportaciones e importaciones colombianas, especialmente en Bisutería - clasificada con la partida arancelaria 7117-. Es así que aprovechar los acuerdos comerciales suscritos por Colombia, se convierten en pieza clave para los empresarios en obtener oportunidades de mercado. En este caso importar para luego comercializar bisutería vanguardista.</p> <p>El desarrollo del Plan de Negocio, busca determinar la oportunidad de crear empresa para la importación y comercialización de bisutería vanguardista, posicionándola en el mercado de la Capital de Santander inicialmente. Durante la realización del mismo, se espera definir la viabilidad y factibilidad de la idea, mediante estudios de: mercadeo y comercialización; técnico, económico, financiero, administrativo y legal. Por lo anterior, la oportunidad de crear un canal distribuidor de este tipo de accesorios impulsa la idea de negocio que se plantea en este proyecto académico, donde la accesibilidad por precio y calidad, y estar inmersos en el mundo de la moda y sus tendencias, hacen que la bisutería vanguardista sea una opción en poder vestir accesorios en el día a día. Con el objetivo de conocer el comportamiento actual del mercado de bisutería en Bucaramanga y su área metropolitana, se desarrollan dos estudios de mercados para los dos segmentos principales y de interés, tiendas especializadas y consumidor final, que en este módulo se tienen en cuenta para el respectivo análisis de la estrategia de mercadeo. Se establecen las estrategias respectivas para la Mezcla de Mercados. En el estudio Técnico se realiza una breve descripción del Servicio, con pilares establecidos. Se realiza primer contacto con los proveedores escogidos: Estados Unidos, China y Tailandia y se selecciona la bisutería vanguardista a ofertar. Finalmente, en el estudio económico y financiero se hacen las proyecciones de los estados financieros, de ventas y capital de trabajo. En el Legal se dan las bases de la creación de la empresa con su personería jurídica. Y para terminar se encuentran las conclusiones y la bibliografía a utilizar.</p>
13	CONCLUSIONES.	<p>: La realización de este Plan de Negocios, ha sido una base importante para determinar la diferenciación de la empresa, frente a la alta competencia que tiene el sector de la Moda de Accesorios. Establecer los valores y evidenciar la necesidad del mercado para la creación de Victoria Estilo.</p> <p>El plan de Negocios ha demostrado que el Mercado de Bucaramanga y su área Metropolitana se encuentra abierto a nuevas opciones que le ofrezca el mercado con nuevos proveedores de Bisutería siempre que se cuente con mejores precios, con una oferta de productos diferenciadora y con un servicio cercano ya que actualmente los proveedores de la región se ubican geográficamente en las ciudades de Bogotá y Medellín.</p> <p>El registrar una Marca Propia y un Empaque diferenciador, son elementos fundamentales que hace parte de la estrategia de mercadeo integral del Plan de Negocios propuesto para convertirse en una apuesta real y competitiva para la región.</p>

<p>14 FUENTES BIBLIOGRÁFICAS</p>	<p>Bibliografía.</p> <p>Alibaba. (s.f.). ALIBABA. Bisutería China. . Recuperado el febrero de 2014, de &lt;<a href="http://www.alidaba.com/">http://www.alidaba.com/</a>&gt;</p> <p>Arboleda Velez, German (2013 - Segunda Edición). Proyectos – Identificación Formulación Evaluación. Colombia.. Alfa Omega Grupo Editor.</p> <p>Artesanías de Colombia. (s.f.). Canales de Comercialización. Recuperado el febrero de 2014, de &lt;<a href="http://www.artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/General/template_index.jsf">http://www.artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/General/template_index.jsf</a>&gt;</p> <p>Banco de la Republica (1998- Segunda Edición). Introducción al Analisis Economico – El Caso Colombiano. Colombia.. Siglo del Hombre Editores.</p> <p>Banco de la República. (2014). Banco Central de Colombia. Indicadores Económicos: Meta de Inflación. Actualizado a Mayo 06 de 2014. Recuperado el mayo de 2014, de &lt;<a href="http://www.banrep.gov.co/">http://www.banrep.gov.co/</a>&gt;</p> <p>BBVA Research. (2011). Análisis Económico. Informe País Colombia, Bogotá. Recuperado el febrero de 2014, de &lt;<a href="http://www.bbvaresearch.com/KETD/fbin/mult/2011_Informe_pais_colombia_tcm346-276061.pdf?ts=1142014">http://www.bbvaresearch.com/KETD/fbin/mult/2011_Informe_pais_colombia_tcm346-276061.pdf?ts=1142014</a>&gt;</p> <p>BBVA Research. (2011). Análisis Económico. Informe País Colombia Bogotá. Recuperado el febrero de 2014, de &lt;<a href="http://www.bbvaresearch.com/KETD/fbin/mult/2011_Informe_pais_colombia_tcm346-276061.pdf?ts=1142014">http://www.bbvaresearch.com/KETD/fbin/mult/2011_Informe_pais_colombia_tcm346-276061.pdf?ts=1142014</a>&gt;</p> <p>Camara de Comercio de Bucaramanga. (s.f.). Consulta de Homonomía. Recuperado el 10 de agosto de 2014, de &lt;<a href="http://www.camaradirecta.com/index_oficina.php?ld_Master=11&amp;ld_Division=1&amp;ld_Secciones=21&amp;ld_Subseccion=1&amp;Tip_Secccion=1&amp;Op">http://www.camaradirecta.com/index_oficina.php?ld_Master=11&amp;ld_Division=1&amp;ld_Secciones=21&amp;ld_Subseccion=1&amp;Tip_Secccion=1&amp;Op</a>&gt;</p> <p>Chow Tai Fook. (2014). Promotion Colletion Jewellery Launches “Reflections of Siem” . Recuperado el julio de 2014, de &lt;<a href="http://www.chowtaifook.com/en/node/29465">http://www.chowtaifook.com/en/node/29465</a> &gt;</p> <p>Circulo Colombiano de Joyerías. (s.f.). Asociación de Joyeros. . Recuperado el julio de 2014, de &lt;<a href="http://www.circulocolombianodejoyerias.org/">http://www.circulocolombianodejoyerias.org/</a>&gt;</p> <p>Compite 360. (s.f.). Portal de Información Económico y financiero. Recuperado el febrero de 2014, de &lt;<a href="http://www.compitem360.com">http://www.compitem360.com</a>&gt;</p> <p>Consejo Privado de Competitividad. (2013-2014). Informe Nacional de Competitividad 2013 – 2014. Recuperado el 13 de julio de 2014, de &lt;<a href="http://www.compitem.com.co/site/informe-nacional-de-competitividad-2013-2014/">http://www.compitem.com.co/site/informe-nacional-de-competitividad-2013-2014/</a>&gt;</p> <p>DANE. (2010). Comunicado de Prensa – Producto Interno Bruto – Cuarto Trimestre y Total Anual 2009 Colombia.[Publicación Virtual]. Bogotá D.C. Marzo . Recuperado el febrero de 2014, de &lt;<a href="http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletinas">http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletinas</a>&gt;</p> <p>DANE. (2011). Boletín de Prensa No. 4. Producto Interno Bruto – Cuarto Trimestre y Total Anual 2011 Colombia. [Publicación Virtual]. Bogotá D.C. 24 de marzo . Recuperado el 20 de febrero de 2014, de &lt;<a href="http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/bo">http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/bo</a>&gt;</p> <p>DANE. (28 de abril de 2014). Mercado Laboral: Principales Resultados a Marzo de 2014. Recuperado el mayo de 2014, de &lt;<a href="http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/pres_web_ech_larga_mar_14.pdf">http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/pres_web_ech_larga_mar_14.pdf</a>&gt;</p> <p>En Colombia. (21 de agosto de 2007). Joyerías en Colombia. Recuperado el febrero de 2014, de &lt;<a href="http://www.encolombia.com/vida-estilo/moda/joyerias/joyerias/">http://www.encolombia.com/vida-estilo/moda/joyerias/joyerias/</a>&gt;</p> <p>frambuesa joyería. (s.f.). Joyería y accesorios. Recuperado el febrero de 2014, de &lt;<a href="http://www.frambuesajoyeria.com/es/index">http://www.frambuesajoyeria.com/es/index</a>&gt;</p> <p>Gerencie.com. (s.f.). Camara de Comercio de Bogotá. Guía Constitución de una S.A.S . Recuperado el 03 de agosto de 2014, de &lt;<a href="http://www.gerencie.com/guia-para-la-constitucion-de-una-sociedad-por-acciones-simplificada-sas.html">http://www.gerencie.com/guia-para-la-constitucion-de-una-sociedad-por-acciones-simplificada-sas.html</a>&gt;</p> <p>Leon Garcia, Oscar (1999). Administracion Financiera – Fundamentos y aplicaciones. Colombia.. Prensa Moderna Impresores S.A.</p> <p>LA CEPAL. (2014). Balance Económico Actualizado de América Latina y el Caribe 2013. Abril 2014. Recuperado el 13 de Julio de 2014, de &lt;<a href="http://www.cepal.org/publicaciones/xml/7/52697/BalanceEconomicoAct">http://www.cepal.org/publicaciones/xml/7/52697/BalanceEconomicoAct</a>&gt;</p> <p>La Republica. (Diciembre de 2012). ANDI. Informe. Colombia: Balance 2012 y perspectivas 2013. Recuperado el febrero de 2014, de &lt;<a href="http://www.larepublica.co/sites/default/files/larepublica/andi.pdf">http://www.larepublica.co/sites/default/files/larepublica/andi.pdf</a>&gt;</p> <p>LEGISCOMEX. (21 de agosto de 2007). Joyería y Bisutería en Colombia. Recuperado el febrero de 2014, de &lt;<a href="http://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/estudio_joyeriacol.pdf">http://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/estudio_joyeriacol.pdf</a>&gt;</p> <p>Mendez, Rafael (2012 – Séptima Edición). Formulación y Evaluación de Proyectos. Icontec Internacional.</p> <p>Ministerio de Hacienda y Crédito Público. (junio de 2013). Marco Fiscal de Mediano Plazo 2013. Recuperado el febrero de 2014, de &lt;<a href="http://www.minhacienda.gov.co/portal/pls/portal/docs/1/11486602.PDF">http://www.minhacienda.gov.co/portal/pls/portal/docs/1/11486602.PDF</a>&gt;</p> <p>Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (s.f.). Acuerdos vigentes. Recuperado el febrero de 2014, de &lt;<a href="http://www.tlc.gov.co/publicaciones.php?id=5398">http://www.tlc.gov.co/publicaciones.php?id=5398</a>&gt;</p> <p>Ministerio de Trabaj. (2010). Ley 1429 de 2010. Recuperado el 9 de agosto de 2014, de &lt;<a href="file:///C:/Users/usuario/Downloads/ley_1429_de_2010.pdf">file:///C:/Users/usuario/Downloads/ley_1429_de_2010.pdf</a>&gt;.</p> <p>Proexport Colombia. (2011). Colombia, País de Oportunidades. [Publicación Virtual]. Septiembre . Recuperado el febrero de 2014, de &lt;<a href="http://www.proexport.com.co/sites/default/files/Colombia_Pa%C3%ADs_de_Oportunidades_Septiembre_2011.pdf">http://www.proexport.com.co/sites/default/files/Colombia_Pa%C3%ADs_de_Oportunidades_Septiembre_2011.pdf</a>&gt;</p> <p>Sapag, Chain Nassir y otro. Preparación y Evaluación de Proyectos. Santafé de Bogotá.. The Mc Graw Hill 2000.</p> <p>Sites.Google. (s.f.). Organización Empresarial. . Recuperado el 02 de julio de 2014, de &lt;<a href="https://sites.google.com/site/organizacionempresarial2/1-organigrama-y-manual/1-1-tipos-de-organigrama/organigrama-circular">https://sites.google.com/site/organizacionempresarial2/1-organigrama-y-manual/1-1-tipos-de-organigrama/organigrama-circular</a> &gt;</p> <p>Trademap. (s.f.). Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Colombia. Recuperado el 01 de julio de 2014, de &lt;<a href="http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx">http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx</a>&gt;</p> <p>Tanishq. (s.f.). Titan Company. Recuperado el julio de 2014, de &lt;<a href="http://tanishq.co.in/control/viewContent?contentId=hot-collections&amp;nodeTrailCsv=hot-collections&amp;setType=Tanishq">http://tanishq.co.in/control/viewContent?contentId=hot-collections&amp;nodeTrailCsv=hot-collections&amp;setType=Tanishq</a>&gt;</p> <p>Vanguardia Liberal. (30 de septiembre de 2013). Así se define el estrato de los predios en Bucaramanga. Recuperado el febrero de 2014, de &lt;<a href="http://www.vanguardia.com/santander/bucaramanga/227315-asi-se-define-el-estrato-de-los-predios-en-bucaramanga">http://www.vanguardia.com/santander/bucaramanga/227315-asi-se-define-el-estrato-de-los-predios-en-bucaramanga</a>&gt;</p> <p>William J, Michael J, Bruce J, Stanton, Etzel, Walter (2007- Decimocuarta edición). Fundamentos de Marketing. Mexico DF.. The Mc Graw Hill.</p> <p>Zalora Malaysia. (s.f.). Accessories Women. Obtenido de &lt;<a href="http://www.zalora.com.my/women/accessories/ezra/?noWT=1">http://www.zalora.com.my/women/accessories/ezra/?noWT=1</a>&gt;</p>
----------------------------------	---