

## RESUMEN ANALÍTICO DE INVESTIGACIÓN (R.A.I)

### ORIENTACIONES PARA SU ELABORACIÓN:

El Resumen Analítico de Investigación (RAI) debe ser elaborado en Excel según el siguiente formato registrando la información exigida de acuerdo la descripción de cada variable. Debe ser revisado por el asesor(a) del proyecto. EL RAI se presenta (quema) en el mismo CD-Room del proyecto.

No.	VARIABLES	DESCRIPCIÓN DE LA VARIABLE
1	NOMBRE DEL POSTGRADO	Especialización en Finanzas y Negocios Internacionales
2	TÍTULO DEL PROYECTO	ESTUDIO DE VIABILIDAD DE GENERACIÓN DE UNA EMPRESA DISEÑADORA Y COMERCIALIZADORA DE BOLSOS DE CUERO EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA
3	AUTOR(es)	Castillo Gómez Sonia Milena, Garcia Carrillo Laura Viviana, Jiménez Valbuena Daysi Alejandra
4	AÑO Y MES	2014-MAYO
5	NOMBRE DEL ASESOR(a)	Felix David Lozano Monroy
6	DESCRIPCIÓN O ABSTRACT	<p>Los bolsos son un elemento esencial para la mujer por lo cual cada producto requiere de diferentes especificaciones en cuanto a tamaño, colores y texturas, con diseños atractivos, llamativos e innovadores.</p> <p>El Plan de Negocio presenta el desarrollo de una idea de negocio de creación de una empresa diseñadora y comercializadora de bolsos partiendo del diseño creativo y la cuidadosa selección de cueros y herrajes, pasando por una manufactura de calidad y comercializando un producto exclusivo que refleja la oferta diferenciadora de la empresa.</p> <p>Bags as accessories play an integral role for today's woman, each with its own personality. Size, colours, textures allow for eye-catching innovate designs to be created.</p> <p>The outlined business plan proposes targeting today's women, in designing and trading handbags. The creation of a signature brand will be complimented by a careful selection of leather and fittings, ensuring a high quality in manufacturing. in doing so the company will create its competitive edge in marketing its unique bags.</p>
7	PALABRAS CLAVES	Plan de Negocio, Marroquinería, Cuero, bolsos
8	SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECE EL PROYECTO	Manufactura
9	TIPO DE ESTUDIO	Plan de Negocio
10	OBJETIVO GENERAL	Realizar el diagnóstico de viabilidad para la creación de una empresa comercializadora de bolsos de cuero, en la ciudad de Bucaramanga
11	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Efectuar un análisis del entorno de la empresa, para estudiar el macro entorno económico, político, social y legal, así como el micro entorno relacionado con la demanda, la oferta y el ciclo de vida de la misma.</li> <li>• Elaborar el estudio de mercadeo para diseñar estrategias que permitan una buena definición y entrada al mercado, aceptación del producto por parte de los clientes y un excelente posicionamiento de marca y análisis de la competencia.</li> <li>• Desarrollar el estudio técnico en el cual se definen los diseños de los bolsos y se contrata la fabricación de los mismos.</li> <li>• Elaborar el estudio financiero para determinar cómo se financiará la empresa, incluyendo los métodos de financiación, la situación económica inicial del proyecto. Así como la definición de los costos variables, los costos fijos, el punto de equilibrio, las necesidades de capital y la determinación de los precios.</li> <li>• Construir el estudio administrativo, para que de esta forma puedan definirse la misión, la visión, las políticas generales, los objetivos y estrategias generales y funcionales de la empresa.</li> <li>• Efectuar el diagnóstico general de viabilidad de la organización propuesta.</li> </ul>

12	<b>RESUMEN GENERAL</b>	<p>El Plan de Negocio presenta el desarrollo de una idea de negocio de creación de una empresa diseñadora y comercializadora de bolsos partiendo del diseño creativo y la cuidadosa selección de cueros y herrajes, pasando por una manufactura de calidad y comercializando un producto exclusivo que refleja la oferta diferenciadora de la empresa.</p> <p>Partiendo de la idea de negocio y los objetivos se realiza el diagnóstico de viabilidad del plan de negocio mediante el análisis del entorno de la empresa, un estudio de mercado basado en la encuesta practicada a 180 mujeres de los estratos 4, 5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga, para definir el posicionamiento de la marca y análisis de la competencia, posteriormente se desarrolla el estudio técnico y administrativo, para concluir con el análisis financiero que nos muestra la viabilidad de la empresa.</p>
13	<b>CONCLUSIONES.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vie en Rose es una marca innovadora, ya que ofrece un factor agregado respecto a la competencia, quienes manejan precios, materiales y diseños similares y es la línea personalizada de bolsos, en la que cada cliente puede escoger las características de su producto, en cuanto a materiales y forma, basados en un modelo de muestra.</li> <li>• El proyecto es viable en la ciudad de Bucaramanga, dado que está generando suficiente rentabilidad, la cual cubre el costo de las fuentes de financiación que provienen a través de las deudas con terceros y con los mismos accionistas, ya que arroja una TIR del 45%.</li> <li>• La empresa muestra liquidez suficiente, ya que es posible cancelar sus deudas a corto plazo con los activos a corto plazo y la mayor parte del total de sus activos corresponden al disponible.</li> <li>• Los primeros años del proyecto son financiados con recursos de terceros, pero a medida que pasa el tiempo el endeudamiento financiero disminuye y los activos de la empresa pasan a ser financiados con las utilidades de los accionistas, lo cual mejora la capacidad de endeudamiento frente a las entidades financieras, para aprovechar nuevas oportunidades de inversión en un momento dado.</li> <li>• La empresa demuestra unas razones de rentabilidad muy favorables, lo que indica la eficiencia de la operación de la compañía.</li> <li>• El proyecto muestra una viabilidad a largo plazo, dado a que durante los primeros años la empresa debe asumir los gastos financieros y el posicionamiento de la marca en el mercado.</li> <li>• Dado que la mayor parte de las importaciones de marroquinería en el 2013 provinieron de China, la empresa debe estar preparada para asumir la amenaza de esta fuerte competencia, pero de igual manera la compañía presenta la oportunidad de aprovechar los mercados internacionales, para vender sus productos y contrarrestar el impacto negativo que pueda generar este competidor.</li> </ul>
14	<b>FUENTES BIBLIOGRÁFICAS</b>	<p>DROZNES, Lazaro. Manual para un plan de Negocios, Argentina 2005 50 páginas.</p> <p>ACICAM (Enero – Marzo de 2011). Un 2010 Favorable. Revista del Cuero de Colombia (27), 39 páginas</p> <p><a href="http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&amp;view=article&amp;id=75&amp;Itemid=72">http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&amp;view=article&amp;id=75&amp;Itemid=72</a></p> <p><a href="http://www.acicam.org/documents/BalanceSectorial.pdf">http://www.acicam.org/documents/BalanceSectorial.pdf</a></p> <p><a href="http://www.mujierecco.com/General/InfoP101.aspx?opcion=0">http://www.mujierecco.com/General/InfoP101.aspx?opcion=0</a></p> <p><a href="http://www.cuero.net.com/glosario/glosariof.htm">http://www.cuero.net.com/glosario/glosariof.htm</a>.</p>