

ANEXO 1

CLASIFICACIÓN SEGÚN IMPORTANCIA DE APORTE

AL P.I.B. SEGÚN ACTIVIDAD

TIPO DE ACTIVIDAD	P.I.B. PROMEDIO (Años: 2008-2012)	LUGAR QUE OCUPA
Construcción.	9.18	1
Servicios de la administración pública.	6.74	2
Establecimientos financieros, seguros, bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas.	5.79	3
Electricidad, luz y agua.	5.58	4
Industrias manufactureras.	5.06	5
Extracción de minas y canteras.	4.69	6
Transporte, almacenamiento y comunicaciones.	4.65	7
Comercio.	4.36	8
Servicios comunales, sociales, personales y domésticos.	2.91	9
Restaurantes y hoteles	2.25	10
Agricultura, silvicultura caza y pesca	1.58	11

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO 2

INFORME ECONÓMICO DE VENTAS

EMPRESA: “BIJOU DE AURORA”

A continuación se refleja las ventas desde el mes de junio de la gestión 2011, fecha en la cual inicio sus actividades la empresa.

INFORME DE VENTAS

(Expresado en bolivianos)

MES	GESTIÓN 2011	GESTIÓN 2012	GESTIÓN 2013
Enero	-	20.350	22.680
Febrero	-	23.734	23.030
Marzo	-	19.180	21.800
Abril	-	20.223	20.910
Mayo	-	23.050	20.100
Junio	7.875	25.580	19.980
Julio	8.230	26.705	19.115
Agosto	8.550	26.997	18.834
Septiembre	12.985	25.230	-
Octubre	13.220	24.810	-
Noviembre	12.980	23.990	-
Diciembre	22.210	23.010	-

Firma

Gerente propietaria “BIJOU DE AURORA”

Ing. Aurora Arce

ANEXO 3

ENTREVISTA A PROFUNDIDAD CON LA GERENTE PROPIETARIA DE LA EMPRESA “BIJOU DE AURORA”

La presente entrevista a profundidad fue dirigida a la Gerente Propietaria Ing. Aurora Arce Irahola, con el propósito de identificar si la empresa “Bijou de Aurora” cuenta un Plan de Marketing formal y escrito, además si cuenta con la identificación de factores de posicionamiento.

La presente entrevista estará dirigida únicamente a la propietaria de la empresa ya que la misma es la única que toma decisiones en la organización, y tiene como uno de los objetivos coadyuvar a probar la hipótesis planteada en la presente investigación.

1. Si tuviera que describir al mercado actual en una palabra, ¿cuál sería?

Bueno, yo considero que el mercado actual es: exigente.

2. ¿Cómo describiría a los clientes que compran sus productos?

Bueno, yo considero que mis clientes son mujeres exigentes y de quince años para adelante.

3. ¿Cómo definiría a la actividad que usted realiza como empresaria?

Yo considero que mi actividad está relacionada con la joyería debido a que realizo la venta tanto joyas de plata como joyas de bisutería y algunos materiales para el armado de joyas.

4. ¿Ha recibido algún tipo de comentarios de los clientes acerca del negocio?

Sí, en algunas ocasiones...

¿Cuáles?

Que tenemos bonitas joyas, que el ambiente es agradable y a veces se quejan de que no les atendemos rápido.

5. ¿Por qué medios da a conocer sus productos?

Eventualmente lo hice por medios televisivos y en alguna oportunidad asistimos a la feria del Exposur, asimismo en una ocasión tuve una cobertura con la revista “Ultra”.

¿O sea que ya no tiene anuncios en la televisión?

Por el momento no lo considero necesario.

6. ¿La empresa cuenta con algún eslogan?

No, porque no lo considero innecesario ya que la marca que tengo creo que es suficiente para diferenciarse de mis competidores.

7. ¿La empresa realiza algún tipo de promoción de ventas?

No, simplemente cuando inauguramos la tienda y solo fue por una semana con el objetivo de que nos compraran más.

8. ¿Realiza capacitaciones periódicas al personal de ventas de la empresa?

Solamente cuando las contrato.

¿Por qué?

Porque como ando ocupada atendiendo a mis clientes no tengo tiempo para hacerlo.

9. ¿Usted cuenta con procedimientos formales y escritos para mejorar sus ventas o algún tipo de plan por escrito?

No, no creo que sea de mucha importancia tener todo por escrito.

10. ¿Cuenta con algún tipo de tecnología de atención al cliente?

Tecnología de última generación...no tenemos, simplemente mis vendedoras cuentan con una calculadora de bolsillo que les facilita el cálculo del monto de dinero de las cantidades que compran los clientes.

11. ¿Realiza incentivos a corto plazo para fomentar la compra de sus productos?

En algunas ocasiones realizo descuentos a mis clientes más frecuentes.

12. ¿Cuenta con algún material promocional para la empresa?

Así es, por el momento sólo tengo tarjetas de presentación.

13. ¿Qué aspectos y características del negocio destaca en sus tarjetas de presentación?

Detalles como el nombre de la empresa, los tipos de joyas que vendo, el teléfono de la tienda, correo electrónico y la dirección.

14. ¿La empresa utiliza Redes Sociales para dar a conocer sus productos?

No, la verdad es que no me gusta la publicidad por internet.

15. ¿Cómo determina los precios de sus productos?

Me baso fundamentalmente en los precios de la competencia, y actúo en base a esa información.

¿Cómo consigue esa información?

En ocasiones mando a mis empleadas a comprar productos de mis competidores y así, es como me entero de sus precios.

16. ¿Cómo considera los precios de la competencia?

Yo creo que sus precios son altos.

17. ¿Varía su oferta de productos según los tipos de clientes que recibe?

No, los productos que ofrezco son para todas las mujeres por igual.

18. ¿Qué métodos utiliza para posicionarse en el mercado?

Considero que la publicidad actual que tengo es un método ideal para posicionarme en el mercado.

19. ¿Los productos que oferta a qué tipo de consumidores está dirigido?

Como ya le mencioné, nuestros productos van dirigidos a mujeres de quince años adelante aunque en muy raras ocasiones vienen hombres a comprar para sus novias, madres, hermanas, sobrinas...en fin para ocasiones especiales que ellos consideran necesario.

20. ¿Sus productos los vende al detalle o al por mayor?

Sólo al detalle.

¿Utiliza intermediarios en la venta de sus productos?

No, ya que aún no lo considero necesario.

21. ¿Usted realiza indagaciones sobre las preferencias de los clientes de manera periódica?

No, porque como soy mujer creo poder entender lo que mis clientas desean en cuestión de joyas.

Que interesante. ¿Podría decirnos más al respecto?

Si, para serle sincera yo realicé una Investigación de Mercados en el año 2009 y no la volví a realizar hasta el día de hoy por falta de tiempo.

ANEXO 4

Cuestionario

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA "JUAN MISAEL SARACHO"/FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
Carrera de Administración de Empresas

Nº Encuesta: _____

La encuesta que se presenta a continuación tiene como finalidad recopilar información sobre el interés de las consumidoras en la compra de artículos de joyería, para llevar a cabo una investigación con fines estrictamente académicos. Los datos obtenidos serán tratados de forma confidencial y seguros de contar con su ayuda, realizaremos las siguientes preguntas.

POR FAVOR MARQUE CON UNA "X" LA(S) RESPUESTA(S) QUE CONSIDERE CONVENIENTE.

1. ¿Ud. usa joyas de plata o de bisutería?

1.1. SI [] 1.2. NO []

Si su respuesta fue SI, continúe con las preguntas; si su respuesta fue NO fin del cuestionario.

2. ¿Qué tipo de joyas compra?

Marque las opciones que sean necesarias

2.1. Juegos [] 2.2. Anillos [] 2.3. Cadenas []
2.4. Manillas [] 2.5. Aros [] 2.6. Dijes []
2.7. Piercing []

3. ¿Ud. compra joyas de plata?

3.1. Sí [] 3.2. NO []

¿Cuántas veces al año?

Marque sólo una opción

3.3. 1 a 2 veces [] 3.4. 3 a 4 veces [] 3.5. 5 o más veces []

4. ¿Ud. compra joyas de bisutería?

4.1. SI [] 4.2. NO []

¿Cuántas veces al mes?

Marque sólo una opción

4.3 1 a 3 veces [] 4.4. 4 a 7 veces [] 4.5. 8 o más veces []

5. ¿Ud. compra materiales para armar sus propias joyas?

5.1. Sí [] 5.2. NO []

¿Cuáles?

5.3. Material de bisutería [] 5.4. Material de plata [] 5.5. Ambos []

¿Cuántas veces al mes compra los materiales señalados?

Marque sólo una opción

5.6. 1 a 6 veces [] 5.7. 7 a 12 veces [] 5.8. 13 o más veces []

6. ¿Dónde compra sus joyas?

Marque sólo una opción

6.1. En mercados [] 6.2. En la calle [] 6.3. En internet []
6.4. En joyería [] 6.5. En ferias []

7. ¿Dónde prefiere comprar sus joyas?

Marque sólo una opción

7.1. En mercados [] 7.2. En la calle [] 7.3. En internet []
7.4. En joyería [] 7.5. En ferias []

8. ¿Cuál de los siguientes medios de comunicación es de su mayor preferencia?

Marque sólo una opción

8.1. Radio [] 8.2. Televisión [] 8.3. Internet []
8.4. Periódico [] 8.5. Revistas [] 8.6. Celular []

9. De los siguientes aspectos, ¿cuáles son más importantes para Ud. cuando sale de compras?

Marque sólo una opción

- 9.1. Atención al cliente [] 9.2. Promociones [] 9.3. Información []
9.4. Disponibilidad [] 9.5. Asesoramiento []

10. Cuándo Ud. compra joyas ¿para qué lo hace?

Marque sólo una opción

- 10.1. Para obsequio [] 10.2. Para uso personal [] 10.3. Para revenderlas []

11. ¿Cuáles son sus ingresos mensuales?

- 11.1. 500 a 1200 bs. []
11.2. 1201 a 1600 bs. []
11.3. 1601 a 2200 bs. []
11.4. 2201 o más. []

12. ¿A cuál de las siguientes alternativas asigna mayor cantidad de sus ingresos mensuales?

Marque sólo una opción

- 12.1. Educación []
12.2. Vestimenta []
12.3. Alimentación []
12.4. Transporte []
12.5. Diversión []
12.6. Estatus []

13. ¿Generalmente cuánto gasta cuando adquiere joyas?

- 13.1. De 1 a 49 Bs. []
13.2. De 50 a 99 Bs. []
13.3. De 100 o más []

14. ¿Ud. conoce la joyería "Bijou de Aurora"?

- 14.1. Sí [] 14.2. NO []

15. De las siguientes joyerías ¿Cuál es de su mayor preferencia?

- 15.1. Rommanel []
15.2. Jacar Joyas []
15.3. Mary Cruz Joyas y Bijoutería []
15.4. Queens []
15.5. Ninguna []
15.6. Otras (mencione): _____

16. De los siguientes atributos, indique cuál es de mayor importancia para Ud.

Marque sólo una opción

- 16.1. Precio []
16.2. Calidad del producto []
16.3. Disponibilidad []
16.4. Garantía []
16.5. Presentación []
16.6. Variedad []

OBSERVACIONES: _____

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!!!!

ANEXO 5

PROYECCIONES DE LA POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE TARIJA

GESTIÓN 2013

La siguiente tabla ha sido proyectada en base a la tasa media de crecimiento anual del 1.86 % desde la gestión 2001 al 2012, la misma que fue extraída del informe preliminar del Censo 2012, realizado por el Instituto Nacional de Estadística de Bolivia (INE).

Proyecciones según edad y sexo de la ciudad de Tarija															
			2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
CIUDAD TARIJA	Hombres	0-9 años	15352	15638	15928	16225	16526	16834	17147	17466	17791	18122	18459	18802	19152
		10-19 años	15708	16000	16298	16601	16910	17224	17545	17871	18203	18542	18887	19238	19596
		20-29 años	12944	13185	13430	13680	13934	14193	14457	14726	15000	15279	15563	15853	16148
		30-39 años	8097	8248	8401	8557	8716	8879	9044	9212	9383	9558	9736	9917	10101
		40-49 años	5897	6007	6118	6232	6348	6466	6586	6709	6834	6961	7090	7222	7357
		50-59 años	3564	3630	3698	3767	3837	3908	3981	4055	4130	4207	4285	4365	4446
		60-69 años	2008	2045	2083	2122	2162	2202	2243	2284	2327	2370	2414	2459	2505
		70-79 años	1156	1178	1199	1222	1244	1268	1291	1315	1340	1365	1390	1416	1442
		80-89 años	392	399	407	414	422	430	438	446	454	463	471	480	489
	90-99 años	71	72	74	75	76	78	79	81	82	84	85	87	89	
	Mujeres	0-9 años	14757	15031	15311	15596	15886	16181	16482	16789	17101	17419	17743	18073	18410
		10-19 años	16706	17017	17333	17656	17984	18319	18659	19006	19360	19720	20087	20460	20841
		20-29 años	14268	14533	14804	15079	15360	15645	15936	16233	16535	16842	17155	17474	17799
		30-39 años	9298	9471	9647	9827	10009	10195	10385	10578	10775	10975	11180	11388	11599
		40-49 años	6705	6830	6957	7086	7218	7352	7489	7628	7770	7915	8062	8212	8365
		50-59 años	4112	4188	4266	4346	4427	4509	4593	4678	4765	4854	4944	5036	5130
		60-69 años	2448	2494	2540	2587	2635	2684	2734	2785	2837	2890	2943	2998	3054
		70-79 años	1626	1656	1687	1718	1750	1783	1816	1850	1884	1919	1955	1991	2028
		80-89 años	541	551	561	572	582	593	604	615	627	639	650	663	675
90-99 años		133	135	138	141	143	146	149	151	154	157	160	163	166	

Fuente: Elaboración propia

Considerando una población estimada de 45.947 mujeres comprendidas entre los 20 y 69 años y mediante una prueba piloto en la cual se obtuvo una probabilidad del 80% que utilizan algún tipo de joyas y haciendo inferencia al total se obtuvo un total de 36.758 mujeres, las mismas que fueron consideradas como población objeto de estudio en la presente investigación.

ANEXO 6

MEJORA EN EL EMPAQUE Y ETIQUETA SUGERIDO



MEJORA EN EL EMPAQUE DE JOYAS DE PLATA Y ETIQUETA SUGERIDO



ANEXO 7

**MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MAYOR PREFERENCIA
DEL MERCADO META**

MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MAYOR PREFERENCIA	INGRESOS MENSUALES				Total
	500 a 1200 Bs.	1201 a 1600 Bs.	1601 a 2200 Bs.	2201 o mas	
Radio	2	8	20	6	36
Televisión	19	21	26	5	71
Internet	8	15	27	15	65
Periódico	1	0	2	2	5
Revista	4	4	8	0	16
Celular	9	5	9	3	26
TOTAL	43	53	92	31	219

ANEXO 8

MODELO DE PÁGINA DE INICIO DE INTERNET PROPUESTO

The screenshot shows a web browser window with the URL <http://www.bijoudea.com> and the page title www.bijoudeaurora.com.bo. The website has a dark theme with a green logo for 'Bijou de Aurora' and the tagline 'Calidad a tu alcance'. The main navigation menu includes 'Acerca de Nosotros', 'Nuestros productos', and 'Archivos Multimedia'. A dropdown menu for 'Nuestros productos' is open, listing: '*Joyería en Plata 925', '*Joyería en bisutería', '*Materiales en plata', and '*Materiales en Bisutería'. A mouse cursor is pointing at the 'Nuestros productos' button. Below the navigation, the page is categorized as 'Categoría: Joyas de Plata'. The central content area features a large image of a diamond ring and a matching bracelet, with a horizontal carousel of smaller jewelry items below. On the left side, there are buttons for 'Concursos', 'Promociones Especiales', and 'Lo mas nuevo!!', along with a small image of a person wearing colorful beaded jewelry and the text 'Lo más nuevo en materiales de bisutería y plata: ¡¡DESCÚBRELO!!'. On the right side, there are buttons for 'Foros', 'Noticias', and 'consejos de belleza y moda', along with two small images of women wearing jewelry. At the bottom, there are social media links for Facebook ('Síguenos en facebook') and YouTube. The Windows taskbar at the bottom shows various application icons and the system clock displaying 22:27.

http://www.bijoudea.com

www.bijoudeaurora.com.bo

Bijou de Aurora
Calidad a tu alcance

Acerca de Nosotros | **Nuestros productos** | Archivos Multimedia

- *Joyería en Plata 925
- *Joyería en bisutería
- *Materiales en plata
- *Materiales en Bisutería

EL DETALLE IDEAL EN PLATA

Categoría: Joyas de Plata

Concursos

Promociones Especiales

Lo mas nuevo!!

Lo más nuevo en materiales de bisutería y plata:
¡¡DESCÚBRELO!!

Síguenos en facebook | YouTube

Foros

Noticias

consejos de belleza y moda

ES 22:27

ANEXO 9

BANNER PROPUESTO

BENEFICIO EXCLUSIVO
EN TODOS LOS PRODUCTOS

10%
DE DESCUENTO

¡Síguenos en Facebook!

Bijou
de Aurora
Calidad a tu alcance

Joyas en:
*Plata 925
*Bisutería
Los mejores materiales

YouTube

ANEXO 10

BOTELLA DE AGUA PROMOCIONAL



TOALLAS PROMOCIONALES



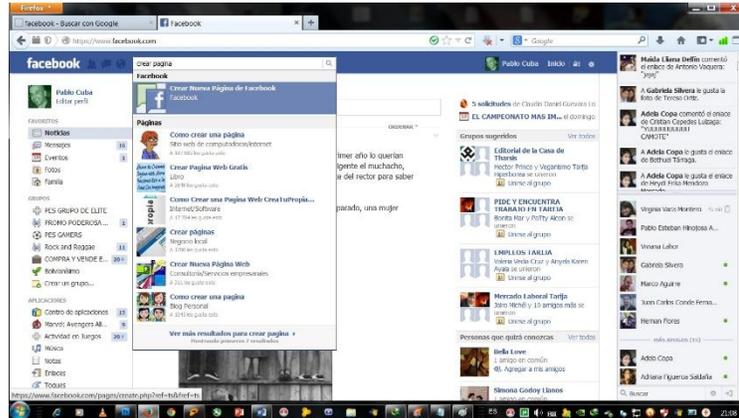
ESPEJO DE BOLSILLO PROMOCIONAL



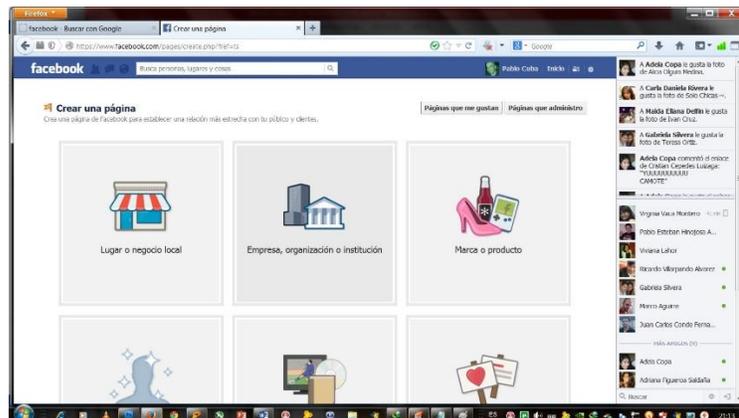
ANEXO 11

PASOS PARA CREAR UNA PÁGINA DE SEGUIDORES EN FACEBOOK

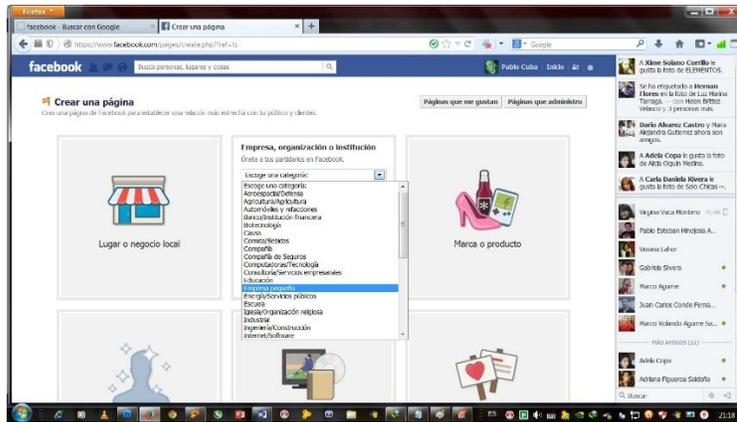
Paso N° 1



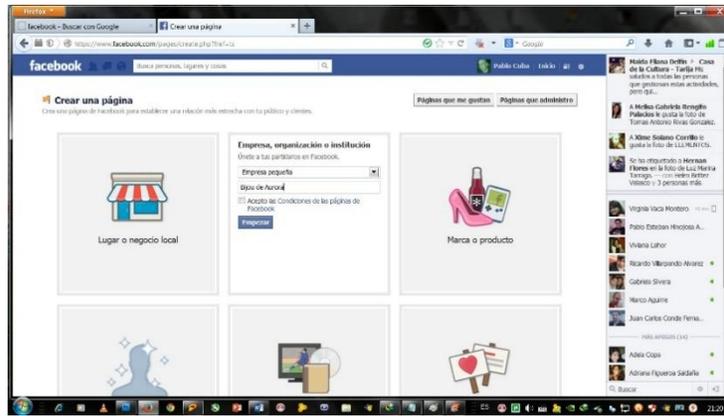
Paso N° 2



Paso N° 3



Paso N° 4



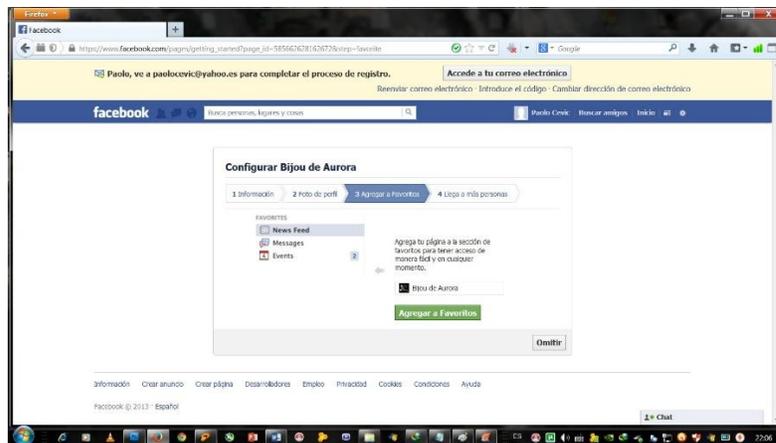
Paso N° 5



Paso N° 6



Paso N° 7



Como se pudo apreciar los siete pasos son muy intuitivos de realizar, ya que es el mismo servidor el que guía al usuario, convirtiéndose este medio en una poderosa herramienta para hacer negocio.

ANEXO 12

VOLANTE PROPUESTO



Descuento exclusivo!!
a nuestros fans en
facebook.UNETE YA!!

f **Síguenos**
en facebook

-10%
de descuento

Bijou
de Aurora
Calidad a tu alcance

Las joyas más finas en:

- * Plata 925
- * Bisutería

Y los mejores materiales

Dirección: Calle Daniel Campos Nº
571, entre la 15 de Abril y La Madrid
Página web:
www.bijoudeaurora.com.bo

ANEXO 13

LOGO ACTUAL



ESLOGAN PROPUESTO



ANEXO 14

ATRACTIVIDAD DEL MERCADO META

Puntos de vista optimista y pesimista:

- **Para joyas de plata:**

Mercado meta = $17368 \times 52\%$ (de 48/92) = 9031 personas que si compran joyas de plata en la ciudad.

$9031 \times 83\%$ (de 40/48) = 7495 personas que compran joyas de plata de 1 a 2 veces al año.

Aplicando punto de vista optimista:

$7495 \times 2 = 14990$ veces que compran joyas de plata al año.

Aplicando punto de vista pesimista:

$7495 \times 1 = 7495$ veces que compran joyas de plata al año

Tabla de contingencia: Compra de joyas de plata e Ingresos mensuales

Detalle		Ingresos mensuales				Total
		500 a 1200 Bs.	1201 a 1600 Bs.	1601 a 2200 Bs.	2201 o mas	
Compra de joyas de plata	SÍ	27	19	48	20	114
	NO	16	34	44	11	105
Total		43	53	92	31	219

Tabla de contingencia: Frecuencia de compra al año e Ingresos mensuales

Detalle		Ingresos mensuales				Total
		500 a 1200 Bs.	1201 a 1600 Bs.	1601 a 2200 Bs.	2201 o mas	
Frecuencia de compra al año	1 a 2 veces	20	16	40	14	90
	3 a 4 veces	6	2	5	6	19
	5 o más veces	1	1	3	0	5
Total		27	19	48	20	114

- **Para joyas de bisutería:**

Mercado meta = $17368 \times 82\%$ (de 75/92) = 14242 personas que si compran joyas de bisutería en la ciudad.

$14242 \times 53\%$ (de 40/73) = 7548 personas que compran joyas de bisutería de 4 a 7 veces al año.

Aplicando punto de vista optimista:

$7548 \times 7 = 52836$ veces que compran joyas de bisutería al mes.

Aplicando punto de vista pesimista:

$7548 \times 4 = 30192$ veces que compran joyas de bisutería al mes.

Tabla de contingencia Compra de joyas de bisutería e Ingresos mensuales

Detalle		Ingresos mensuales				Total
		500 a 1200 Bs.	1201 a 1600 Bs.	1601 a 2200 Bs.	2201 o mas	
Compra de joyas de bisutería	SÍ	40	50	75	26	191
	NO	3	3	17	5	28
Total		43	53	92	31	219

Tabla de contingencia Frecuencia de compra al mes e Ingresos mensuales

Detalle		Ingresos mensuales				Total
		500 a 1200 Bs.	1201 a 1600 Bs.	1601 a 2200 Bs.	2201 o mas	
Frecuencia de compra al mes	1 a 3 veces	27	22	32	14	95
	4 a 7 veces	12	25	40	11	88
	8 o más veces	1	3	3	1	8
Total		40	50	75	26	191

- **Para materiales de armado:**

Mercado meta = $17368 \times 29\% = 5037$ personas que si compran materiales de armado en la ciudad.

$5037 \times 76\%^* = 3828$ personas al mes que compran materiales de bisutería en la ciudad.

$5037 \times 24\%^** = 1209$ personas al mes que compran materiales de plata en la ciudad.

Operaciones auxiliares - Materiales de armado:

Ambos = 6 personas

De bisutería = $19 + 6 = 25/33 = 0.76^*$

De plata = $2 + 6 = 8/33 = 0.24^{**}$

Tabla de contingencia Compra de materiales para el armado de joyas e Ingresos mensuales

Detalle		Ingresos mensuales				Total
		500 a 1200 Bs.	1201 a 1600 Bs.	1601 a 2200 Bs.	2201 o mas	
Compra de materiales para el armado de joyas	SÍ	4	14	27	11	56
	NO	39	39	65	20	163
Total		43	53	92	31	219

Tabla de contingencia Tipo de material de compra e Ingresos mensuales

Detalle		Ingresos mensuales				Total
		500 a 1200 Bs.	1201 a 1600 Bs.	1601 a 2200 Bs.	2201 o mas	
Tipo de material de compra	Material de bisuteria	4	9	19	3	35
	Material de plata	0	1	2	2	5
	Ambos	0	4	6	6	16
Total		4	14	27	11	56

Para materiales de bisutería:

3828 x 56% (de 15/27) = 2144 personas al mes que compran materiales de bisutería de 1 a 6 veces en la ciudad.

Aplicando punto de vista optimista:

2144 x 6 = 12862 veces que compran materiales de bisutería al mes en la ciudad.

Aplicando punto de vista pesimista:

2144 x 1 = 2144 veces que compran materiales de bisutería al mes en la ciudad.

Para materiales de plata:

1209 x 56% (de 15/27) = 677 personas al mes que compran materiales de plata de 1 a 6 veces en la ciudad.

Aplicando punto de vista optimista:

677 x 6 = 4062 veces que compran materiales de plata al mes en la ciudad.

Aplicando punto de vista pesimista:

677 x 1 = 677 veces que compran materiales de plata al mes en la ciudad.

Tabla de contingencia Frecuencia de compra al mes e Ingresos mensuales

Detalle		Ingresos mensuales				Total
		500 a 1200 Bs.	1201 a 1600 Bs.	1601 a 2200 Bs.	2201 o mas	
Frecuencia de compra al mes	1 a 6 veces	1	9	15	5	30
	7 a 12 veces	3	5	11	6	25
	13 o más veces	0	0	1	0	1
Total		4	14	27	11	56

ANEXO 15

RENTABILIDAD COMERCIAL

A continuación se presentan datos tanto de los costos como de los ingresos de la empresa, dicha información ha sido proporcionada por la propietaria debido a que

Costo e ingreso estimado					
(Expresados en bolivianos)					
Detalle	Precio unitario	Cantidad mensual de ventas promedio	Costo por unidad de producto	Costo Total Mensual	Ingreso Total promedio mensual
JOYERÍA DE PLATA					
Anillos	120	6	78	468	720
Cadenas	80	7	52	364	560
Aros	65	12	42	504	780
Manillas	70	11	46	506	770
Dijes	45	8	29	232	360
Juegos	180	9	117	1053	1620
Total		53		3127	4810
JOYERÍA EN BISUTERÍA					
Anillos	35	55	22,75	1251,25	1925
Collares	50	50	32,5	1625	2500
Aros	20	80	13	1040	1600
Manillas	35	49	22,75	1114,75	1715
Llaveros	30	42	19,5	819	1260
Juegos	100	35	65	2275	3500
Total		311		8125	12500
MATERIALES PARA EL ARMADO DE JOYAS SEGÚN SU TIPO					
Materiales en plata					
En gramos	30	61	19,5	1185,5	1830
Sub-total		61		1185	1830
Materiales en bisutería					
En tira	20	110	13	1430	2200
Sub-total		110		1430	2200
En gramos	0,2	7000	0,13	910	1400
Sub-total		7000		910	1400
Total				3525	4030
Total costo e ingreso estimado				14777	21340

carece de registros contables precisos:

Fuente: Elaboración Propia

Cálculo del Beneficio - Costo

Nº	Detalle	Monto	Nº de meses	Total
1	Ingreso mensual.	21340	12	256080
2	Costo mensual.	14777	12	177324
	Beneficio/ Costo (1/2)			1.44

Fuente: Elaboración Propia

El resultado obtenido muestra que anualmente existe una rentabilidad de 44 centavos por cada boliviano invertido.