



Proyecto: Marroquinería “lekure”

Betty Erazo

Yeison Fares Aguilar

Instagram: @ Lekure15

Creación de Empresas II

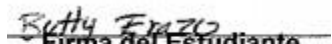
Corporación Unificada De Educación Superior Cun

16.nov.20

Compromisos del autor

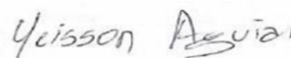
Yo Betty Aurora Erazo, identificado con C.C 27.488.432 y estudiante del programa Académico Administración de Empresas declaró que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico ya administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.


Firma del Estudiante
27.488.432.

Yo Yeisson Fares Aguiar Silva, identificado con C.C 1.110.513.312 y estudiante del programa Académico Administración de Empresas declaró que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico ya administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.



FIRMA

Tabla de contenido

Introducción	5
1. Objetivos	6
2. Idea de negocio.....	7
2.1 Análisis del entorno	8
<i>Figura # 2 Método Foda</i>	9
2.2 Amenaza de entrada de nuevos competidores.	9
3. Marcas que han incursionado.....	10
3.1 La rivalidad entre los competidores	10
4. Innovación.....	10
4.1 Propuesta de valor.....	11
5. marketing mix.	11
5.1 Producto	11
6. Presentación de Marca	11
7. Precio.....	12
7.2 venta.....	12
8. Portafolio.....	13
8.1 Marketing De Distribución.....	14
9 Estrategia De Comunicación.....	15
10 Marketing Digital.....	17
11. Estrategias De Marketing Digital.....	18
Redes sociales	19
12. Campañas	19

Fotos de campaña.....	20
13. marketing digital.	21
14. Macro localización y micro localización.	22
Estudio Técnico	22
Estimación de tamaño óptimo.....	24
Costos/ Maquinaria Requerida.....	25
Materiales Requeridos para la elaboración.	28
Plantilla De PMV	30
Ficha Técnica Del Producto.....	31
Conclusiones	33
Bibliografía	34

Introducción

En esta última entrega, complementamos y corregimos trabajo de segunda entrega, proyecto de emprendimiento enfocado, a un modelo de negocio sostenible contribuyendo al desarrollo empresarial, con materiales reciclables contribuyendo al cuidado del medio ambiente. A lo largo del documento se llevaron a cabo diferentes análisis que contribuyen al fortalecimiento, organización y establecimiento de la idea de negocio, dentro de estos análisis están la identificación de necesidades de los clientes, métodos de innovación, gestión de marca, modelo de negocios marketing entre otros.

Poniendo en práctica, los recursos estratégicos que ofrece el curso, además haciendo uso de las herramientas digitales, y por último aplicando ubicación de producción del producto, materias primas, maquinaria, costos, utilidades. Ficha técnica del producto

1. Objetivos

1.1 Objetivo General

- Nuestro objetivo principal es validar nuestra idea de negocio, la producción de artículos en cuero con materiales reciclados personalizados
- Utilización de herramientas digitales.
- Poner en práctica los recursos de las temáticas de la 10 a 13

2.1 Objetivos Específicos.

- Validación de idea de negocio.
- Innovación
- Propuesta de valor.
- Modelo de negocio venta por internet.
- Marketing mix
- Estudio Técnico
- Campaña publicitaria,

2. Idea de negocio.

Nuestra idea de negocio se surge porque trabajé en una empresa donde se venden insumos y materias primas para la elaboración de artículos en cuero, sintéticos para la elaboración de calzado y maletines.

Unos de los problemas que se reflejan en el sector de comercio del Restrepo en Bogotá. Son los retales de cuero que quedan al finalizar una venta por pies de cuero. Los retales sobrantes de 1 a 5 cm, para las grandes peleterías son basura, la cual los recolectores, en muchas ocasiones no quieren llevar a los botaderos o depósitos. Hace algunos meses por cuestión de la pandemia realicé un curso de marroquinería en el Sena por internet. Aprendí a elaborar billeteras y monederos los cuales fueron fuente de ingresos, los materiales utilizados fueron retales que para la empresa en la cual trabajaba era basura para mí se convirtió en materia prima.

En esta materia con mi grupo de trabajo les comenté de mi emprendimiento y hemos trabajado y aplicado los recursos aprendidos sobre este proyecto. El cuero se caracteriza por sus altos estándares de calidad y su durabilidad. A continuación, se presentan algunos de los tipos de cuero más conocidos, que pueden ser observados en la figura 1, los cuales varían de acuerdo a la procedencia del animal y al tipo de proceso químico al que son sometidas las pieles.



Figura #1 Corresponde a tipos de cueros

2.1 Análisis del entorno.

Es un estudio del entorno genérico y específico del sector que permite identificar las oportunidades o amenazas del negocio, así como el mercado objetivo, nichos de mercado en los que se puede incursionar, entre otros. Para este análisis puede hacerse uso de la siguiente metodología:

Figura 2

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> • La empresa no cuenta con tecnologías de alto nivel para la fabricación o comercialización de artículos en cuero a gran escala. • El tiempo de entrega no es inmediato, pues se requiere de aproximadamente una semana para fabricar el producto de acuerdo a lo solicitado por el usuario. • Desconocimiento de la marca. 	<ul style="list-style-type: none"> • La empresa cuenta con mano de obra calificada para fabricar productos de excelente calidad que se ajusten a los requerimientos del usuario. • Se ofrece garantía del producto al ser de excelente calidad. • Fabricación del producto de acuerdo a las necesidades del cliente.

AMENAZA	OPORTUNID
<ul style="list-style-type: none"> . • Competidores internacionales con presencia nacional. • Precios muy bajos de productos sustitutos . • Mejor tiempo de entrega de los productos sustitutos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Existen pocas empresas dedicadas a la fabricación y comercialización de Artículos personalizados . • Existe un segmento en el mercado que aún no es atendido y requiere del producto.

Figura # 2 Método Foda

2.2 Amenaza de entrada de nuevos competidores.

Para crear una empresa de fabricación y distribución de artículos en cuero, se debe contar con bajo capital para adquirir la infraestructura, maquinaria, equipo y recursos humanos. Dentro de estos recursos, el acceso a la mano de obra para fabricar Artículos en cuero personalizado es más complejo, dado que este tipo de producto requiere de mucho trabajo y existe poco recurso humano calificado para el desarrollo de esta labor. Por lo tanto, existe una barrera de entrada para los que deseen incursionar en el mercado en cuanto a la mano de obra requerida.

3. Marcas que han incursionado.

- VELEZ
- MARIO HERNANDEZ
- BOSSI
- ARTESCUEROS
- RIVIERA.

3.1 La rivalidad entre los competidores.

Siguiendo la idea de negocio de la creación de una empresa que fabrique y comercialice artículos en cuero, personalizados, hoy en día son escasas las empresas dedicadas a esta labor en específico, por lo que, la rivalidad entre los competidores intersectoriales es baja

4. Innovación.

por ser productos elaborados con retales de cuero, sus diseños y combinación de colores hacen lucir un más llamativo, ideal para regalar en fechas especiales. A diferencia de nuestra competencia, un artículo ya viene con su respectiva marca, en nuestro caso nuestros clientes serán empresas y serán las que deciden el estampado y seleccionaran colores, diseños totalmente personalizados por nuestros clientes. Por ser un producto elaborado con material reciclable como lo es el retal de cuero, hace que el producto, sea de excelente calidad con variedad de diseños innovadores y a buen precio.

4.1 Propuesta de valor.

Se elaborarán artículos en cuero personalizados por nuestros clientes, por colores, tamaños, materiales, Nuestros clientes potenciales serán las empresas, a las cuales se ofrecerá el servicio de repujado, en monederos o billeteras, detalles que nuestros clientes quieran regalar a sus empleados, en ocasiones especiales como día del padre, día de la madre, día de la mujer o de navidad, productos en cuero con el logo de la empresa.

5. marketing mix.

5.1 Producto.

Artículos en cuero personalizado que atiende las necesidades del cliente en cuanto exclusividad, diseño, material, calidad o ciertas medidas podológicas que el usuario requiera. Cada artículo, monedero, billetera está fabricado de acuerdo a las medidas del usuario y con productos de la mejor calidad para garantizar la comodidad y durabilidad del producto. Además, existe la posibilidad de ofrecer accesorios adicionales como bolsos, correa, cartera, entre otros, que sean personalizados

6. Presentación de Marca



Nombre y logo de la Empresa.

Lema: Inspira.

Los colores escogidos por la empresa son el Negro representa la elegancia y el blanco glamur, después de revisar nuestro producto y el marketing del color y teniendo en cuenta lo que se quiere transmitir. Se determina que el color negro y blanco se adapta a nuestra idea de negocio ya que se quiere transmitir elegancia, y está muy acorde con el producto que queremos implementar, este color genera crecimiento y renovación que es la misión de la empresa. se busca transmitir sencillez, además de que el color blanco simboliza el inicio de las cosas, el cuidado por la salud. La combinación de estos colores va muy acorde con el producto que se busca introducir en el mercado.

7. Precio.

El precio estimado se establece de acuerdo a los diferentes diseños, características y materiales utilizados en su fabricación.

7.2 venta.

La venta se hará por medio de las redes sociales como Instagram y Facebook ya que son las más usadas para comercializar y hacer contacto con el cliente. Adicional a esto se hará uso de una página web en donde el usuario tendrá la posibilidad de elegir artículo de preferencia o crear su propio diseño a partir de la muestra de diferentes tipos de cuero, accesorios, entre otros. Allí, el cliente también podrá saber en tiempo real en qué punto del proceso está su pedido. Con el fin de acercarnos más al cliente, la página web, además de la información que puede brindar sobre el usuario, contará con un espacio en donde la opinión es importante y permitirá a la empresa. conocer sus preferencias o incluso sugerencias para así lograr superar expectativas de compra. Por

otro lado, como estrategia de promoción de la marca, se puede lograr fidelizar a los clientes mediante incentivos como descuentos por más de una compra o puntos acumulables para posteriores compras. También. Hace un punto de referencia la estética, la calidad de nuestros productos, eso logra que nuestros clientes soliciten o busquen nuestro producto.

8. Portafolio

BILLETERAS ESTANDAR Billeteras o carteras para mujer 100% en cuero de modelo estándar, en un solo tono con terminados ejecutivos. Puede ir repujado o marcado a petición del usuario. Valor \$ 25.000



BILLETERAS DE COLORES Billeteras de colores, 100% en cuero, de uso semi informal, para aquellas mujeres des complicadas, pero conservadores del estilo. Puede ir repujado o marcado con las iniciales del usuario. Valor



BILLETERAS PERSONALIZADAS Billeteras totalmente personalizadas con características del usuario, 100% hechas en cuero, con domicilio gratis a cualquier parte del país. Para personas que requieran impactar con su estilo único y característico, acorde a su personalidad. Valor \$ 50.000



ESTRATEGIA DE PRECIOS Actualmente dentro de la competencia de los productos de talabartería y de cuero, nos encontramos con que una billetera en cuero de una marca no reconocida para mujer oscila entre los \$40.000 a \$60.000 de una calidad aceptable y una billetera o cartera para dama de marcas reconocidas tales como (Vélez, Mario Hernández, Carolina Herrera, Bosi entre otras marcas) cuestan alrededor de \$100.000 a \$300.000. Acorde a nuestra producción se puede decir que algunos de nuestros costos de producción por un lote de 10 billeteras personalizadas las cuales serían las más costosas son: Materiales (retazos de cuero, hilo encerado, pegante, cremalleras o remaches)

Tabla 1

Mano de obra	\$ 40.000
Costo indirecto de fabricación CIF	\$ 30.000
Costo total unitario=	\$ 17.000

Tabla # 1 costos de fabricación

8.1 Marketing De Distribución

Lekure estará basada en un canal de distribución de Marketing Directo, en el cual no tendrá ningún tipo de intermediarios, se realizará por medio de ventas directas y concisas hacia el cliente, por medios digitales, ofertando en nuestras billeteras personalizadas 100% el envío totalmente gratuito a cualquier parte del país. Este sistema nos permitirá tener interacción directamente con el cliente y atender cualquier solicitud de mejora, la cual permitirá mantener mejora continua con nuestros procesos, para alcanzar un nivel superior de satisfacción de nuestros clientes.

9 Estrategia De Comunicación



Nuestra estrategia de comunicación se basa en una venta directa de forma digital, a través de nuestra página web y nuestras redes sociales. El voz a voz, En cuanto a nuestras redes sociales, se tiene una propuesta de contenidos o parrilla la cual tratara temas de diseños de billeteras, se replicaran en publicaciones e historias nuestro portafolio, tips para lucir de una forma muy casual, muy elegante o muy informal, siempre acompañados por nuestro accesorio de venta, una billetera o cartera, la cual hará ver un outfit diario muy completo y lleno de estilo, tendremos contenidos para los amantes del cuero y todo su proceso de producción, siempre respetando nuestros secretos de fabricación y teniendo en cuenta al usuario animalista. De igual nuestras redes sociales estarán entrelazadas con nuestra página web, para que el usuario tenga la posibilidad del acceso directo a su compra en línea.

Marketing Mix

<i>Estrategia</i>	Objetivo Smart	¿Cómo?	¿Quién?	¿Cuándo?	¿Dónde?	Valor
<i>Producto</i>	Cambiar la presentación de las billeteras en el último trimestre del año, con diseños para Halloween y navidad con accesorios imanados que se puedan despegar.	Se realizaran diseños exclusivos con figuras que se puedan adherir con imanes de buen magneto a los diseños de la billetera.	Se realizara en nuestra planta de producción.	Se realizara en el último trimestre del año, para aprovechar las fechas de Halloween y navidad.	Se va a realizar en la parte noroccidental de la ciudad de Bogotá.	De acuerdo a los nuevos diseños y a los imanes de calidad tendrá un costo por unidad de \$5000 c/u
<i>Precio</i>	Se establecerá para el mes de enero un descuento del 20% en todos los modelos de las billeteras del año anterior, con el objetivo de incrementar las ventas en un 5 %.	Se realizara el descuento de un 20% en los modelos del año anterior.	Se realizara directamente por medio de nuestra área comercial.	Se realizara en el mes de enero, con el objetivo de crecer un 5% y no decayendo debido a que las personas están ilíquidas, para esa	Se realizara la promoción en la zona norte de la ciudad de Bogotá inicialmente.	Aplicado el descuento en cada billetera tendremos un costo de \$11.000 por producto que se le ha realizado el descuento.
<i>Promoción y comunicación</i>	Se venderán 1000 unidades del producto en un pague dos lleve tres, para el segundo	Se comercializaran 1000 productos en un pague dos lleve tres	Lo realizara nuestra área comercial y de ventas.	Se ofertara en el mercado en el segundo trimestre del año.	En primera instancia se realizara en la zona sur de la ciudad de Bogotá.	Aplicando esta promoción, serian 333 unidades las que regalaríamos lo cual suma

	trimestre del año con el objetivo de incrementar nuestras ventas en un 15%.					de Educación Superior un costo de venta normal de \$16.650.000. Teniendo en cuenta que el precio unitario es de \$50.000.
<i>Plaza o canales</i>	Aumentar el 30% de cobertura del mercado incursionando en las ciudades de Ibagué y Medellín con una alianza con la transportadora Envía para el año 2021.	Realizando un aumento en la cobertura del 30% de las billeteras.	Se va a realizar por medio de una alianza con la transportadora envía.	Se va a realizar durante todo el año 2021.	Se incursionara en los mercados de las ciudades de Ibagué y Medellín.	Suponiendo que se despachen semanalmente 10 billeteras tanto a la ciudad de Medellín como a la de Ibagué el costo semanal serian de unos \$15.000 ya que se enviarían todas en un mismo paquete.

10 Marketing Digital

Link Landing Page: <https://yeissonaguiar.wixsite.com/misitio>



EMPRESA 100% COLOMBIANA DESTINADA A LA FABRICACIÓN DE PRODUCTOS EN CUERO

HISTORIA

Lekure surge de una idea de negocio al observar que mientras se trabaja el cuero en diferentes procesos de productos de talabartería, se observaba que muchos de estos residuos muchas veces eran desechados, tales retazos se convertían en residuos peligrosos que costaba desachar. Fue allí donde adoptamos aprovechar esta materia prima realizando productos de menor tamaño como las billeteras y carteras para dama.

OBJETIVO

Nuestros productos estarán dirigidos a mujeres entre los de 25 a 50 años. Que son afeccionadas a los materiales de cuero, les gusta el diseño, como propuesta de valor "ofrecer a nuestros clientes un producto de calidad con un hermoso diseño"

AMIGABLES CON EL MEDIO AMBIENTE

Lekure hace con el objetivo fundamental de ser un producto eco innovador, que fabrica artículos en cuero, para dama y caballero con retales de cuero que por lo general son completamente desechados. Con claridad sabemos que es un producto innovador, ya que se utilizan y reciclan desperdicios de empresas que trabajan con la fabricación de productos de cuero, que muy probablemente van a terminar en un ambiente natural, dañando ecosistemas submarinos, forestales, de agua dulce o porque no ecosistemas artificiales. Minimizar dicho impacto nos permite aportar de manera positiva en la conservación del medio ambiente.

NUESTROS PRODUCTOS

BILLETERAS ESTANDAR

Billeteras o carteras para mujer 100% en cuero de modelo estándar, en un solo tono con terminados ejecutivos. Puede ir repujado o marcado a petición del usuario. Valor \$ 35.000

BILLETERAS DE COLORES

Billeteras de colores, 100% en cuero, de uso semi informal, para aquellas mujeres descomplicadas pero conservadoras del estilo. Puede ir repujado o marcado con las iniciales del usuario. Valor \$ 40.000

Vamos a chatear!
Te responderemos tan pronto como podamos

11. Estrategias De Marketing Digital

Como estrategias se utilizarán el social media marketing, el cual nos permitirá enfocar nuestras ventas mediante campañas en las redes sociales y nuestra página web. Esto nos permitirá impactar mediante concursos donde regalaremos productos y ofreceremos descuentos en nuestros productos mayor número de seguidores., Permittiéndonos tener contacto directo con nuestros clientes, poder interactuar, para poder estar en mejora continua, brindando mayor satisfacción a nuestros clientes.

Redes sociales



Instagram: <https://www.instagram.com/lekure15/>



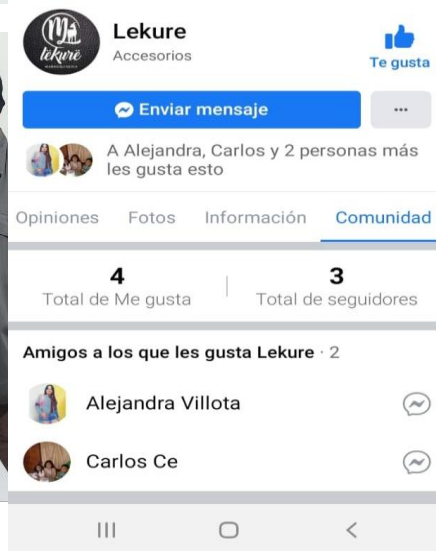
Facebook: <https://www.facebook.com/lekure.lekure.3>

12. Campañas

Se realizarán campañas en redes sociales, tales como concursos en los cuales seleccionaremos las personas con su mejor outfit en cuero. Las personas que más me gustan y compartir tengan en nuestro perfil serán premiadas con una billetera totalmente personalizada dicho concurso será publicado cada 20 días, de manera que nuestra marca tenga un alto impacto tanto en Facebook como en Instagram. Esto nos permitirá que las personas nos conozcan un poco más

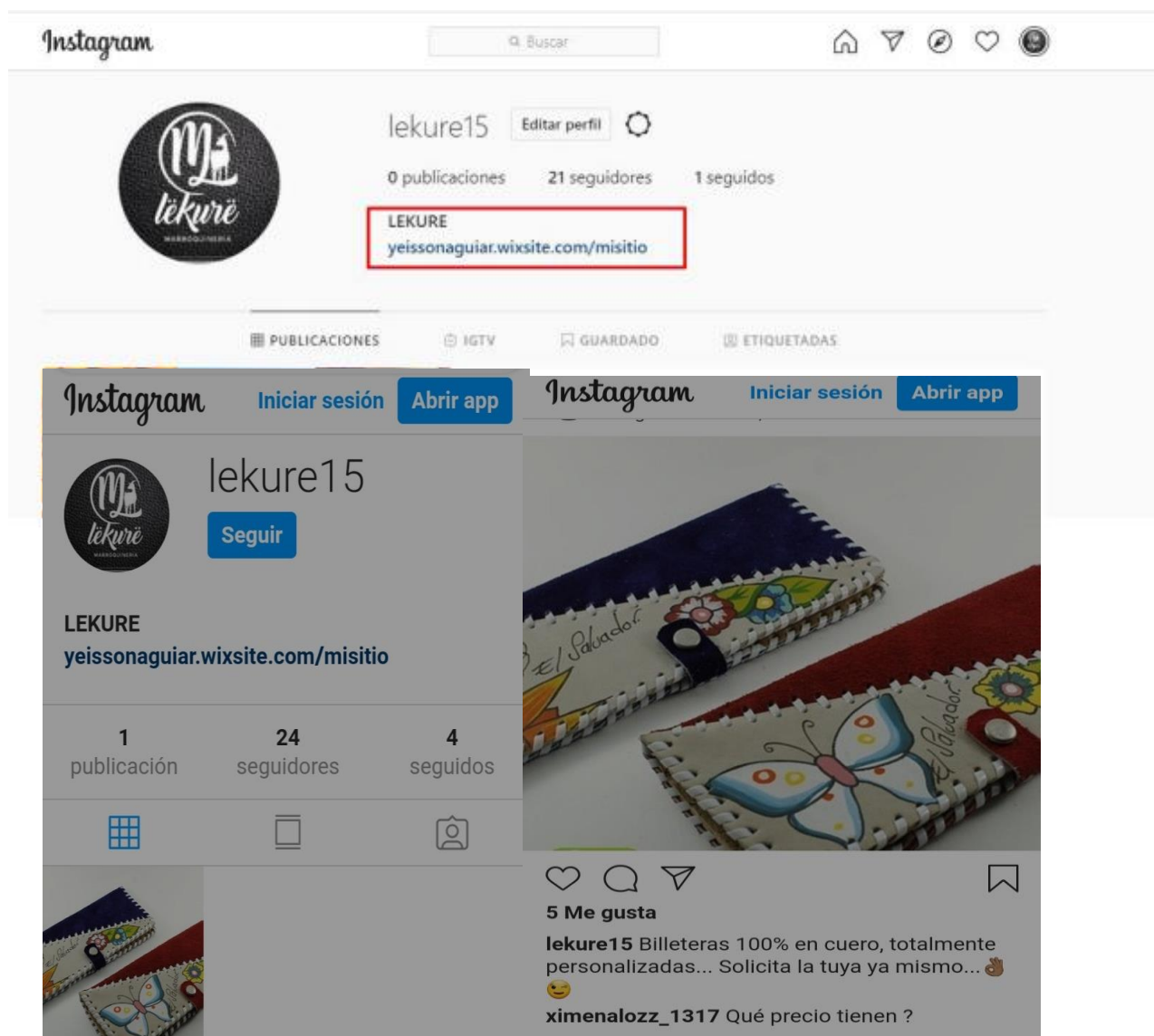
En nuestra landing page, estaremos subiendo videos con contenido de nuestros nuevos modelos de billeteras, las personas que ingresen, se registren, nos sigan en redes sociales y vean nuestro video NUESTRA HISTORIA Lekure nace en el año 2020 en el mes de agosto, de una idea de negocio al observar que mientras se trabaja el cuero en diferentes procesos de productos de talabartería, se observaba que muchos de estos residuos muchas veces eran desechados, tales retazos se convertían en residuos peligrosos que costaba desechar. Fue allí donde adoptamos aprovechar esta materia prima realizando productos de menor tamaño como las billeteras y carteras para dama, tendrán un 60% de descuento en tres productos a su elección.

Fotos de campaña.



13. marketing digital.

Se realiza la publicación y el primer día de registra 21 seguidores en nuestra página de instaran. En poco tiempo llevamos 25 personas que siguen nuestra pagina les gusta el producto.0



14. Macro localización y micro localización.

Estudio Técnico

¿Dónde me ubico?

Para el desarrollo del plan de operaciones, es de gran importancia tener en cuenta la cadena de valor de la empresa, mostrada en la siguiente figura, en donde se distinguen dos pilares fundamentales, proveedores y clientes; la actividad de gestión del negocio correspondiente a la administración; la producción; y los elementos de apoyo como lo son gestión de calidad y diseño del producto.

Figura 2.

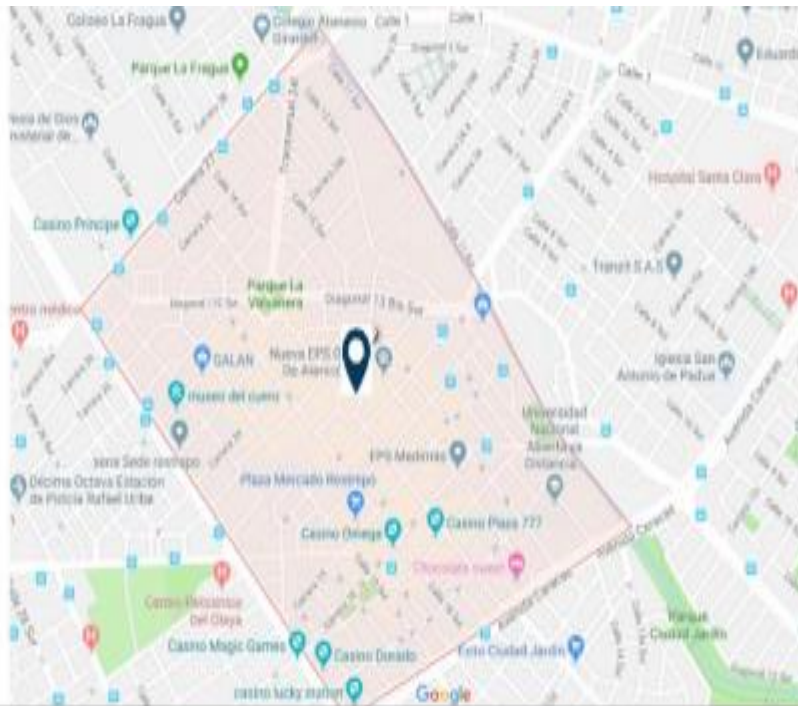


Figura # 2 Plano distribución de actividades

En la fabricación de artículos en cuero se realiza un proceso de transformación de materia prima en un producto final, mediante una serie de actividades que se interrelacionan entre sí, en las cuáles intervienen elementos como materia prima, maquinaria y equipo y mano de obra.

Localización de la empresa. El centro de fabricación tendrá lugar en el barrio Restrepo de la ciudad de Bogotá, dado que, la mayor parte de las empresas pertenecientes al sector industrial de la localidad se concentra en actividades de curtido y preparado de cueros; fabricación de artículos en cuero; fabricación de artículos de viaje, maletas, bolsos de mano y similares, lo cual favorecería a la empresa por la cercanía a proveedores y la concentración del comercio. El costo de arrendamiento de este espacio será de \$550.000. Para la comercialización, a fin de abarcar un mercado más amplio, se contará con redes sociales, página web, servicio a domicilio de tal manera que se pueda ofrecer la mejor experiencia de compra al usuario.

Ubicación en Restrepo



Estimación de tamaño óptimo.

Dado a que se tiene un capital limitado para la creación de empresa, esta contará inicialmente con siete trabajadores: cuatro operarios (cortador, desbastador, operador maquina plana) y tres personales administrativos (Administrador, auxiliar administrativo y contable y asesor de ventas), que, de acuerdo a la maquinaria y equipo destinado, tiene una capacidad de producción de 500 unidades por semana. El tamaño mínimo requerido para el centro de fabricación es de 50 m², adecuación con buena iluminación y ventilación por el uso de químicos, donde tendrá lugar la maquinaria y equipo necesarios que se describen en el siguiente cuadro.

.Tabla 2

Cantidad	Equipo	Costo por unidad	Costo total
1	Equipo de computo	\$ 2.300.000	\$ 2.300.000
1	Escritorio	\$ 190.000	\$ 190.000
1	Silla escritorio	\$ 100.000	\$ 100.000
1	Mesa soldadura	\$ 60.000	\$ 60.000
1	Mesa de emplantillar	\$ 100.000	\$ 100.000
1	Mesa corte	\$ 40.000	\$ 40.000
1	Tabla de corte	\$ 27.000	\$ 27.000
1	Estante	\$ 180.000	\$ 180.000
4	Silla	\$ 15.000	\$ 60.000
4	Lámparas	\$ 65.000	\$ 260.000
			\$ 3.317.000

Tabla # 2 Costos/gastos de Equipo requerido

Costos/ Maquinaria Requerida.

Tabla 3

Cantidad	Ítem	Costo por unidad	Costo total
1	Maquina cortadora	8.000.000	8.000.000
1	Maquina plana	1.300.000	1.300.00
1	Desbastadora	700.000	700.000
1	Plancha	1.200.000	1.200.000
Costo total			11.200.000

Tabla # 3 costos de maquinaria.

Ficha Técnica Maquinaria que se requiere. Ficha técnica. Maquina de coser

<p>ELEMENTO: Máquina de coser 191D-20</p> <p>CANTIDAD: Una (1) unidad</p> <p>APLICACIÓN: Permite unir costuras y terminirlas en una sola operación.</p>	
<p style="text-align: center;">CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DEL PRODUCTO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseño exclusivo de Singer • Fácil ajuste del largo de puntada • Máquina de cama plana con orificios para fijar guías y aparatos • Fácil ajuste de presión del pie a través del tornillo graduado • Sistema de lubricación totalmente automático • Devanado de bobina en el tablón • Cangrejo de procedencia extranjera • Sistema de avance o arrastre simple con retroceso • Motor de embrague de alta velocidad de 1/2 HP y opcional para trabajar en 110V o 220V • Motor con cambio de giro (hacia adelante y hacia atrás) con solo mover un botón <p style="text-align: center;">ESPECIFICACIONES TÉCNICAS</p> <p>Cuenta con un motor de embrague de Alta velocidad 1/2HP; un largo máximo de puntada de 5.0 mm; la altura del prensatelas de mano es de 5.5 y rodilla de 13.0; lanzadera normal; cangrejo Koban/Hirose y se recomienda para tejidos livianos a medianos.</p>	

Maquina desbastadora. **Ficha técnica Desbastadora.**

<p>ELEMENTO: Devastadora DY-801 DEYEE</p> <p>CANTIDAD: Una (1) unidad</p> <p>APLICACIÓN: Desbastadora de Cuero, especial para desgastar toda clase de cuero, material sintético, para la elaboración de zapatos, maletas, bolsas, cinturones. Equipo sumamente pesado.</p>	
<p style="text-align: center;">CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DEL PRODUCTO</p> <p>Máquina desbastadora de cuero industrial DY-801 DEYEE hecha con tecnología japonesa es una máquina especial para desgastar toda clase de cuero, material sintético, para la elaboración de zapatos, maletas, bolsas, cinturones. Equipo sumamente pesado.</p> <p style="text-align: center;">ESPECIFICACIONES TÉCNICAS</p> <p>Modelo: dy-801 Máxima velocidad: 1200 rpm Hz: 50/60 Voltios 220v Procedencia: Taiwán (diseño japonés) Peso: 41 kg Dimensiones de paquete: 62 x 42 x 42 cm</p>	


	<p>TROQUELADORA, SUAJADORA O CORTADORA POR SISTEMA DE TROQUEL</p> <p>Máquina troqueladora suajadora o cortadora por sistema de troquel, electrohidráulica, trifásica, con brazo oscilante, permite elegir entre 24 versiones diferente, que se ajustan según el sector productivo. Materiales que se pueden cortar son: tela, cuero, sintético, vinilos, licras, PET, cartón papel, foami, evas, odenas, espumas, entre otros.</p>
---	---

Figura 3

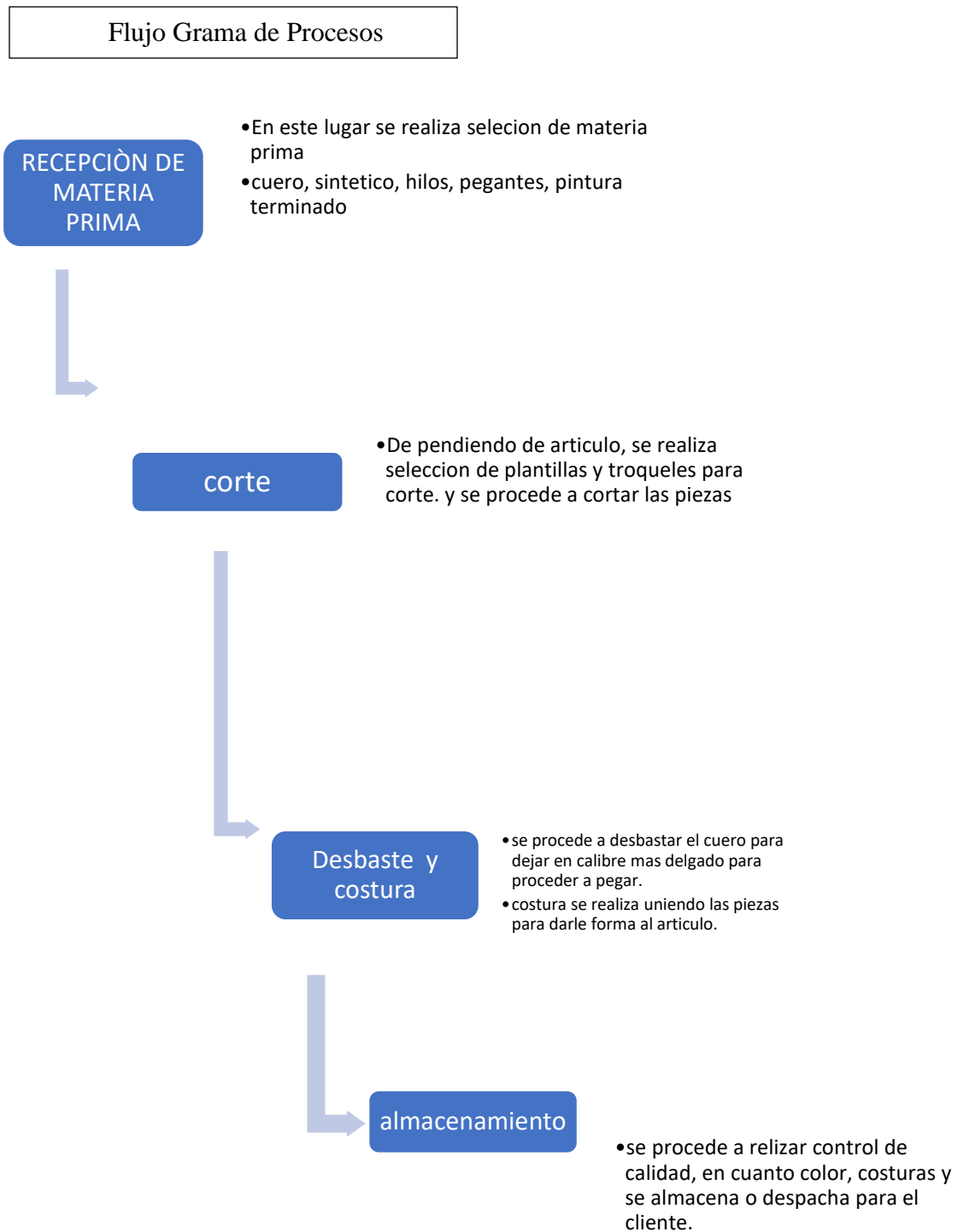


Figura # 3 flujo grama de procesos.

Materiales Requeridos para la elaboración.

Tabla 4

Material	Billetera	Valor
Cuero	8. pies	\$ 5.000
Tela forro	10 cm	\$ 300
Cremallera	10 cm	\$ 1200
Pintura terminada		\$ 200
Pegante		\$ 100
Hilos calibre: 46		\$ 50

Tabla # 4 costos de materia prima

Billeteras Para Caballero En Cuero				
Cantidad Para Producir 100 Unidades				
Actividad del proceso	Tiempo estimado de realización	Cargos que participan en la actividad	Número de personas que interviene por cargo	Equipo y maquinas que se utilizan /capacidad de producción

Selección y corte del material	2 horas	Operador Cortador	Una	Cortadora, troqueladora Capacidad 100 unidades
Proceso de desbaste	50 minutos	Operador Desbastador	Una	Maquina desbastadora Capacidad 100 unidades
Pintado de bordes	20 minutos	Operador maquina plana	Una	Capacidad de rendimiento 100 unidades
Proceso de costura	8 horas	Operador maquina plana	una	Maquina plana Elaboración de 100 billeteras
Control de calidad	20 minutos	Personal capacitado para control de calidad	Una	Cantidad de revisión 100 unidades

Plantilla De PMV

Lekure afronta un gran problema y es que es un producto nuevo en el mercado por lo cual necesitamos que las personas lo conozcan un poco más a fondo por medios digitales, para ello es importante tener un vínculo interactivo con el posible cliente final que ingresa a menudo a conocer nuestras páginas, redes sociales y nuestras billeteras. De esta manera como oportunidad implementaremos la creación de WhatsApp Business, el cual ira enlazado con todos nuestros medios de marketing digital para facilitar la compra del comprador.

¿Que problema estas tratando de resolver?	¿Quién es tu público objetivo?
<p><i>Desde Lekure, necesitamos llamar mas la atención de nuestros usuarios mediante nuestra pagina digital, es importante contar con las visitas a nuestra landing page y que se registren o se contacten con nosotros por chat, redes o vía telefónica.</i></p>	<p><i>Nuestro publico objetivo son aquellas mujeres con excelente glamour y etiqueta que gusten de los artículos en cuero personalizados y estándar.</i></p>

¿Cómo resolverás este problema?	Cuál es el primer paso?
 <p>The image shows the WhatsApp Business logo (a green speech bubble with a white 'B') on a dark grey background. Below it, a graphic shows the standard WhatsApp logo (a green speech bubble with a white telephone handset) on the left, a blue arrow pointing right, and the WhatsApp Business logo on the right, all on a green background.</p>	 <p>The image is split into two parts. The top part shows a smartphone with the WhatsApp icon on its screen, held by a hand, with a blurred background of a desk and computer. The bottom part shows a stylized illustration of a person in a suit standing next to a kiosk that displays the WhatsApp logo.</p>
<p><i>Se implementara WhatsApp Business para mejorar la comunicación con los posibles consumidores, por lo cual tendremos mayor interacción para vender el producto mas conveniente para el comprador.</i></p>	<p><i>Esta aplicación estará enlazada en la landing page, Facebook e Instagram, para lo cual los posibles futuros consumidores tendrán la opción de realizar un contacto mas fácil.</i></p>

Ficha Técnica Del Producto

Se toma como referencia nuestro producto estrella que son las billeteras personalizadas, por lo cual es importante destacar que es un producto completamente en cuero, de diferentes colores, con herrajería y cremalleras en acero inoxidable y por supuesto a pedido y diseño exacto de nuestro cliente.

	LEKURE	
	CODIGO: 10001	VERSIÓN 1.0
FICHA TECNICA DEL PRODUCTO		
A. NOMBRE DEL PRODUCTO (Defina el nombre tecnico del producto)		
BILLETERA PERSONALIZADA		
B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE		
Billetera personalizada, en cuero de diferentes colores, con repujado según especificaciones del consumidor, cremalleras y herrajes en acero inoxidable.		
C. PRESENTACIONES COMERCIALES		
Su presentación comercial se realiza por unidad.		
D. TIPO DE ENVASE		
Las billeteras Lekure se comercializan en caja.		
E. MATERIAL DE ENVASE		
El material de la caja se fabrica en carton reciclable.		
F. CONDICIONES DE CONSERVACION		
Se requiere mantener en un lugar sin humedad, aislado de productos quimicos y rayos del sol.		
G. TIPO DE TRATAMIENTO (PROCESO DE ELABORACION)		
Las billeteras Lekure se realizan en lugares libres de humedad, polvo, poca luz solar y aislado de productos quimicos que puedan deteriorar el cuero.		
H. VIDA UTIL ESTIMADA		
Una billetera de Lekure tiene una vida util de 5 años. Esto siempre y cuando la billetera no se someta a excesos de ambientes humedos, rayos solares o aplicación de productos químicos.		
I. PORCION RECOMENDADA		
Ya que es un producto no comestible no aplica.		
J. PERFIL DE QUIEN INTERVIENE EN EL PROCESO		
Dentro del proceso intervienen, operarios de corte, costura y emsanblaje de herrajería. Anexo el proceso de producción cuenta con un supervisor encargado de dar el visto bueno a cada producto fabricado.		
K. GRUPO POBLACIONAL		
Las billeteras Lekure van destinadas a las mujeres mayores de 16 años, que gusten de la marroquinería en cuero, que gustan estar a la moda en articulos personalizados de excelente calidad y diseño.		
Firma del responsable del producto:		
Nombre del Responsable del producto	YEISSON FARES AGUIAR SILVA	Firma:

Conclusiones

Final mente, concluido el desarrollo de la materia y dando vida a un proyecto, se puede concluir que se puede innovar a través de nuevos procesos en la elaboración de un producto innovando con nuevas características y presentación, a través de diseños además aplicando estándares de calidad y aportando valor agregado al producto y diferenciando nuestro trabajo con el de la competencia.

Por lo anterior, creemos que nuestra propuesta tiene viabilidad porque crea, proporciona y capta valor a través de los clientes. Además es un producto que genera utilidades y contribuye al cuidado del medio ambiente, puesto que nuestra materia prima será los desperdicios de grandes fábricas. De esta manera estamos contribuyendo al cuidado del medio ambiente, dando solución al problema y satisfaciendo las necesidades de los colombianos a través de la elaboración de nuestros productos personalizados. Nos permite ofrecer al mercado un producto a menor precio que la competencia. Logrando ser más competitivos, y haciendo un punto de referencia comparando con precios del mercado.

Con la aplicación algunos conceptos claves para poder incursionar a nivel comercial. Introduciendo en el mercado nuestra marca y dando a conocer nuestros productos a través de herramientas digitales, nos permite tener contacto directo con nuestros clientes, escuchando la necesidad que ellos tienen y esto nos permite estar en continua mejora en nuestros procesos. logrando el objetivo principal alcanzar altos niveles de satisfacción del cliente, obteniendo fidelidad a nuestros productos. adquiriendo o buscando artículos.

Bibliografía

Filion, L. C. (2011). Administrador de Pymes.

Gonzales, M. (2010). <https://www.marketing-xxi.com/rafael-muniz-gonzalez.html>. Obtenido de <https://www.marketing-xxi.com/rafael-muniz-gonzalez.html>

Herrero, J. A. (02 de 07 de 2003).

Nathaly, s. (03 de 12 de 2017). Marketing del color.

Peralta, E. O. (s.f.). *Marketing Mix: Qué es y Cómo Aplicarlo*. Obtenido de <https://www.genwords.com/blog/que-es-marketing-mix>