



**OPCIÓN DE GRADO  
ECO STILO S.A.S**

**SANDRA YISELA ESCOBAR GONZALEZ  
ADRIANA CORREDOR ROA**

**GRUPO  
40102**

**PROFESOR  
GILBERTO BETANCURT**

**CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN  
SUPERIOR CUN  
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
BOGOTÁ  
2018**



## INDICE

1. LOGO		4
2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO		4
3. OBJETIVO GENERAL		4
4. MARCO LEGAL		5
5. MISIÓN		5
6. VISION		6
7. CREDO EMPRESARIAL		6
8. ANALISIS DE PESTEL (Político, Económico, Socio Cultural, Tecnología, Medio ambiente)		6, 7, 8
<b>8.1 MODELO 5 FUERZAS DE PORTER</b>		
Amenaza de Nuevos Competidores		
Rivalidad De Empresas		
Amenaza De Productos Y Servicios Sustitutivos		
Poder De Negociación De Los Clientes		
Poder De Negociación De Los Proveedores		8, 9, 10
9. MATRIZ DOFA (Fortalezas, Debilidades, Oportunidades, Amenazas)		11
10. TABLA DE DESPLIEGUE ESTRATÉGICO.		12
11. CADENA DE VALOR (Infraestructura, Recursos humanos, Desarrollo tecnológico, Abastecimiento, Logística de entrada, Proceso, Logística de salida, Servicio)		13, 14
12. ESTRATEGIA COMPETITIVA (COMPONENTE INNOVADOR)		15
13. MERCADO		16
13.1 Definición De La Estructura De Mercado (segmentación del mercado)		17
13.2 Información De La Competencia		17



14. INVESTIGACION DE MERCADO	18
14.1. Necesidades De Información	18
14.2. Objetivos De Investigación	18
14.3. Diseño del instrumento (encuesta – análisis Cuantitativo)	19, 20
14.4. Aplicación De La Encuesta.	21
14.5. Presentación De La Información: Tabulación, histogramas, Análisis por pregunta. CUANTITATIVO.	21, 22, 23, 24
15. PLAN DE MERCADEO	
15.1. ANALISIS MEL MARKETING MIX	25
15.1.1. Estrategia De Producto	25
15.1.2. Estrategia de plaza	26
15.1.3. Estrategia de precio	26
15.1.4. Estrategia de promoción	27
16. DETERMINACION DE PRECIOS.	28, 29
17. PROYECCION DE VENTAS Y POLITICA DE CARTERA	30
18. PRESUPUESTO DEL PLAN DE MARKETING	31
19. REALIZAR PRODUCTO MINIMO VIABLE.	
20. CONCLUSIONES	33



## **1. ACCESORIOS ECO STILO**

LOGO



## **2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO**

Somos una empresa que diseña, elabora y comercializa al mercado accesorios femeninos en material reciclable en la ciudad de Bogotá, creando bolsos y billeteras con alta calidad y a bajos precios para la mujer de hoy en día.

## **3. OBJETIVO GENERAL**

Elaborar diseños novedosos de bolsos y billeteras satisfaciendo las necesidades de los clientes complementando el estilo y belleza de las mujeres, logrando con esto el reconocimiento de la marca y posesionándonos en el mercado como el número uno.

- Buscar alternativas de material innovadores y que estén a la moda para la creación de los accesorios.



- Evaluar los costos de la elaboración de los accesorios para establecer los precios de venta.
- Establecer la dificultad ante la elaboración comercialización de los accesorios.

#### **4. MARCO LEGAL**

Bajo la ley 1258 de 2008, se hace constitución de la empresa a través de documento privado y todas las ventajas tributarias, arancelarias, laborales y económicas en general que solo estaban permitidas a las sociedades tradicionales.

Se realiza inscripción ante Cámara de Comercio, RUT, DIAN para resolución de expedición de facturación.

Se obtienen incentivos tributarios de acuerdo a la **Resolución 978 de 2007** donde se establece que, la forma y requisitos para presentar ante el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible las solicitudes de acreditación para obtener la certificación de que tratan los artículos 424-5 numeral 4 y 428 literales F,E,I del Estatuto Tributario, con miras a obtener la exclusión de impuesto sobre las ventas correspondiente, y a deducir anualmente de su renta al valor de inversiones de control y mejoramiento del medio ambiente las cuales se hayan realizado en el respectivo año gravable,(**Artículo 158-2**).

Teniendo en cuenta la importancia de la Logística inversa como factor de competitividad y gran aporte al medio ambiente podemos minimizar los impactos ambientales y maximizar los beneficios económicos de la empresa.

#### **5. MISIÓN**

ECO STILO es una empresa que diseña y comercializa accesorios artesanales para la mujer femenina con toque bohemio; elaborados en alta calidad con materiales modernizados. Ofreciendo al cliente un producto innovador y original, estando altamente comprometidos con el medio ambiente y creando una cultura de reciclaje.



## 6. VISIÓN

En el año 2019 ECO STILO será una empresa que incursiona con éxito en el mercado de accesorios artesanales para la mujer en la ciudad de Bogotá, con una amplia variedad e innovación de diseños.

## 7. CREDO EMPRESARIAL

Creemos que nuestra responsabilidad es con el medio ambiente. Regresando al planeta un poco de nosotros.

## 8. ANALISIS DE PESTEL

### Político

La dimensión política en cuanto a Eco Stilo es estable, ya que el régimen político del país nos permite el ingreso al mercado de este producto (accesorios para mujer) Existe la legislación de protección ambiental, en el cual en el **Decreto 3172 de 2003 reglamenta el artículo 158-2** del Estatuto Tributario y la Resolución 0136 de 2004 en la que se establecen los procedimientos para solicitar ante las autoridades ambientales competentes, la acreditación o certificación de control y mejoramiento del medio ambiente. Y en el DECRETO No. 2104 DEL 26 DE JULIO DE 1983 Cuyo objeto es el de fomentar el tratamiento del proceso de transformación física, química o biológica de los residuos sólidos para modificar sus características o aprovechar su potencial, y en el cual se puede generar un nuevo residuo sólido, de características diferentes.

### Económico

Según la revista dinero y detallando el tema económico se puede afirmar que en lo que lleva el año 2018 incrementó de manera menos significativa el valor de las compras de bienes intermedios y materias primas para la industria (13,8% anual) y la agricultura (27,8% anual), de bienes de capital para la industria (11,8% anual) y de equipo de transporte (16,6% anual). Por lo que los egresos por compras de bebidas, confecciones y textiles, objetos de uso personal y máquinas y aparatos de



uso doméstico, sugiere una mayor demanda de bienes de consumo., por lo que ante esta situación las familias analizan más detenidamente en qué gastar su dinero, considerando que los accesorios, la moda no es un bien de primera necesidad.

A pesar de esta situación existe la diferencia económica de cada familia en la ciudad y región del país ya que el estrato es diferente en cada zona y el costo de nuestros productos es asequible para estratos 2, 3, 4 y 5.

### **Socio Cultural**

Las personas hoy en día aceptan mejor que hace unos años los diseños hechos en materiales reutilizados, ya que estos términos como el reciclaje, sustentabilidad y slow fashion (movimiento concienciado con el medio ambiente) son términos que se utilizan cada vez más en la moda. Cada uno

responde a una tendencia global de concientización sobre los procesos de producción industriales, en los que las condiciones de trabajo son a menudo de explotación y la calidad del producto es deficiente por lo tanto su transformación hace que su consumo sea voraz. Como respuesta, estos ideales buscan una creación consciente, ya sea dándoles una segunda vida a telas olvidadas, reciclando materiales como el Tetra Pack para crear tejidos o utilizando materias primas orgánicas.

Podemos decir que en la actualidad existe un interés grande por la imagen personal, de cómo la sociedad está cambiando su forma de pensar de actuar unido a la moda y sus tendencias, hoy en día tanto hombres como mujeres se preocupan mucho por su aspecto físico (ropa zapatos y accesorios), estar a la moda para sentirse mejor. Tener exclusividad, que nadie tenga los mismos accesorios es decir que haya una diferencia.

### **Tecnología**

El proceso de reciclado de los envases de Tetra Pak consiste en separar el papel del polietileno y el aluminio con un hidropulper. Las fibras de papel quedan en suspensión en el agua y después mediante filtros se retiene el polietileno y el aluminio de los envases. Cajas de cartón, bolsas, estuches y un sinnúmero de aplicaciones se fabrican a partir de este papel reciclado ahorrando a la naturaleza importantes recursos naturales.



Para nuestros accesorios este material con alta resistencia y capacidad se moldea para ser retorcido, se teje para darle forma a un bolso, o billetera muy ejecutivo, que mantiene en reserva sólo para su futura dueña.

### Medio ambiente

Este aspecto a tomado gran importancia en los últimos tiempos, una política de preservación del medio ambiente. Teniendo en cuenta estas políticas nosotros Eco stilo, apostamos y aportamos por el desarrollo sostenible controlado y

Eficaz del medio ambiente, en donde su función es la reutilización de material reciclado, de esta forma, conseguimos alargar el ciclo de vida de un producto, ahorrando materiales y beneficiando al medio ambiente al generar menos residuos. El reciclaje surge no sólo para eliminar residuos, sino para hacer frente al agotamiento de los recursos naturales del planeta.

## 8.1 MODELO 5 FUERZAS DE PORTER



Fuente: periodo marketing.com

### AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES

Como antecedentes y ubicación del producto que se desea fabricar y distribuir no existe la presencia de alguna empresa u organización en la ciudad de Bogotá. Partiendo de un proceso de recuperación de la materia prima para ser procesada y a partir de la compra de este material realizamos la elaboración de



nuestros productos. No existe en el mercado un producto con las características de Eco stilo, solo se encuentra una empresa en la ciudad de Medellín Eywa billeteras ecológicas. En cuanto a la entrada de nuevos competidores, nos vemos amenazados, por posibles competidores que busquen adaptar los productos existentes copiando el nuestro, debido al gran impacto que está generando el tema del reciclaje, de la reutilización y de la preservación del medio ambiente. Como medida ante esta amenaza, ECO STILO cuenta con ventajas que le permitirán actuar de la mejor forma en el momento en que se sienta presionado por el incremento de la competencia, estrategias basadas en

La ampliación de la línea de productos ofrecidos y de los materiales utilizados en la fabricación de los mismos, nos brindarán el poder necesario para continuar siendo la empresa líder en la producción y comercialización de este tipo de artículos con diseños exclusivos e innovadores.

## **RIVALIDAD DE EMPRESAS**

Teniendo en cuenta que la rivalidad aparece entre las empresas que elaboran productos sustitutos muy aproximados unos a otros, se puede concluir que la misma puede llegar a existir con empresas que producen artículos (accesorios como bolsos y billeteras) en diversos materiales como el cuero, lona entre otros. Existe un gran número de modelos y variaciones en el mercado y no se percibe una especial diferencia que contrarreste la intensidad de la rivalidad existente. Pero esto nos permite analizar y comparar nuestro producto con las empresas competidoras, para así formular estrategias que nos permitan superarlas.

Algunas de las estrategias son:

- Aumentar la calidad del producto
- Reducir precios
- Aumentar publicidad
- Ofrecer más productos
- Resaltar de nuevas características a los productos
- Ofrecer promociones de ventas



## **AMENAZA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS**

### **SUSTITUTIVOS**

El análisis de la amenaza de ingreso de productos sustitutos nos permite formular estrategias destinadas a impedir el ingreso de empresas que produzcan o vendan estos productos o, en todo caso, estrategias que nos permitan competir con ellas.

En el campo de los accesorios, el mercado presenta algunas alternativas sustitutivas que pueden suponer una amenaza competitiva. Es el caso de accesorios chinos, en los que con una gama de colores y diferentes materiales el producto es llamativo en el sector, por lo general con una calidad y precio inferior. También los productos artesanales de venta en numerosos

Establecimientos (ferias artesanales, centros comerciales) pueden considerarse sustitutos.

### **PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES**

En cuanto a la negociación con los clientes, nosotros somos una empresa que ofrece un producto con las características más buscadas por este sector del mercado, especialmente por su exclusividad, esto hace que los clientes tengan poca capacidad de negociación de los precios fijados para el producto personalizado.

### **PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES**

Con respecto a los proveedores que tiene ECO STILO para poder adquirir su materia prima, específicamente el cartón de Tetra Pak, se puede afirmar que existen siete plantas de reciclaje en Colombia, con capacidad para aprovechar el 90% (por ciento) de los envases que comercializa en el país. de las cuales tres plantas están en Bogotá, otras dos en Cali, una en Cartago y la séptima, en La Estrella, Antioquia.

Existe un poder de negociación por parte de los mismos, en este caso los recicladores, pues en Colombia tan solo el 10% de los residuos son aprovechados por dichos recicladores, y el 90% restante son depositados en botaderos, lo cual quiere decir que no hay gran cantidad de personas que se dediquen a este oficio. Con el fin de contrarrestar este poder de trato ventajoso



por parte de los proveedores, se pueden establecer estrategias que permitan adquirir la materia prima con mayor facilidad, desarrollando campañas de reciclaje en colegios, conjunto residenciales, universidades, entre otros.

## **9. MATRIZ DOFA**

### **FORTALEZAS**

- Originalidad, creatividad e innovación.
- Variedad de diseños para diferentes gustos y preferencias.
- Estar enfocados en el mercado nacional de mujeres que quieren verse siempre a la moda diseñando billeteras y bolsos de mano de acuerdo a los gustos y preferencias del cliente.
- Productos de excelente calidad.
- Tenemos experiencia en el manejo de este tipo de material
- Productos de uso cotidiano de las mujeres

### **DEBILIDADES**

- Ser una empresa nueva en el mercado
- La falta de recursos financieros para la expansión del negocio.
- Desconocimiento de la marca Eco Stilo por parte los potenciales clientes.
- No contar con tecnología de punta suficiente para la fabricación de los accesorios (bolsos y billeteras).

### **OPORTUNIDADES**

- Ferias artesanales y Expo ferias Bogotá
- Tendencias de la moda en uso de accesorios.
- Crecimiento de las ventas por fortalecimiento en el sector
- Poder registrar una marca propia, para posicionar más fácilmente el negocio.
- Expandir el negocio a otras localidades de Bogotá
- Tendencia creciente de compras por internet



- El interés del gobierno y las diferentes alcaldías en apoyar acciones a favor de la producción de productos realizados con materiales reciclados.
- Colombia moda

### AMENAZAS

- Cantidad de empresas productoras que ofrecen productos similares.
- Crecimiento de productos sustitutos.
- La imitación, al fabricar modelos exclusivos y llamativos, nos vemos enfrentados por la copia de nuestros modelos de accesorios (bolsos y billeteras).
- Hay empresas en el mercado con más experiencia y producciones más grandes.
- Mercado muy competitivo y cambiante

### 10. TABLA DE DESPLIEGUE ESTRATÉGICO.

NÚMERO	DEBILIDAD	OBJETIVO	TAREAS	FECHA	RESPONSABILIDADES	INDICADORES
1	POCO CAPITAL.	Buscar Financiación.	Aumento de socios, buscar inversionista, contrato de leasing con empresa financiera.	11 de Marzo 2018	DEPARTAMENTO DE CONTABILIDAD.	Adquisición y adecuación.
2	NO HAY SEDE PARA OPERAR.	Tener una infraestructura adecuada para la fabricación del producto.	tomar en arriendo o comprar financieramente una bodega para la elaboración del producto.	15 marzo de 2018	DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN.	Mejora del procesos del producto.
3	ESCASA INFORMACIÓN DE PRECIOS Y MERCADOS.	Siempre estar a la vanguardia.	Obtener capacitación externa.	01 abril de 2018	DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS.	Incremento en rendimiento de los empleados para suplir las necesidades de la empresa.
4	NO HAY ESQUEMA DE PERFILES.	Crear un manual del esquema de niveles, de	El Equipo de trabajo de Recursos humanos debe	11 de abril de 2018	DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS.	Definición de esquema de niveles.



		acuerdo al cargo o posición dentro de la compañía.	definir la evaluación por cargo según sus metas y responsabilidades.			
--	--	--	--	--	--	--

## 11. CADENAS DE VALOR

<b>INFRAESTRUCTURA DE ECO STILO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Empresa conformada por 2 socios</li> <li>- Cuenta con un local donde se realiza la producción y venta de los accesorios (bolsos y billeteras)</li> <li>- Se opera en Bogotá localidad chapinero 2</li> <li>- Se invierten 3 millones para insumos y arreglos locativos de la tienda</li> </ul>				
<b>MANEJO DE RECURSOS HUMANOS</b>	Selección de los empleados de la empresa	Capacitación y entrenamiento constante a los empleados de la empresa. Es política de la empresa mantener a sus empleados para lo cual se ha diseñado un plan de capacitación continua.	Buena relación con los empleados.	Todos los empleados piensan en términos de marketing	
<b>DESARROLLO DE TECNOLOGÍA</b>	Reciclaje, reutilizando materiales para hacer los accesorios	pos-ventas y ventas por línea web	Seguridad del producto y del proceso de fabricación		



<p><b>ABASTECIMIENTO</b></p>	<p>Se cuenta con demasiado material</p>	<p>Proveedores de confianza que se dividen en dos categorías: los que realizan el proceso de reciclaje y los que nos suministran las telas y bisutería, los cuales en los dos casos están disponibles y a precios muy competitivos.</p>			
	<p><b>LOGÍSTICA DE ENTRADA</b> -Eco stilo presenta un adecuado manejo de las materias primas -Se mantienen costos bajos -Control de producción -Realización y seguimiento de inventarios</p>	<p><b>PROCESO</b> -Eco stilo presenta un servicio desde la transformación física del producto hasta su venta o comercialización y a la atención al cliente. -Nuestros diseños son únicos y no los damos a un tercero</p>	<p><b>LOGÍSTICA DE SALIDA</b> Eco stilo distribuye sus productos directamente en su tienda ubicada en Bogotá localidad chapinero 2.</p>	<p><b>MARKETING Y VENTAS</b> -Calidad a bajos precios -Constantes Campañas de marketing por el constante cambio de moda en la sociedad -Sacar nuevos estilos y diseños durante todo el año</p>	<p><b>SERVICIO</b> -Eco stilo brinda un excelente servicio a sus clientes, ya que sus productos les brindan algo innovador y adecuado que se ajustan a sus necesidades y estilos de moda. -Eco stilo mantiene un servicio de pos-venta de calidad, ofreciendo todo tipo de cambio de sus productos durante los treinta días siguientes de la compra del producto por defectos de fábrica siempre y cuando no esté dañado.</p>



## 12. ESTRATEGIA COMPETITIVA (COMPONENTE INNOVADOR)

1. Exclusividad en diseño y combinación de materiales  
Actividad de cómo hacerlo: Recurrir a nuevos y exclusivos diseños, que muestran las diversas combinaciones de color y materiales característicos de Eco stilo.
2. Fortalecer un estilo de vida lleno de color y moda artesanal  
Actividad de cómo hacerlo: Conocimiento del estilo de vida, poder expresar seguridad a la hora de vender y ayudar a combinar con el vestuario, enseñar acerca de nuestro estilo e invitar a la gente a seguirlo.
3. Atraer clientes y generar fidelidad a la marca  
Actividad de cómo hacerlo: Prepararnos, instruirnos para una excelente labor de atención al cliente
4. Diseño de empaque actividad de cómo hacerlo: Diseño atractivo para generar recordación de la marca por su exclusivo detalle
5. Ser reconocido por la excelente calidad actividad para lograrlo: Verificar terminaciones y acabados en los accesorios, entregando calidad y pulidez al cliente, generando sensación de valor y respeto por la marca
6. Promover ventas por redes sociales y voz a voz  
Actividad para lograrlo: Realizar promociones en accesorios que se hayan vendido poco, atrayendo a clientes por medio de publicaciones llamativas en redes y por medio de las clientas que lleguen a nuestra tienda eco estilo y compartan la noticia con sus vecinas, conocidas, amigas y familia.
7. Participación en diversas actividades sociales ganando clientes  
Actividad de cómo hacerlo: estar pendiente de las ferias y actividades donde sepamos que asistirá una cantidad representativa y potencial de nuestro target.



### **13. MERCADO**

El mercado de billeteras de los colombianos en niveles de ingreso promedio presentó un crecimiento real.

Según portafolio El mercado de bolsos, cinturones y billeteras de los colombianos en niveles de ingreso promedio presentó un crecimiento real de 5,07 por ciento durante el segundo semestre del año 2017.

De hecho, el consumo de bolsos, cinturones y billeteras, entre enero y junio del 2017 fue de 128.000 millones de pesos, con un crecimiento del 4 por ciento,

Con respecto al primer periodo del año anterior, el cual facturó 124.400 millones de pesos.

Al referirse específicamente al renglón de los bolsos, señaló que un tema importante que aporta al crecimiento del consumo en bolsos es la presencia de nuevos diseñadores colombianos, nuevos materiales, que están penetrando con los productos de bolsos, cinturones y billeteras, Así no sólo hay un mercado para los nuevos diseñadores, sino que la demanda internacional también se beneficia de esa creatividad.

### **CIFRAS DEL SEMESTRE**

El crecimiento del consumo en el primer semestre se concentra principalmente en la innovación, que contiene el 77 por ciento del mercado; en segundo lugar están los bolsos con el 14 por ciento y en tercer y último lugar, las correas, con el 9 por ciento.

Este mercado se distribuye donde se concentra principalmente: en Bogotá con el 20,6 por ciento de la torta; en segundo lugar está Medellín, con el 10,3 por ciento del mercado; luego Cali, con el 8,1 por ciento, y Manizales, con una participación del 6 por ciento.

Para este periodo, según Acicam Raddar, los colombianos de ingreso medio destinaron 0,07 por ciento de su salario para la compra de marroquinería, la mayor parte del ingreso se fue para alimentos y vivienda.

El informe refleja que once de las trece ciudades presentaron variaciones positivas de consumo.



Dentro de las ciudades que registran mayor crecimiento frente al mes anterior se encuentran Bogotá, Manizales y Pasto con variaciones de 2,09 por ciento, 1,72 por ciento y 1,20 por ciento, respectivamente.

En cuanto al mercado, sólo una ciudad presentó variación negativa: Barranquilla, 0,40 por ciento respectivamente.

Manizales es la ciudad en donde la gente destina mayores recursos para el consumo de bolsos y billeteras, con un porcentaje de participación del 0,21 por ciento, seguida de Pereira con un porcentaje de 0,18 por ciento.

La empresa tiene un reconocimiento de calidad y prestigio en el mercado que permite a su vez la exclusividad del producto para crear un nivel de rotación alto garantizando al consumidor final un producto de alta calidad con diseños vanguardistas.

### **13.1 DEFINICIÓN DE LA ESTRUCTURA DE MERCADO**

#### **SEGMENTACIÓN DEL MERCADO**

Nuestros productos están dirigidos a mujeres entre 19 años hasta 50 años, estudiantes, jóvenes universitarias, mujeres empresarias, mujeres de oficina y amas de casa, gracias a la variedad de la gama de estilos, esto con el fin de que la demanda sea más alta comparada con la competencia.

Mujeres de los estratos 4 y 5, habitantes de la ciudad de Bogotá, más específicamente en la localidad de chapinero 2 que adquieren accesorios, ligados con la moda pues esta es la manera de expresar una identidad y para ello invierten una cifra significativa, asociada con la exclusividad. El mercado foco tiene un alto poder adquisitivo.

#### **INFORMACIÓN DE LA COMPETENCIA**

De acuerdo con la investigación, no tenemos una competencia directa, se puede afirmar que no existen antecedentes de empresas colombianas en Bogotá que se dediquen a producir y comercializar accesorios (bolsos y billeteras), fabricados a partir de material proveniente del reciclaje en Tetrapack. Solo existe **EYWA** empresa de Vanessa Velásquez en la ciudad de Medellín, Los productos elaborados por la empresa consisten en billeteras, bolsos, cosmetiqueras, monederos, porta documentos, llaveros y accesorios como



collares, manillas y aretes, entre otros. Los materiales que utiliza son principalmente residuos de papel, cartón, cajas de Tetrapak.

## **14. INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

### **14.1. NECESIDADES DE INFORMACIÓN:**

Se realiza una investigación a nuestra población objetivo para conocer las necesidades y características en cuanto a los hábitos de consumo, estilo, moda y ecológico. Qué tanto es el uso de bolsos y billeteras, que precio están dispuestos a pagar. Eco stilo por medio de análisis quiere determinar si este mercado se interesa en comprar bolsos y billeteras en material reciclado, cual es la motivación al adquirir este tipo de productos y bajo qué precio, si hay una cultura ambiental, y que tanto al realizar sus compras de accesorios se interesa

Y apoya la industria nacional y artesanal. Por medio de la encuesta se obtuvieron los siguientes resultados la cual fue aplicada el primer semestre del 2018 y realizada a través de internet por medio de redes sociales y correo electrónico. La muestra tomada fue de mujeres al azar que cumplieran con las características de la población objetivo. De las mujeres encuestadas el 68.33% se encontraba entre los 19 a 25 años, el 25% corresponde a las edades entre los 26 a 30 años, un 5% de mujeres entre los 31 a 35 años y un 1.67% entre los 36 a 50 años, mostrándonos de esta manera la alta participación de mujeres que probablemente se encontraban en etapa de universidad y empresa al momento en el que fue aplicada la encuesta y creando así una opción para dirigir nuestros productos a esa parte del mercado propiamente dicho.

### **14.2 Objetivos De La Investigación**

- Lograr una participación en el mercado, posterior a su introducción del 10% sobre el resto de la categoría en promedio de 2 años.
- Posesionar a ECO STILO como la empresa promotora de la conciencia ambientalista en los colombianos en un lapso de 4 años.
- Lograr en un periodo de 6 años que los productos del portafolio de la empresa, estén compuestos en un 90% de material obtenido de un proceso de reciclaje, para la creación permanente de valores agregados asociados con la preservación y aprovechamiento del medio ambiente.



### 14.3 Diseño del Instrumento (encuesta – análisis cuantitativo)

**CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN  
SUPERIOR CUN  
SECCIONAL BOGOTÁ CENTRO  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
ESTUDIO DE MERCADEO**

La siguiente encuesta tiene como finalidad conocer la demanda en la ciudad de Bogotá de accesorios (bolsos y billeteras) elaborados con materiales reciclados que contribuyen a la conservación del medio ambiente.

**FECHA:**

**NOMBRE:**

**TELEFONO:**

**CORREO ELECTRONICO:**

Responda las siguientes preguntas con su criterio seleccionando la letra que corresponda a su decisión:

1. ¿Compra bolsos y billeteras?
  - a. Si
  - b. No
  
2. ¿Le gustaría bolsos y billeteras elaborados con materiales reciclables?
  - a. Si
  - b. No
  
3. ¿Qué le motiva adquirir productos con materiales reciclados?
  - a. Calidad
  - b. Acabado
  - c. Creatividad
  - d. Innovación
  - e. Conservación del medio ambiente
  
4. ¿Cuánto dinero está dispuesto a invertir en un bolso o billetera elaborado con materiales reciclados?
  - a. De 25.000 a 40.000
  - b. De 40.000 a 65.000
  - c. De 65 en adelante



5. ¿Cuándo compra este tipo de accesorios apoya la industria nacional?
  - a. Si
  - b. No
  
6. ¿Realiza alguna actividad para reciclar en interés del medio ambiente?
  - a. Si
  - b. No
  
7. ¿Qué importancia tiene para usted los siguientes factores a la hora de comprar un bolso o billetera?
  - a. Precio
  - b. Calidad
  - c. Utilidad
  - d. Diseño
  - e. Marca



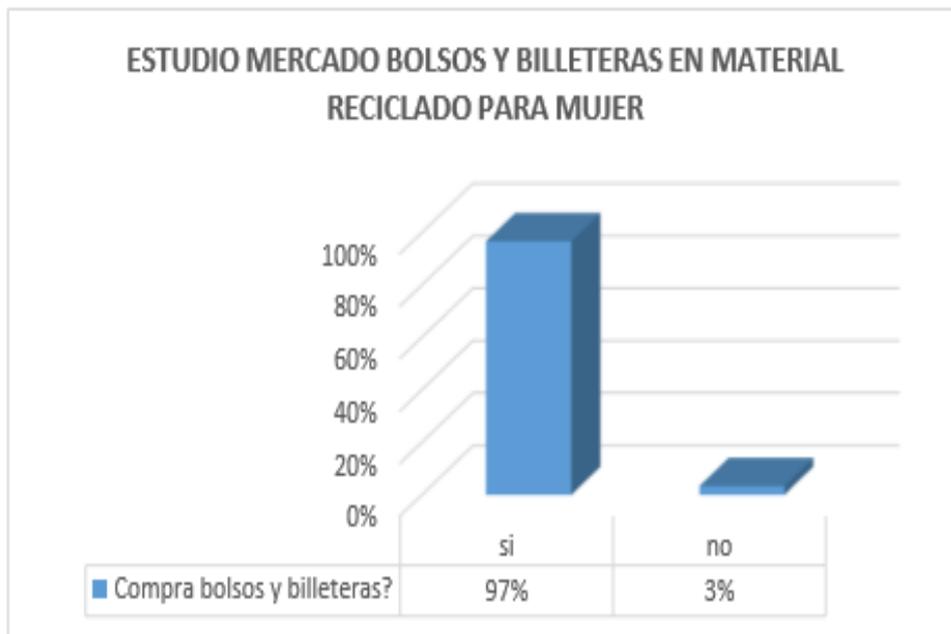
## 14.4 APLICACIÓN DE LA ENCUESTA

De acuerdo al diagnóstico realizado a un porcentaje de las mujeres de la ciudad de Bogotá estimamos la viabilidad de introducir bolsos y billeteras elaborado con materiales reciclados en su mercado.

Evidenciamos que los gustos y preferencias no varían y que además en un porcentaje del 90% estarían dispuestas a adquirirlo. Al realizar la investigación sobre la aceptación al introducir al mercado de la ciudad de Bogotá accesorios para la mujer (bolsos y billeteras elaborados en materiales reciclados se encontró que la mayor motivación de nuestros clientes potenciales sería la conservación del medio ambiente con un 67% frente a las demás opciones (12% creatividad, 5% innovación, 12% calidad) mostrando así una preocupación o interés a la conservación del entorno en la ciudad de Bogotá.

Gracias a la encuesta realizada se determinó que el 96% de la población está interesado en adquirir el producto para el cual el precio estimado se encuentra entre veinticinco mil y sesenta y cinco mil pesos debido a que el producto estará disponible y diseñado para los estratos 4 y 5.

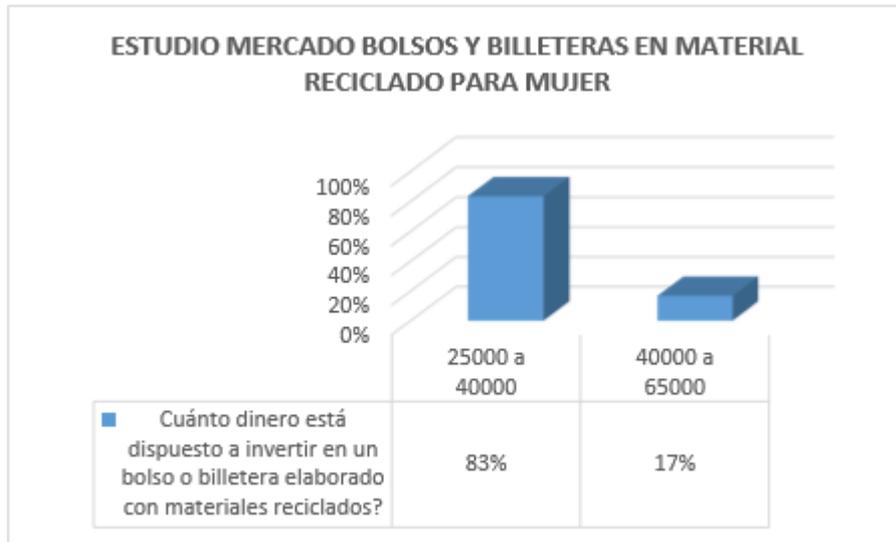
## 14.5. TABULACIÓN, HISTOGRAMAS



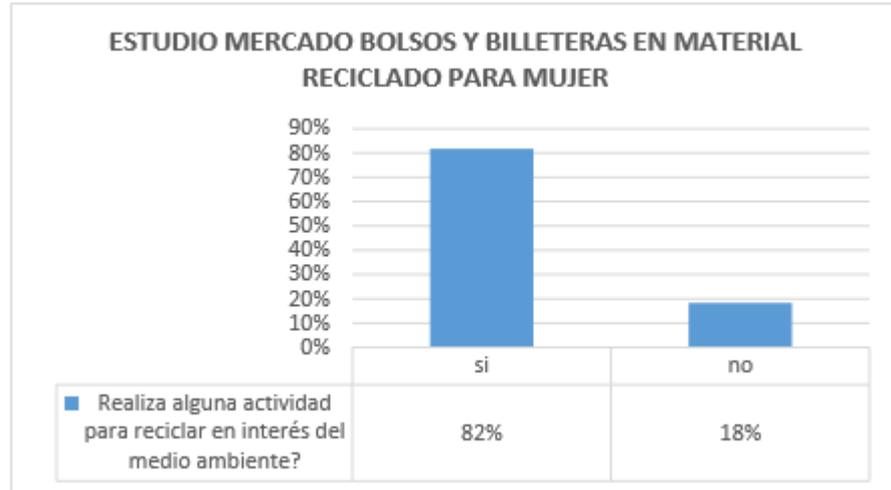
Interpretación: Para efectos de confirmar si usa este tipo de accesorios el resultado de esta pregunta determina que es el correcto pues el 97% de la



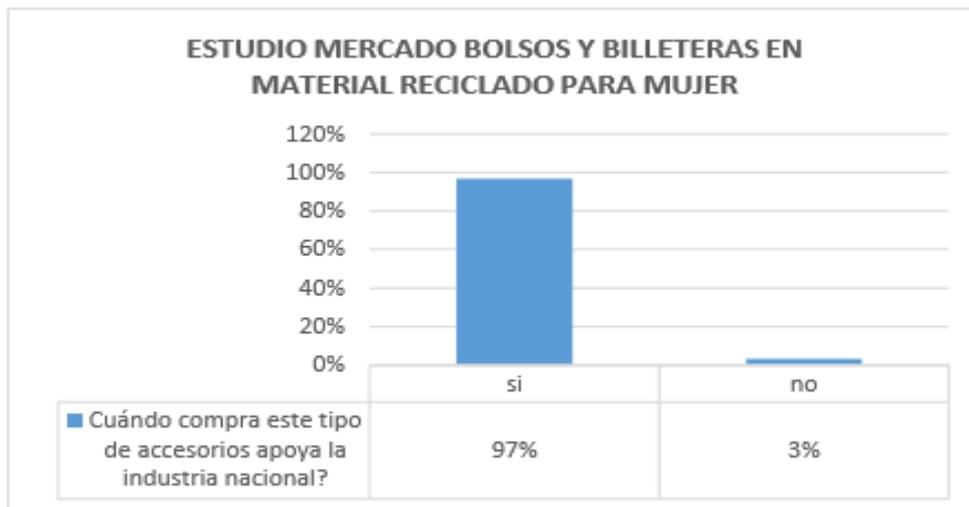
población está totalmente en de acuerdo con la compra de bolsos y billeteras, es decir, que este porcentaje las utiliza, al igual que el 3% que está en desacuerdo, porcentaje que podría sumar a favor del uso de los accesorios si se ofrecen productos de excelente diseño.



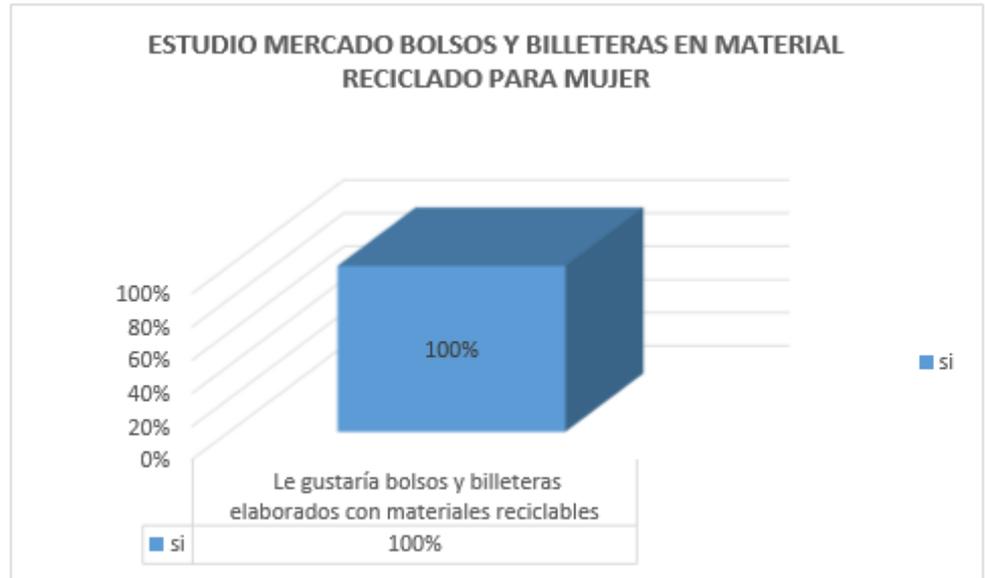
Interpretación: Los resultados de esta pregunta se resumen en que el 83% de la muestra está totalmente dispuesto hacer una inversión que se debe realizar a la hora de adquirir objetos personales; lo anterior concuerda con una de las características de los consumidores finales en el presente proyecto de investigación, pues las personas que hacen parte de este grupo pertenecen a estratos 3,4 y 5, por lo que, se su poder adquisitivo es alto. Por otro lado, siendo esta una minoría, el 17% está de acuerdo con una más alta inversión.



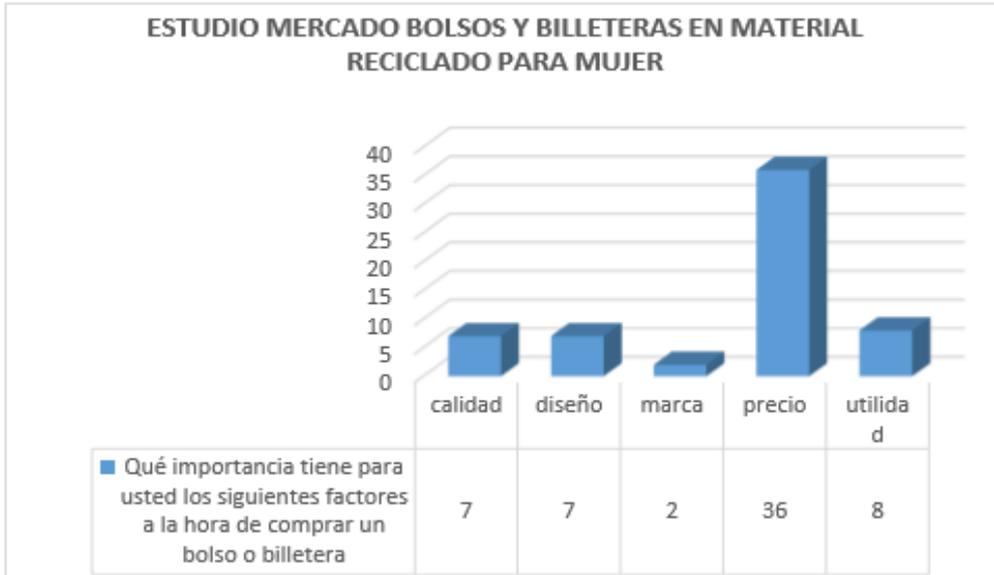
Interpretación: El compromiso medio ambiental de las personas que hacen parte del grupo objetivo del presente proyecto de investigación se encuentra distribuido en dos opciones a saber, el 82% se interesa y realiza actividades de reciclaje y el 18% de la muestra, no realiza este tipo de actividades.



Interpretación: El compromiso con la industria nacional de las personas que hacen parte del grupo objetivo del presente proyecto de investigación se encuentra distribuido en dos opciones a saber, el 97% está totalmente de acuerdo en apoyar y tan solo el 3% de la muestra está en desacuerdo,



Interpretación: Le gustaría bolsos y billeteras elaborados con materiales reciclados, podemos observar que los resultados son el 100 % de las personas que hacen parte del grupo objetivo y está totalmente de acuerdo en cuanto la elaboración en material reciclado. Este resultado nos indica un éxito con nuestros productos.



Interpretación: Relacionando esta pregunta están relacionados con las exigencias del cliente en el momento de su compra para este tipo de accesorios, se puede concluir que el 36% se va por el precio, el 8% indicó que la utilidad que le ofrece el producto, el 7% concibieron en el diseño y calidad, y tal solo el 2% se va por la marca. Esto nos confirma que podemos entrar al mercado con éxito.

## 15. PLAN DE MERCADEO

### 15.1 Análisis del Marketing Mix

Lanzar la marca ECO STILO, al mercado nacional buscando posicionarla como una empresa innovadora y ambientalmente amigable, que sea reconocida en el grupo objetivo como la opción ideal a la hora de adquirir productos o accesorios únicos en diseño y sistemas de producción.

#### 15.1.1 ESTRATEGIA DE PRODUCTO

Producto Desarrollo de prototipos que estén acordes con cada cliente (oferta personalizada) que guarde las características propias para la marca ECO STILO. Las billeteras y bolsos que se desean fabricar, están realizadas a partir del reciclaje y la reutilización del cartón de las cajas de Tetra Pak, las cuales se



pueden considerar la materia prima principal de las mismas; además, se complementan con telas especiales (lona, jean, malla, simulación cuero), para

Los bolsillos de éstas, y accesorios complementarios como botones, velcro y cremalleras. Finalmente, y como medio de protección para el cartón, se utiliza el vinilo necesario para cubrir las partes compuestas por el Tetra Pak. Se pretenden fabricar y distribuir varios modelos de bolsos y billeteras, principalmente tres modelos, en tamaños y con servicios diferentes.



### **15.1.2 ESTRATEGIA DE PLAZA**

El principal canal de distribución de ECO STILO, será la venta directa a través de nuestra tienda, sin embargo se implementará en la gestión comercial el by pass, con ventas por catálogo On Line, para llegar al mismo consumidor pero de manera directa.

### **15.1.3 ESTRATEGIA DE PRECIO**

La estrategia de precio que se tendrán en cuenta es el “descremado”, el cual involucran la fijación de precios altos y una intensa promoción del nuevo producto; está diseñado para obtener el mayor margen posible por unidad. Una pauta de comportamiento común es que el innovador del producto pone un precio inicial alto para recuperar tan rápidamente y tanto como le sea posible de la inversión realizada por la empresa. Tal estrategia es en particular



apropiada en mercados de nicho y donde los consumidores son relativamente insensibles al precio.

### 15.1.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

#### Publicidad

- Desarrollo de imagen corporativa
- Informar al cliente (1) sobre la existencia de la tienda en la zona, (2) portafolio de productos
- Persuadir al cliente a la compra del producto, destacando para ello la posibilidad de personalizar el producto y llevarlo al lugar que el cliente/usuario lo desee.
- Ganar visibilidad de marca y de producto en locaciones diferentes a nuestra tienda.

#### PIEZAS PUBLICITARIAS

##### ✓ Tarjeta de Bienvenida



##### ✓ Campaña Publicitaria

La campaña será el producto en sí, ya que el objetivo inicial es que se reconozca el producto antes que la marca, en este caso, se incluirían insertos con información de tipo ambiental, para lograr una estrategia de sensibilización



hacia el target y con proyección a futuro de una “comunidad amigable con el ambiente

### ✓ Implementación Página Web

Apoyo al proceso comunicativo, con los clientes de otros lugares de Bogotá y de sus alrededores; adicionalmente permitirá establecer relaciones directas y personalizadas con los clientes, generando bases de datos, y al mismo tiempo podrán ser evaluados los productos por los espectadores mediante la frecuencia de compra On Line.

## 16. DETERMINACIÓN DE PRECIOS

INSUMOS	PRESENTACION	CONSUMO	VALOR DE LA UNIDAD
MATERIAL TRANSFORMADO	Metros	1	20.000
TELA ESTILO CUERO	Centimetros	50	4.000
TELA SATINADA	Centimetros	50	3.700
ADHESIVO O SILICONA	Mililitros	50	1.800
BROCHES DE PRESION	Unidades	1	200
BROCHES DE LLAVERO	Unidades	2	1.200
ARGOLLAS METALICA DE 10MM DE BISUTERÍA	Unidades	5	800
CADENA DORADA O PLATEADA	Centimetros	110	2.000
CINTA ADHESIVA DE ENMASCARAR	Unidades	1	1.500
PIEDRAS BRILLANTES TRANSPARENTES ADHESIVAS	Unidades	30	2.400
BORLA	Unidades	1	2.000
HILO DE COLOR	Unidades	1	800
MANO DE OBRA	HORA	1	3.250
<b>COSTO DE PRODUCCION UNITARIO</b>		<b>\$</b>	<b>43.650</b>

SALARIO DE TRABAJADOR: \$ 780.000

$$780.000 / 30 =$$

26.000 Equivalente al valor por dia



$$26000 / 8 =$$

3.250 Equivale al valor por hora

- Costos Fijos

COMPOSICION DE COSTOS FIJOS		
TIPO	MENSUAL	ANUAL
ARRIENDO	1.000.000	12.000.000
SERVICIOS	475.000	5.700.000
SUELDO DE LOS EMPLEADOS ADMINISTRATIVOS	1.560.000	18.720.000
NUESTRO SUELDO	3.600.000	43.200.000
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>\$ 6.635.000</b>	<b>79.620.000</b>

Se evidencia que los costos Fijos ascienden en el primer año a \$ 79'620.000, de los cuales se destinan Arriendos 12'000.000, servicios \$ 5'700.000, sueldos administrativos 18'720.000 y socios 43'200.000.

- Precio

Ahora debemos saber el precio de venta del producto lo calculamos así:

Costo = 43.650

Rentabilidad 30% = 13.095

Equivale a 1.3

Precio del Producto = 56.745

Y para que los valores sean correctos realizamos la fórmula siguiente:

Precio = costo de producción + utilidad

$P = 43.650 + 13.095$

$P = 56.745$



● Etapas del Punto de equilibrio

$$\emptyset = I - E$$

$$\emptyset = PX - (CF + CVX)$$

$$\emptyset = 56.745X - (6.635.000 + 43.650X)$$

$$\emptyset = 13.095X - 6.635.000$$

$$\frac{6.635.000}{13.095} = X$$

507 = X → Estas unidades son las q tenemos q vender para conseguir el punto de equilibrio

**17. PROYECCIÓN DE VENTAS Y POLÍTICA DE CARTERA**

Las Ventas inician en el mes 01 del 2018. En el primer año se espera vender \$ 306.423.000 MILLONES DE PESOS

PERIODO	\$	PROM. MES	CRECIMIENTO ANUAL
AÑO 1	306.423.000	25.535.250	
AÑO 2	408.564.000	34.047.000	33.33%
AÑO 3	653.702.400	54.475.200	60%

En el segundo año se presupuesta incrementar las ventas un 33.33% teniendo ventas promedio mensuales \$34.047.000 Millones de pesos. Para el tercer año se espera tener ventas por \$ 54.475.200 Millones de pesos, correspondiente a un crecimiento del 60% con respecto al año anterior.

**POLÍTICA DE CARTERA**



Aunque no se realicen Ventas a Crédito En ECO STILO se Establecen algunas políticas de Cartera transparentes para lograr un proceso óptimo, mediante seguimiento y control, con el fin de obtener recaudos de forma oportuna y efectiva, de manera que la gestión garantice lineamientos y disposiciones para una circulación permanente de liquidez, construyendo relaciones estables y duraderas, mediante una adecuada gestión de cobro.



## 18. PRESUPUESTO DEL PLAN DE MARKETING

Presupuesto para acciones de marketing																
Categorías	Presupuesto Total	Gastado hasta Hoy	Presupuesto Restante	%Restante	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Software	85.000	61.000	24.000	28%	15.000	15.000	15.000	15.000							1.000	
Relaciones Públicas	50.000	43.500	6.500	13%	500	20.000		1.000	5.000	2.000		2.500	5.000	7.500		
Publicidad en Impresos (Diarios y Revistas)	50.000	42.600	7.400	15%	35.000		600	3.000			4.000					
Publicidad Online	60.000	55.000	5.000	8%	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	
Publicidad en TV	200.000	73.000	127.000	64%	35.000	30.000		500		1.500		1.000		5.000		
Publicidad en Radio	150.000	75.000	75.000	50%	20.000	40.000					10.000				5.000	
Eventos	300.000	135.000	165.000	55%	25.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000
Mantenimiento de página web	36.000	16.000	20.000	56%	12.000		2.000		2.000							
Merchandising	30.000	25.000	5.000	17%	5.000	5.000	2.000	2.000	2.000	5.000	2.000		2.000			
Diseño Grafico	50.000	46.000	4.000	8%	20.000	10.000	5.000	1.000				10.000				
<b>Total</b>	<b>1.011.000</b>	<b>572.100</b>	<b>438.900</b>	<b>43%</b>	<b>172.500</b>	<b>135.000</b>	<b>39.600</b>	<b>37.500</b>	<b>24.000</b>	<b>23.500</b>	<b>31.000</b>	<b>28.500</b>	<b>22.000</b>	<b>27.500</b>	<b>21.000</b>	<b>10.000</b>
		<b>Gasto Acumulado</b>			<b>172.500</b>	<b>140.000</b>	<b>12.000</b>	<b>7.000</b>	<b>3.000</b>	<b>5.000</b>	<b>2.000</b>	<b>-</b>	<b>12.000</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>



## CONCLUSIONES

- El Plan de Negocios desarrollado en el presente estudio permite establecer la viabilidad de la creación de una empresa productora y comercializadora de accesorios productos fabricados a partir de material proveniente del reciclaje, en este caso el cartón de Tetra Pak, la cual está fundamentada en los resultados de las encuestas con un porcentaje del 62.5%.
- En el mercado colombiano existe gran producción y venta (oferta y demanda) de billeteras fabricadas en diversos materiales, tal es el caso de la producción alto para el año 2010 de billeteras fabricadas en cuero y plástico, lona, etc. Siendo este un punto a favor para el desarrollo del presente estudio pues, además de poder llegar a estar en las mismas circunstancias debido a la oferta de billeteras como tal, se ofrece un valor agregado en los productos de ECO STILO, el cual se traduce en innovación, exclusividad y aporte a la conservación del medio ambiente.
- Mediante el análisis de la competencia realizado en el presente estudio, se puede afirmar que no existen antecedentes de empresas colombianas que se dediquen a producir y comercializar accesorios (Billeteras y bolsos), fabricados a partir de material proveniente del reciclaje.
- La creación de una empresa productora y comercializadora de eco-productos artesanal fabricados a partir de material proveniente del reciclaje, en este caso el cartón de Tetra Pak, contribuye en gran medida a la preservación del medio ambiente, gracias a la importancia que cobra dicho tema, específicamente con respecto al beneficio con el que se desea vender los bolsos y billeteras; un beneficio netamente de educación y conciencia ambiental. Gracias a la estrategia de precios establecida por ECO STILO S.A.S, la inversión inicial será recuperada rápidamente. Además estos precios están acordes al grupo de consumidores finales seleccionado por la empresa, el cual está caracterizado por ser insensible al nivel de precios, precisamente por el nivel de ingresos y por ende su poder adquisitivo.
- A través de la implementación de una Planeación Estratégica adecuada, donde se tiene en cuenta las diferentes etapas que la componen y donde la empresa construye sus cimientos, se contribuye al buen desempeño de la organización y al logro de los objetivos, propósitos y metas corporativas.

