



**COORPORACION UNIFCADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**PROYECTO DE GRADO 2 CREACION DE EMPRESA**  
**GUANTES DENI**

**PRESENTADO POR:**  
**JENNIFER PAOLA MANTILLA SAAVEDRA**  
**GRUPO: (10125)**

**DOCENTE:**  
**ANDREA JAKELINE MILLAN SANCHEZ**

**BOGOTA D.C**  
**2018 – II**

## Tabla de Contenido

1.	Parámetros metodológicos .....	4
1.1	Razón social, logo, lema .....	4
1.2	Problema (Análisis de las necesidades).....	4
1.3	Estudio de Prefactibilidad .....	5
1.4	Justificación .....	7
	Principios corporativos .....	8
1.5	Misión .....	8
1.6	visión.....	8
1.7	Objetivo General.....	8
1.8	Objetivos específicos .....	9
1.9	Valores institucionales .....	10
1.10	Diagnostico FODA .....	11
1.11	Estructura organizacional: organigrama .....	11
1.12	Referentes: conceptuales y contextuales.....	12
2.	Plan de acción de mercadeo .....	14
2.1	Creación de marca (nombre y logotipo) .....	14
2.2	Segmentación del mercado .....	14
2.3	Marketing Mix: análisis de la competencia, Bechmarketing.....	15
	Descripción del producto o servicio.....	15
	Portafolio.....	17
	Precio.....	19
	Plaza .....	20
	Promoción .....	20
2.4	Producto: ficha técnica, marca, empaque .....	22
2.5	Diagrama de servicio .....	23
2.6	Encuesta, tabulación y análisis de la información. ....	23
	Proceso de recolección de información.....	25
	Hallazgo de la información recolectada. ....	26
	Análisis de la información.....	26
	Tabulación.....	27
	Resultados de la información .....	28
2.7	Pentágono de perfilacion de clientes .....	29

Hipótesis.....	29
2.8 Publicidad: canales de comunicación digital – campaña publicitaria digital ..	31
2.9 Canales de distribución .....	32
2.10 Precio: gastos y costos .....	32
2.11 Análisis de Pestel, análisis Canvas .....	33
Modelo Canvas.....	34
2.12 Explicación de las 5 fuerzas de Porter .....	35

## 1. Parámetros metodológicos

### 1.1 Razón social, logo, lema



*" Sueña en grande la adquisición esta con nosotros "*

Razón social: manufacturera, correspondiente al CIU 1931, el cual habla de la fabricación de artículos de viaje, bolsos de mano y artículos similares, elaborados en cuero.

### 1.2 Problema (Análisis de las necesidades).

A la actualidad encontramos tres problemas uno principal es el tratado de libre comercio TLC con dos países que están afectando la fabricación y comercialización de guantes en cuero, el primer país es china con una firma de acuerdo bilateral en el mes de julio del 2012, el otro país es Japón con un acuerdo en el mes de septiembre del 2015.

Los dos países generaron estas firmas de acuerdo con Colombia con el fin de generar mejores relaciones económicas, como no lo indica el (Turismo, 2011), pero a la

actualidad encontramos ingreso de mercancía de cuero en estados de baja calidad, seguridad y confort.

Otra de las problemáticas actuales es el contrabando gracias al informe que nos suministra la página de (país, 2017) nos informa que a Colombia estimada mente la semana pasada en las fechas del año pasado se encontraron \$260.000 millones evaluados en bienes de contrabando, lo cual se adjudica 350.000 unidades marcadas como confecciones, textiles, calzado y para marroquinería se coloca una cifra de \$4.770 millones.

Ya por último la problemática que podemos evidenciar a simple vista es que nuestras manos se encuentran en constatare exposición a los cambios de climas, por lo tanto, la piel coge manchas, coge envejecimiento más rápido y su pigmentación cambia, se debe buscar una solución para este problema.

### 1.3 Estudio de Prefactibilidad

Quien:

Nuestra segmentación será para Niños (@), jóvenes, adultos y hasta personas de tercera edad, las cuales cuenten con el gusto de la compra de guantes en cuero, con excelente calidad, confort y seguridad, en su producto y en el servicio que le brindamos a nuestros clientes.

Que:

Somos una PYME encargada de la fabricación de accesorios de los cuidados de tus manos, ofreciendo servicio y productos de óptima calidad, confort y seguridad.

Donde:



Cuando:

Buscaremos darnos a conocer en las temporadas de mayor invierno y en las temporadas de enero y diciembre.

Porque:

Le brindaremos un producto con una excelente calidad, del cual podrá dar el cuidado necesario a tus manos, debido a que en algunas de las ocasiones no podemos darle.

Como:

Con ayuda de nuestros empleados, como lo serán talento humano, gerente, parte administrativa y operativa, permitirá que nuestro producto y en conjunto con el servicio le brindaremos un producto con excelente calidad; y a su vez por medio de anuncios publicitarios, páginas web y la voz a voz, daremos la comunicación de nuestro producto y servicio.

#### 1.4 Justificación

Principalmente surge idea de la Pyme de Guantes DENI en el año 2015 con el fin de brindar comodidad y bienestar a los consumidores de guantes en cuero, luego fue generando mayores beneficios como lo era el cuidado de sus manos por medio del conejo que era más caliente y la tela que es un algodón perchado.

Hemos ido evolucionando debido a las necesidades que nos presentaban los consumidores, como lo era productos de baja calidad y sus precios a veces eran muy elevados; por lo tanto, brindaremos guantes en cuero para el cuidado de tus manos con productos de calidad, confort y seguridad, generando beneficios de satisfacción de los consumidores de nuestros productos.

Primero dimos a conocer el producto puerta a puerta en almacenes, Gym y con vecinos, luego de dar a conocer el producto, con una identificación de nuestra población objetivo, empezamos a innovar en los productos, por medio de los modelos básicos y al gusto de la gente.

Nuestra población objetivo son aquellos consumidores mujeres y hombres que estén interesados en los guantes en cuero; que busquen el cuidado de sus manos y con ello productos de calidad, la utilización de accesorios de última gama e innovadores, para de esta manera generar un reconocimiento en Guantes DENI y una expansión mayor.

## **Principios corporativos**

### 1.5 Misión

Somos una PYME dedicada a la fabricación y comercialización de guantes en cuero, enfocada para la protección y cuidado de tus manos, lo que buscamos es ofrecerte calidad, confort y confiabilidad en el producto a adquirir, por medio de la marca guantes DENI.

### 1.6 visión

Como PYME queremos que para el 2023 ser líder nacional en la venta de productos en cuero, con altos niveles de producción, crecimiento e innovación; con el fin de cumplir a cabalidad la satisfacción del cliente en los productos en cuero, ya siendo guantes, correas, monederos, billeteras, chaquetas, bolsos.

### 1.7 Objetivo General

Somos una Pyme de Guantes DENI, encargada de la fabricación y comercialización de los guantes en cuero, utilizando tecnología de última gama, materias primas de alta calidad y seguridad, para de esta manera generar productos excelentes y que cumplan la satisfacción de los clientes.

## 1.8 Objetivos específicos

- Realizar una investigación acerca del consumo de los productos en cuero más específicamente en guantes en cuero indagando las causas, consecuencias y necesidades del consumo de ello.
- Identificar la población objetivo, indagando sobre las necesidades y características que la población presente al momento del consumo de los productos en cuero.
- Innovar en lo Guantes DENI creando un fin específico como lo es satisfacer las necesidades de los consumidores.
- Elaborar estrategias de mercado donde se observe el producto, precio, plaza y promoción.
- Dar a conocer nuestro producto por medio de portafolios de productos y/o servicios, anuncios publicitarios para la población objetiva.

## 1.9 Valores institucionales

**Sentido de pertenencia:** Nuestros colaboradores se sienten identificados con la marca que estamos trabajando, es por esta razón que trabajan a gusto entregando a los clientes un producto de alta calidad y ayudando para que las materias primas sean aprovechadas al máximo generando un ambiente laboral cálido.

**Respeto:** Lo más importante para nosotros es la dignidad humana, por esta razón cada persona es tratada de la manera como nos gustaría que nos trataran a nosotros mismos, se tiene muy en cuenta la opinión y no se trata de modificar por paradigmas, los clientes y colaboradores son nuestra razón de ser por lo tanto el trato hacia ellos es de respeto.

**Responsabilidad:** Estamos empeñados en entregar productos de alta calidad es por esta razón que día a día nos esforzamos en cumplir horarios y fabricar nuestros productos con altos estándares de calidad.

**La dignidad del ser humano:** Para nuestra empresa el recurso más importante es el talento humano, por esta razón somos enfáticos en que nuestros colaboradores estén a gusto en sus cargos y que sus derechos no sean vulnerados, un colaborador a gusto nos ayuda a tener un servicio de calidad.

**Creatividad e innovación:** Queremos ser una empresa líder en el sector en el que nos encontramos, nos caracterizan nuestros productos nuevos e innovadores, los cuales

nos ayudan a estar un paso adelante de la competencia, gracias a nuestras materias primas de excelente calidad podemos elaborar productos nuevos que satisfacen las necesidades de nuestros clientes.

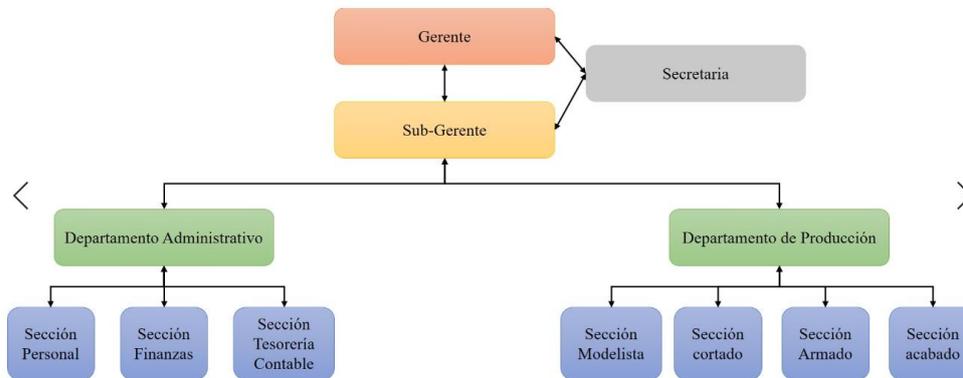
### 1.10 Diagnostico DOFA

<p><b>Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de capacitación.</li> <li>• Falta de presupuesto para materiales.</li> <li>• Falta de reconocimiento en los medios publicitarios frente a la PYME.</li> </ul>	<p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crecimiento de proyectos inmobiliarios a nivel a nacional.</li> <li>• Variedad frente accesorios de productos en cuero.</li> </ul>
<p><b>Fortalezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Precios accesibles.</li> <li>• 100% cuero.</li> <li>• Guantes para moto, carro, bicicleta, GYM, uso diario.</li> <li>• Se ofrece calidad, confort y confiabilidad</li> </ul>	<p><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mucha competencia laboral.</li> <li>• Gente con más experiencia.</li> <li>• Uso de materiales similares al cuero.</li> </ul>

*1.Fuente: Elaboración propia*

Las estrategias a implementar son el reconocimiento a profundidad con respecto a la competencia, los diferentes tipos de cueros que se puedan incursionar en el producto, las diferentes ofertas que se les brindara al consumidor, al momento y durante la adquisición del producto.

### 1.11 Estructura organizacional: organigrama



*Fuente: Elaboración propia*

### 1.12 Referentes: conceptuales y contextuales

Con ayuda de estos conceptos permitiremos a nuestros lectores, tener un mejor entendimiento; y así tener mayor claridad frente a la lectura del proyecto a leer, con base a la marroquinería en cuero:

**Pyme:** Es llamadas de esta forma a las empresas dedicadas a ser pequeñas o medianas, donde su número de trabajadores o ingresos son reducidos y no superan más de 50 trabajadores.

**Cuero:** Es un producto tangible, del cual es representado por medio de la piel de un animal, y por lo tanto cuenta con un proceso para su purificación y mejor elaboración de ello.

**Guantes en cuero:** Es un producto tangible, el cual brinda siempre protección para la mano y toda esta según determinado el uso de ellos, hay diferentes estilos y diseños.

**Innovación:** Es un cambio o remodelación sobre un bien o servicio, ya anteriormente puesto a la disposición de los consumidores.

Con base a esto indicaremos que, gracias a la Alcaldía mayor de Bogotá, nuestra referencia contextual nos aporta que según el internacional footwear and leather show (IFLS), el cual es un evento especializado en la exhibición de calzado, marroquinería y prendas de vestir en cuero, le permite nuevamente a Colombia y más precisamente a Bogotá.

Dar mayor reconocimiento frente a las PYMES especialista en las prendas en cuero, podemos dar evidencia de la tercera “feria de moda, cuero, calzado y marroquinería”, que fue realizada en el Restrepo, el día 28 y 29 de julio del año 2018, sobre el parque la Valvanera, Calle 17 Sur con Carrera 24G, a partir de las 9:00 de la mañana.

El cual busco ofrecer a los consumidores la adquisición de estos productos a precios especiales y sin intermediarios, también buscando el reconocimiento de la trayectoria de la industria y el crecimiento económico de los futuros empresarios y los que presentan una decadencia debido a diversos motivos. (Tiempo, 2018).

## 2. Plan de acción de mercadeo

### 2.1 Creación de marca (nombre y logotipo)



### 2.2 Segmentación del mercado

Nuestra idea de negocio pertenece al sector manufacturero, debido a la producción que se tiene a lo largo de la cadena, en los zoocriaderos amigables con el medio ambiente, nuestro producto es provenientes de las transformaciones de las pieles que se les dan a los animales, por lo tanto, se utiliza como bases para la fabricación de los Guantes DENI.

Por otro lado, nos dirigiremos a Niños (@), jóvenes, adultos y hasta personas de tercera edad, entre los 7 a 60 años, que no presenten malformaciones en las manos y a ellos se les ofrecerá cuero de óptima calidad y confort, como lo será napa, cabrito, becerro, en diferentes tonalidades.

### 2.3 Marketing Mix: análisis de la competencia, Bechmarketing

#### Descripción del producto o servicio

Primero daremos inicio a la explicación; somos una microempresa dedicada a la fabricación y producción de guantes en cuero, nuestro nombre DENI es indicado según las siglas de cada integrante de la familia, debido a que la microempresa es familiar, somos cuatro integrantes donde lidera la hija mayor, luego viene la hija menor y las personas a cargo de las ejecuciones de la microempresa mama y papa.

Para dar inicio a la explicación del producto debemos tener encuentran los diferentes estilos que se manejan en Guantes DENI, como lo son guantes de dedos largos también llamados militares, con especificaciones concretas como lo son en conejo o tela, por otro lado, los medios dedos, también llamados digitales.

Otros son los de GYM similares a los de medios dedos, pero con diferencia que contara con una correa larga que esta puesta sobre la muñeca para crearle fuerza a ella, ya por último se contara con los guantes para moto, todos estos diseños se manejan diferentes diseños, colores, texturas y colocación de accesorios.

Empezaremos a hablar sobre el producto los guantes serán fabricados en cuero como lo es la napa, el cabrito y el becerro, contado con costuras internas o externas, por dentro del guante se contara con conejo o tela (algodón perchado), costuras y puntadas

delicadas para un toque de finura en el guante, contando con un broche plástico en la parte de la palma de la mano o en el dorso de la mano, resorte sobre la muñeca para mejor ajuste en la mano y ya sea según el cliente lo indique accesorios sobre el guante, como lo son cremalleras, taches de diferentes formas, reflectivos, logos.

Nuestro primer diseño es el de dedos largos como ya mencionado anteriormente serán con costuras internas o externas, conformados con conejo o tela (algodón perchado), también con resorte en la muñeca, lo innovador de este producto es que contara con diferentes texturas del cuero, es decir el cuero no siempre será liso, contara con la implementación de accesorios según el gusto del cliente.

El segundo diseño a presentar son los dedos cortos, estos se cuentan con diferentes diseños, como lo son con media luna sobre el dorso de la mano, con broche o velcro, en la palma una almohadilla, huecos pequeños para una mejor transpiración de la mano y su resorte sobre el dorso o palma de la mano todo esto según petición del usuario.

A parte de ese diseño, se contará con otro que es en el dorso de la mano se ubicará una especie de monedero, en la palma se contará con la almohadilla y según el gusto del usuario será con broche o velcro, y su resorte será ubicado en la palma o en el dorso de la mano.

Otro diseño es en la parte del dorso de la mano se colocarán accesorios según petición del cliente, en la palma se contará con la almohadilla y a elección se colocará el resorte.

Nuestro tercer diseño son los de GYM también se cuenta con las mismas especificaciones del guante de dedos cortos, lo único que generara diferencia es que es su palma contara con una almohadilla de mayor refuerzo, que será iniciada desde los dedos hasta antes de llegar a la muñeca, contara con el resorte en la palma o en el dorso y por ultimo su correa estará constituida de cuero generando un mayor ajuste en la muñeca.

Nuestro tercer diseño son los guantes en moto estos contarán con diseños de taches en espuma para los dedos y el dorso de la mano, con cremallera ya sea de color plateada o negra y con reflectivos indicados en la mitad de la mano, contarán con la almohadilla de refuerzo en la palma de la mano, por dentro del guante estará conformado por guata y tela (algodón perchado).

Actualmente estos guantes están empacados en bolsas biodegradables, otro implemento es que contarán con una medallita en color plata o dorado, donde indicara el nombre de la microempresa, es decir DENI, nuestros productos siempre serán basados por la calidad, confort y seguridad que brindaremos en nuestro producto.

Portafolio





## Precio

En el siguiente cuadro se realizará un coste de los implementos a utilizar, esto con el fin de demostrar lo rentable que puede llegar a ser uno de los productos del portafolio que ofreceremos, teniendo en cuenta los precios del mercado:

materia prima directa					manode obra directa					costos indirectos de fabricacion	
materia	unidades	cantidad	vr. Unitario	costo total	operario	unidades	n° horas	v/hora	v/ total	descripcion	valor total
cuero (napa o cabrito)	decimetros	35	\$ 350	\$ 12.250	corte	horas hombre	0,6	\$ 3.928	\$ 2.357	herramientas utilizadas en la fabric	\$ 200.000
piel de conejo	unidad	1	\$ 8.500	\$ 8.500	coseedor	horas hombre	0,75	\$ 4.439	\$ 3.329	depreciacion	\$ 100.000
tela (olimpio)	decimetros	6	\$ 800	\$ 4.800						agujas	\$ 5.000
agujas	unidad	2	\$ 500	\$ 1.000						hilo	\$ 7.000
										pegante	\$ 15.000
										pintura	\$ 17.000
										broches	\$ 500
TOTAL			\$ 10.150	\$ 26.550				\$ 8.367	\$ 5.686		\$ 344.500
											\$ 1.723
									\$	33.958	\$ 7.199.167

Listado de suministros de los guantes en cuero							
	TOTAL	TOTAL	Materiales Directos	Mano de Obra Directa	CIF	Costos Fijos	Costos Variables
cuero (napa o cabrito)		\$ 12.250	\$ 12.250				\$ 12.250
piel de conejo		\$ 8.500	\$ 8.500				\$ 8.500
tela (olimpo)		\$ 4.800	\$ 4.800				\$ 4.800
agujas		\$ 5.000	\$ 5.000				\$ 5.000
hilo		\$ 7.000	\$ 7.000				\$ 7.000
pegante		\$ 15.000	\$ 15.000				\$ 15.000
pintura		\$ 17.000	\$ 17.000				\$ 17.000
broches		\$ 500	\$ 500				\$ 500
herramientas utilizadas en la fabrica		\$ 200.000			\$ 200.000		\$ 200.000
depreciacion		\$ 100.000			\$ 100.000	\$ 100.000	
sueldos obreros de produccion corte	\$ 480.000	\$ 480.000		\$ 480.000		\$ 480.000	

## Plaza

Nuestro canal de distribución se basará en tres partes:

- Venta al detal, donde funcionara en el mismo local de la planta de procesos.
- Se harán ventas a proveedores al por mayor, y fuera de Bogotá.
- Trabajaremos de la mano de aplicaciones de domicilio, medianas y grandes superficies y el uso de los tics.

## Promoción

Trabajaremos con aplicaciones o también llamadas páginas web, donde se ofrecerá, descuento por ventas al por mayor o en fechas especiales. Donde se destinarán recursos exclusivos para el reconocimiento mayor del producto, generando la mayor confianza con nuestro consumidor.

## Benchmarking

A la actualidad encontramos tres competidores, uno de ellos en Mario Hernández, un reconocido creador de productos en cuero, el otro Julia de Rodríguez, son reconocidos por las creaciones de productos en cuero, pero la producción de ellos está más dada en monederos, billeteras, correas, zapatos entre otros.

Pero la producción fuerte de mi PYME que son los guantes en cuero, ellos no los tiene incursionado, debido a que Julia de Rodríguez, dejó de existir en este año presente y Mario Hernández, tiene productos, pero más incursionados en hombres y los diseños son estándares y no tan innovadores.

Cuenta con excelente máquinas y tecnología, reconocimiento, pero la fabricación de los guantes no son el fuerte.

## 2.4 Producto: ficha técnica, marca, empaque

### Ficha técnica

#### descripción del producto

Guantes DENI ofrecerá productos en cuero como lo es la napa, el cabrito y el becerro, teniendo por dentro conejo, tela o sencillos, siendo con diseños innovadores y según a petición del consumidor será su diseño con base a unos modelos estándar.

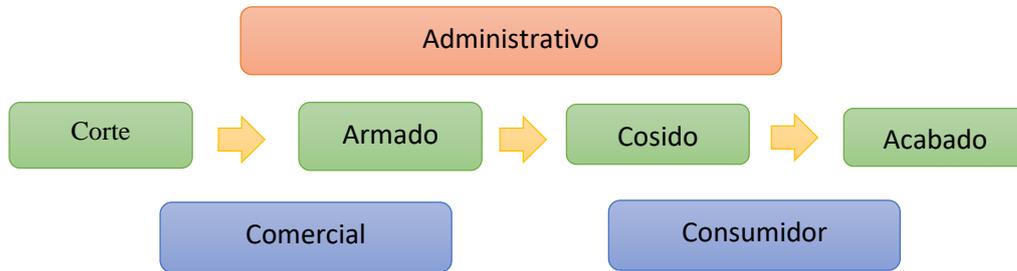


<b>presentación</b>	Contando con diferentes tallajes como lo son 8, 8 ½, 9, 9 ½, 10, 10 ½, 12 y 14; con diseños innovadores y tonalidades cálidas y oscuras.
<b>Precios</b>	Según los diseños implementados se colocan un promedio como lo son: Guantes dedo largo: entre \$30.000 hasta \$40.000 mil pesos Guantes dedo corto: entre \$25.000 hasta \$30.000 mil pesos Guantes para GYM: entre \$30.000 hasta \$40.000 mil pesos Guantes para moto: entre \$ 40.000 hasta \$60.000 mil pesos
<b>recomendaciones de uso</b>	El guante está a uso según la petición del cliente, se debe tener en cuenta que al contando con el agua, debe dejar el producto en un lugar donde provee, harta ventilación y no expuesto al sol.

*Fuente: Elaboración propia*

Empaque: se presentará en una bolsa con puesta de material biodegradable, de color café, negro o azul oscuro.

## 2.5 Diagrama de servicio



Fuente: Elaboración propia

## 2.6 Encuesta, tabulación y análisis de la información.

**3. La entrevista**

La siguiente información se presenta para identificar el valor que tiene en el mercado los guantes en cuero.

Genero:  
Edad:  
Nivel socioeconómico:  
Estado civil:

1. ¿Usted conoce los productos en cuero?  
Si  
No

2. ¿Qué productos en cuero ha utilizado?  
Chaquetas  
Bolsos  
Billeteras  
Guantes  
Otro: ¿Cuál?

3. ¿Compra guantes en cuero?  
Si  
No

4. ¿Utiliza guantes en cuero?  
Si  
No

5. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por un par de guantes en cuero?  
30.000 a 40.000  
51.000 a 70.000  
71.000 a 90.000

6. ¿Por lo general donde compra productos de cuero?

Tienda de barrio  
Callesas remotas  
Ninguna

7. ¿Dónde le gustaría adquirir los guantes en cuero?  
Barras comerciales  
Páginas amarillas  
Tienda de barrio  
Otro: ¿Cuál?

8. ¿Qué espera que tenga unos guantes en cuero?  
Calidad  
Confort  
Seguridad  
Versatilidad  
Otro: ¿Cuál?

9. ¿Suena comprar productos con garantía prolongada si están disponibles?  
Si  
No

10. Si en respuesta a la pregunta anterior es afirmativa, ¿Cuánta garantía le gustaría recibir por unos guantes en cuero?  
5 a 15 días  
16 a 30 días  
28 a 30 días

La siguiente información se presenta para identificar el valor que tiene en el mercado los guantes en cuero.

Genero:

Edad:

Nivel socioeconómico:

Estado civil:

1. ¿Usted conoce los productos en cuero?

Si

No

2. ¿Qué productos en cuero ha utilizado?

Chaquetas

Monederos

Billeteras

Guantes

Otro, ¿cuál?

3. ¿Compraría guantes en cuero?

Si

No

4. ¿Utilizaría guantes en cuero?

Si

No

5. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por un par de guantes en cuero?

30.000 a 50.000

51.000 a 70.000

71.000 a 90.000

6. ¿Por lo general donde compra productos de cuero?

Tiendas de barrio

Cadenas minorías

Ninguna

7. ¿Dónde le gustaría adquirir los guantes en cuero?

Redes sociales

Páginas amarillas

Tiendas de barrio

Otro, ¿Cuál?

8. ¿Qué espera que tenga unos guantes en cuero?

Calidad

Confort

Seguridad

Viabilidad

Otro, ¿Cuál?

9. ¿Sueles comprar productos con garantía prolongada si están disponibles?

Si

No

10. Si su respuesta a la pregunta anterior es afirmativa, ¿Cuánta garantía le gustaría recibir por unos guantes en cuero?

5 a 15 días

16 a 25 días

26 a 30 días

Proceso de recolección de información

La muestra se realizó en la localidad de Candelaria y Suba, de las cuales se obtendrán 10 encuestas que se les realizarán a las personas mayores de 18 años. Con el fin de identificar si el producto es viable al comercio.

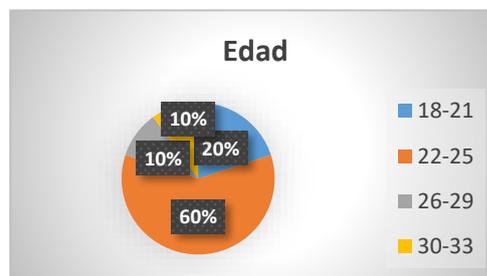
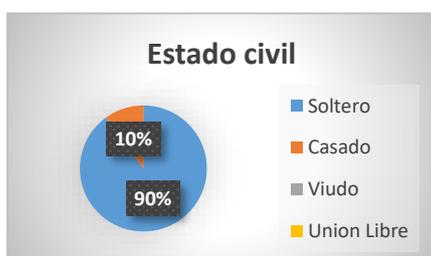
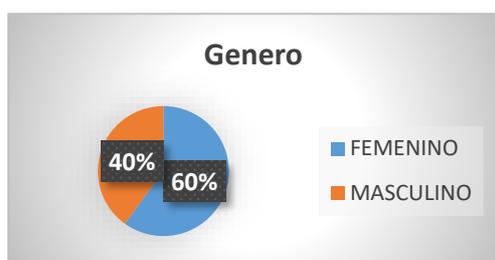
Hallazgo de la información recolectada.

*Información sobre la idea de negocio*

Objetivo	Diagnosticar el nivel de aceptación para el producto de guantes DENI.
Numero De Encuestas	10 encuestas
Cantidad De Preguntas Lugar De Aplicación De Las Encuestas	10 preguntas de tipo cualitativo y cuantitativo.
Lugar De Aplicación De Las Encuestas	Bogotá D.C (candelaria y suba)
Fecha	Mes de octubre del 2017.

*Fuente: Elaboración propia*

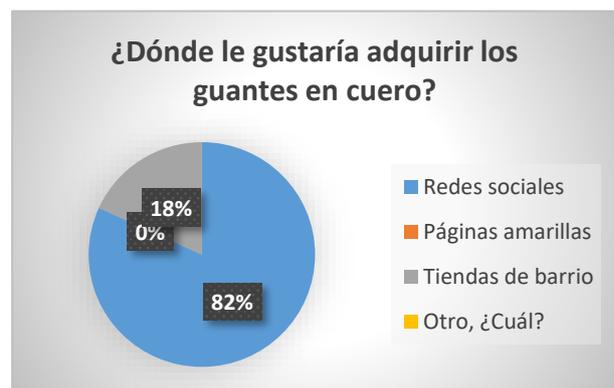
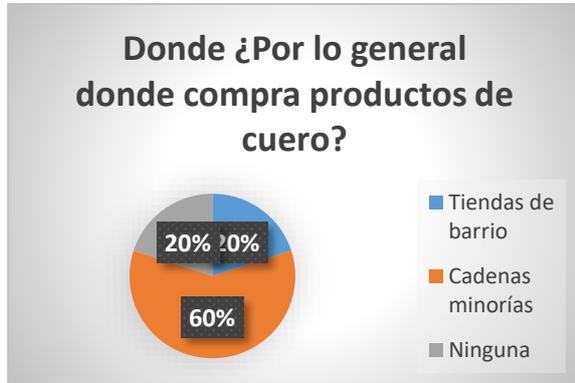
Análisis de la información



Según las encuestas realizadas podemos identificar lo siguiente con un 40 % en el género masculino y con un 60% para género femenino, corresponden con edades de 18 a 21 años con un 20%, de 22 a 25 años un 60%, de 26 a 29 años un 10% y de 30 a 33 años otro 10%.

Con respecto a esos valores anteriores identificamos que 90% de los encuestados están solteros y un 10% están casados, contando con un nivel socioeconómico medio.

## Tabulación





## Resultados de la información

Podemos observar que de la tabulación anterior se puede determinar que la población encuestada ha utilizado productos en cuero, donde los productos con mayor uso son la chaqueta con un 37%, por otro lado, con un 90% de nuestros encuestados informan que comprarían guantes en cuero y con un 70% los utilizarían.

Con un 50% estaría dispuesto a pagar entre \$30.000 mil pesos a \$50.000 mil pesos, donde con un 60% serían las cadenas minorías las distribuidoras de los guantes en cuero y con un 82% las redes sociales serían las formas también de conocimiento de los productos.

Piden principalmente calidad con un 41%, confort 27% y seguridad con un 32%, informando que les gustaría contar con una garantía de 16 a 25 días con un 56 % de la población encuestada.

## 2.7 Pentágono de perfilacion de clientes

### Hipótesis

¿El producto o servicio que ofrece suple o supera soluciones existentes?

Sí, porque brinda al consumidor una protección y confort en las manos, generado una mayor seguridad y calidad por medio de estilos innovadores.

¿Habrá suficientes personas que compre el producto o servicio a ofrecer?

Sí, porque para la adquisición de producto, lo pueden adquirir personas hasta de extractos bajos, medios y hasta altos.

¿Cuál es la adaptación del producto o servicio?

Llegamos a identificar que somos unos vendedores llamados adaptadores tempranos, porque nuestro objetivo es la venta de guantes en cuero, para la protección y cuidado de las manos y con esto los consumidores comprenden y disfruten del producto.

¿Quién es nuestro cliente y usuario potencial?

Personas entre los 7 a 60 años

¿Qué necesidades tienen?

Las inconformidades con los productos que se presentan de baja calidad y precios elevado, por otro lado, el cuidado y la protección de las manos.

¿Qué espera que ocurra cuando usa el producto?

Que cumpla con las necesidades que presentan nuestros usuarios, adicional que ofrezcan comodidad y bienestar al momento de su uso.

¿Qué espera que ocurra cuando usa el producto?

Que proteja y cuide las manos de nuestros consumidores con respaldos de calidad, confort y seguridad.

¿Qué productos está usando o contratando actualmente para suplir esa necesidad?

Lo que informa los consumidores son los productos provenientes del mercado internacional debido a sus precios, pero su calidad es muy baja.

¿Problemas e inconformidades tiene el usuario con la solución actual?

Productos poco duraderos, con calidad baja y visualización no adecuada, por otro lado, sus precios en algunos casos son elevados.

¿Cuánto invierte en las soluciones actuales?

Usuarios nos informan que pueden invertir desde \$20.000 hasta \$70.000

¿A través de que canales los adquieren?

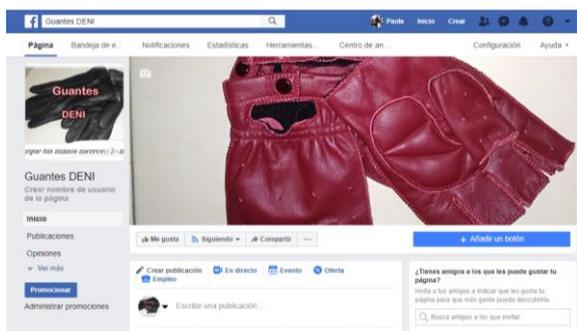
Por medio de internet, la voz a voz o almacenes de cadena.

¿Qué tan grande es el grupo de personas que tiene esa necesidad?

Según los comentarios de los usuarios se podría decir que es de término medio de la población.

## 2.8 Publicidad: canales de comunicación digital – campaña publicitaria digital

[https://www.facebook.com/Guantes-DENI-554205941668801/?modal=admin\\_todo\\_tour](https://www.facebook.com/Guantes-DENI-554205941668801/?modal=admin_todo_tour)



## 2.9 Canales de distribución



## 2.10 Precio: gastos y costos

Listado de suministros de los guantes en cuero							
	TOTAL	TOTAL	Materiales Directos	Mano de Obra Directa	CIF	Costos Fijos	Costos Variables
cuero (napa o cabrito)		\$ 12.250	\$ 12.250				\$ 12.250
piel de conejo		\$ 8.500	\$ 8.500				\$ 8.500
tela (olimp)		\$ 4.800	\$ 4.800				\$ 4.800
agujas		\$ 5.000	\$ 5.000				\$ 5.000
hilo		\$ 7.000	\$ 7.000				\$ 7.000
pegante		\$ 15.000	\$ 15.000				\$ 15.000
pintura		\$ 17.000	\$ 17.000				\$ 17.000
broches		\$ 500	\$ 500				\$ 500
herramientas utilizadas en la fabrica		\$ 200.000			\$ 200.000		\$ 200.000
depreciacion		\$ 100.000			\$ 100.000	\$ 100.000	
sueldos obreros de produccion corte	\$ 480.000	\$ 480.000		\$ 480.000		\$ 480.000	

materia prima directa					manode obra directa					costos indirectos de fabricacion	
material	unidades	cantidad	vr. Unitario	costo total	operario	unidades	n° horas	v/hora	v/ total	descripcion	valor total
cuero (napa o cabrito)	decimetros	35	\$ 350	\$ 12.250	corte	horas hombre	0,8	\$ 3.928	\$ 2.357	herramientas utilizadas en la fabrica	\$ 200.000
piel de conejo	unidad	1	\$ 8.500	\$ 8.500	cosedor	horas hombre	0,75	\$ 4.439	\$ 3.329	depreciacion	\$ 100.000
tela (olimp)	decimetros	6	\$ 800	\$ 4.800						agujas	\$ 5.000
agujas	unidad	2	\$ 500	\$ 1.000						hilo	\$ 7.000
										pegante	\$ 15.000
										pintura	\$ 17.000
										broches	\$ 500
TOTAL			\$ 10.150	\$ 26.550				\$ 8.367	\$ 5.686		\$ 344.500
											\$ 1.723
									\$ 33.958	\$ 7.199.167	

Estado de costos de producción y ventas		ESTADO DE RESULTADOS	
ESTADO DE COSTOS DE PRODUCCION Y VENTAS			
	TOTAL		
MATERIALES DIRECTOS	\$ 70.050	VENTAS	\$ 7.566.307
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 1.740.271	COSTO DE VENTAS	\$ 2.110.321
CIF	\$ 300.000	UTILIDAD BRUTA VENTAS	\$ 5.455.986
COSTOS DE PRODUCCION	\$ 2.110.321	GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 2.149.191
INV. INICIAL PROD. PROCESO	\$ -	GASTOS VENTAS	\$ 1.264.059
INV. FINAL PROD. PROCESO	\$ -	GASTOS FINANCIEROS	\$ 20.000
TOTAL COSTOS PROD. PROCESO	\$ 2.110.321	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 865.132
INV. INICIAL PROD. TERMINADOS	\$ -	IMPUESTOS DE RENTA	\$ 294.145
INV. FINAL PROD. TERMINADOS	\$ -	UTILIDAD NETA	\$ 570.987
COSTO TOTAL VENTAS	\$ 2.110.321		

## 2.11 Análisis de Pestel, análisis Canvas

Para definir el contexto de la microempresa Guantes DENI tomaremos en cuenta unos factores, como lo son:

**Políticos:** Los cuales son generados en desventaja con respecto a factores como lo son el TLC y el contrabando en Colombia, por otro lado, se encuentran los impuestos instalados por el gobierno colombiano.

**Económicos:** Es un factor que nos puede ayudar a determinar las ventajas que causan los factores económicos frente al mercado de guantes en cuero, como lo podría ser la inflación, el PIB y el PNB.

**Este Socioculturales:** Aquí nos beneficiaremos debido a las nuevas tendencias nos permitirán utilizarlo para mejorar nuestros productos y colocarlos con mayores beneficios, para el cumplimiento de la satisfacción del cliente.

**Tecnológicos:** Nos beneficiaremos con las TIC o diferentes formas de dar a conocer producto o servicios, para que de esta manera ser reconocidos nuestros productos de manera más ágil y pronta, para la adquisición de ellos.

**Ecológicos:** Aquí encontraremos grandes desventajas debido a la relación del maltrato animal, para la utilización de las pieles y demás cosas, por otro lado, los constantes cambios de climas debido a que la producción y comercialización del producto se no podría realizar con los tiempos establecidos.

Pero se contrarrestará con el uso adecuado de bolsas biodegradables, las cuales ayudaran a mitigar el impacto de las bolsas plásticas, y se está colocando a consideración los químicos que se intervienen en los procesos de fabricación del cuero.

## Modelo Canvas

<p><b>Asociaciones Clave</b> </p> <p>*Empleado para la fabricación y comercialización del producto.</p> <p>*Medio de transporte</p> <p>*Proveedores</p> <p>*Accionistas</p>	<p><b>Actividades clave</b> </p> <p>La actividad clave de mi propuesta de valor es la adquisición de las materias primas para poder realizar la fabricación y comercialización de los guantes.</p> <p><b>Recursos clave</b> </p> <p>*Materia Prima.</p> <p>*Redes sociales o paginas Web.</p> <p>*Medio de transporte.</p> <p>*Empleados</p>	<p><b>Valor añadido</b> </p> <p>*Le estamos brindando un producto 100% en cuero, con modelos innovadores y con base a diseños estándares, podrán crear el estilo que deseen, podrán contar con variedad de colores.</p> <p>*Estamos dando solución a la ausencia de productos garantizados y con excelente calidad; que cuenten con diseños innovadores.</p> <p>*Ofrecemos guantes en cuero, 100% cuero.</p>	<p><b>Relaciones con los clientes</b> </p> <p>Tendremos una relación vía verbal y/o escrita, debido a los canales que nos daremos a conocer.</p> <p><b>Canales</b> </p> <p>Por medio de páginas web, (mercado libre, Wix, Facebook), por otro lado la voz a voz</p>	<p><b>Clientes</b> </p> <p>*creamos valor para aquellas personas interesadas en la adquisición de guantes en cuero, de todo tipo de diseños y 100% garantizado en "cuero, cuero".</p> <p>*Estará dirigido a niños (@), jóvenes, adultos y personas de tercera edad, en edades de 7 a 60 años, sin malformaciones en las manos.</p>
<p><b>Costes</b> </p> <p>Presento mas costes variables que fijos, donde son materia prima, empleados.</p>		<p><b>Ingresos</b> </p> <p>Tendremos la colaboración de créditos microempresarios o libre inversión, por medio de bancos o entidades financieras que permitan el crecimiento de ella.</p>		

Fuente: Elaboración propia de la información, modelo tomado de: <https://innokabi.com/canvas-de-modelo-de-negocio/>

## 2.12 Explicación de las 5 fuerzas de Porter

Este análisis nos permitirá identificar la rentabilidad que se puede tener frente a la microempresa, con base a unas fuerzas, como lo son:

### Poder de negociación de los compradores

A pesar que contamos con grandes competidores y sus precios pueden ser elevados y otros de menores costos, nuestra microempresa contara con el beneficio de estar ubicada en una demanda intermedia, debido a que los productos al momento de la adquisición son accesibles para toda la población y su uso puede estar generado en cualquier parte del mundo; por lo tanto, demostraremos notablemente el poder de compra y como los clientes pagaran diferentes precios en función de su poder de negociación.

### Poder de negociación de los proveedores

Contaremos con productos de alta calidad, confort y seguridad, brindando a los clientes la satisfacción frente al requerimiento que presenta en sus manos, por medio de modelos básicos ellos podrán contar con estilos personalizados, por lo tanto, los proveedores de las demás industrias son relativamente débiles frente a nuestro producto.

## Amenaza de entrada de nuevos competidores

Actualmente hay muchos factores que hacen que la fabricación y comercialización de los productos en cuero sean difíciles, pero nosotros contaremos con imagen de los productos y marca y la lealtad, gastos de publicidad y la cadena de suministros globales.

Guantes DENI está caracterizado con la imagen de nuestros productos más comercializados como lo son, los guantes militares y se es representado en el logo y su eslogan “porque tus manos merecen lo mejor”, contaremos con diseños innovadores, debido a las personalidades que presentan nuestros consumidores.

Contaremos con compañías de publicidad muy efectivas, como lo serán ferias, las distribuciones del producto a pueblos, la voz y a voz y la fuente más importante los medios de la tecnología, donde nuestros usuarios también podrán acceder para el conocimiento de diferentes productos y el catálogo de los diseños.

## Amenaza de productos sustitutos

Un gran número de aparición de nuevas empresas que ofrecen este mismo producto guantes en cuero, contando con valores de cada marca y la disponibilidad de los productos que sustitutos que no se pueden impugnar, para protegerse de estas empresas la microempresa Guantes DENI opto por diversificar sus productos contando con diseños personalizados con base a modelos estándares y con usos en el carro, la moto, la bicicleta, el GYM y demás usos.

## Rivalidad entre competidores

Contaremos con empresas competidores más grandes, pero referente al producto nos encontraremos equilibrados, nuestro producto por el momento lo estamos dando al conocimiento del público, por lo tanto, nuestro crecimiento es un poco más lento, que otras empresas, nuestros costos a diferencia de otras empresas se cuenta en promedio.