

GAVATEX SAS

Cree en ti cree en lo Colombiano

Lisbet Katherine Sanabria Martin

Juan Felipe Salcedo Niño

Contenido

Gavatex S.A.S 2
Motivaciones De Compra Hacia El Producto 3
Producto 4
Objetivo General..... 4
Objetivos Específicos 4
Segmento 4
Entrevista..... 5
Conclusiones 7

Gavatex S.A.S

“Cree en ti cree en lo Colombiano”

Gavatex SAS es denominada como razón social gracias a que representara nuestros valores operativos y empresariales ya que su nombre son siglas de GA (gratitud) TEX (textiles) y nos da una gran muestra para mostrar en lo que se basa la empresa, ya que esta es una comercializadora de textiles enfocados en equipamiento textil para jugadores y equipos de baloncesto en la ciudad de una forma correcta ya que encontramos en la ciudad que no se encuentra este rubro de negocio formalizado ni cumple con las expectativas de los compradores, en base a esto nuestra empresa traerá equipamiento directamente de la tienda de la NBA de manera correcta y legal y comercializándola de manera Online.

Encontramos bastante factibilidad en nuestro negocio ya que actualmente en Colombia no existen empresas que importen únicamente productos para deportistas de baloncesto, ya que es un mercado creciente en las principales ciudades y en las medias con una inversión bastante importante tanto por las entidades públicas (Colegios, equipos empresariales, torneos departamentales, torneos nacionales, y representaciones de selecciones colombianas en el ámbito internacional) o entidades privadas (dotaciones empresariales, equipos inscritos a las diferentes ligas en Colombia, y equipos amateur).

Problema A Desarrollar

La población que practica actividad deportiva no encuentra implementos de calidad a un valor razonable de manera que buscamos saciar sus necesidades no solo con calidad también con precios competitivos y llevando utensilios de grandes figuras del deporte a sus manos que les permite variedad comodidad y personalización.

Oportunidad De Negocio

Nuestros productos y servicios se ponen a disposición de sus clientes una página web (o aplicación informática) en la que se pueden observar imágenes de los productos, leer sus especificaciones y finalmente, adquirirlos. Nuestro producto busca resolver las necesidades que tienen las personas que usan ropa u objetos deportivos de baloncesto a la hora de buscar en el mercado ya sea camisetas pantalonetas o tenis, que posean calidad, duración pero que este a su vez sea asequible.

Motivaciones De Compra Hacia El Producto

- No hay filas ni esperas.
- Personalización del producto.
- Calidad
- Durabilidad
- Compras desde la tranquilidad y la comodidad de tu casa o desde donde tengas conexión a internet.
- Rapidez y el ahorro de tiempo en el momento de la compra.
- Hay mejores descuentos.
- Es más fácil comparar productos y precios.
- No tienes que ir cargando tus compras de una tienda a otra.
- Encuentras lo último de lo último.
- Puedes ver los comentarios y calificaciones de otras personas que ya tienen los productos y así te será más fácil tomar una decisión.
- Flexibilidad en el horario.
- Comodidad

Producto

- Compra de la mercancía al proveedor en estados unidos y llegada a nuestro casillero (2 días hábiles)
- Tenis: 9 Kg Valor 15 USD
- Camisa: 2 kg Valor: 3.5 USD
- Uniforme completo: 7 kg Valor 11,60 USD
- Sudadera completa: 12 Kg Valor 20 USD
- Balones. 1 Kg 1.66 USD

Objetivo General

Cambiar conceptos basándose en la adquisición de equipos deportivos que se comercializan en Estados Unidos, buscando que estos sean muy alta calidad pero a precios muy competitivos.

Objetivos Específicos

- Generar una excelente aceptación ante nuestro nicho de mercado.
- Familiarizar al comprador con los diferentes pagos online, solucionando sus dudas e implementando métodos que generen confianza al comprador.
- Lograr la apertura de puntos de asesores locales donde se aporte socialmente l empleo y a través de la diversidad multicultural de nuestros trabajadores suplir cualquier necesidad cultural de nuestros compradores.

Análisis organizacional

Gavatex Fortalezas:

Calificación

| | |
|---|---|
| 1. Calidad del producto garantizada | 4 |
| 2. Entregas inmediatas. | 3 |
| 3. Productos únicos en el mercado colombiano | 5 |
| 4. Variedad en los productos | 4 |
| 5. Precios módicos. | 5 |
| 6. Facilidades para entregas de mercancía del proveedor hacia nosotros. | 5 |
| 7. Beneficios arancelarios. | 5 |
| 8. Compras módicas según el movimiento del mercado. | 4 |
| 9. Poca inversión rápido ingreso de capital. | 4 |
| 10. Mercado en constante crecimiento. | 3 |
| 11. Focos de mercado variables (Edades, Gustos, Clases sociales) | 4 |

Gavatex Debilidades:

| | |
|---|---|
| 1. No puntos físicos. | 4 |
| 2. Métodos de pago, en crecimiento, pero aun con desconfianza | 4 |
| 3. Solo un proveedor confiable. | 3 |
| 4. Solo un país como proveedor. | 2 |

Convenciones:

- 1 No es un factor fundamental
- 2 Es un factor que puede importar a una minoría o personas no consumidoras
- 3 Puede ser un punto que tener encuentra
- 4 Es importante en el funcionamiento de la empresa
- 5 Es fundamental para la empresa

Retos empresariales

- La importancia de que las personas que laboren en la empresa se sientan a gusto con la forma de trabajar con la constante capacitación fundamentalos en los diferentes métodos de ventas que vamos a utilizar y así llegar a que la rotación de personal sea mínimo
- Capacitar a nuestros colaboradores en sus funciones de modo que la empresa pueda encontrar una identidad que sea funcional en una comunicación interna de la compañía y así ella misma refleje esto antes sus clientes.
- Posicionar la empresa de manera que le permita iniciar con la captación de clientes sea mucho mayor a través del tiempo transcurrido y aporte al crecimiento de esta.
- Confirmar los procesos de importación y entregas de mercancías se realice de la mejor manera y apoyarnos en la teoría de que el espacio que se encuentra entre la ignorancia y el conocimiento sea menor y así agilizar procesos y ser mucho más eficientes ya que al reducir el tiempo también reduciremos en gastos innecesarios
- Desarrollar y dar a conocer la importancia que tiene nuestra propuesta valor a comparación de las otras ya que estas será nuestras mayores fortalezas y será un punto diferencial ante la competencia.
- Validar la cantidad de costos y beneficios de los procesos actuales y lograr encontrar un equilibrio para que la empresa pueda tener unos procesos estandarizados y unos costos mucho más calculables y que sean más beneficiosos para la compañía.⁷

Competencia

Con la siguiente tabla podemos deducir que si la empresa Gavatex puede posicionarse en el mercado de una manera fuerte y cumpliendo con estos ítem expuestos en la tabla se tendrá una propuesta de valor importante ante los posibles clientes y antes la competencia.

Globalización

Según como se ve y se encuentra la sociedad actual, se pueden encontrar que las compras on-line las formas de pago a través del internet han tenido una evolución bastante grande ya que ahorra tiempo, han mejorado bastante su seguridad, y son mucho más funcionales es por eso la creación de plataformas de pagos son potencia, en Colombia encontramos una muy importante llamada PAY-U, PSE hablando de plataformas nacionales, plataformas internacionales encontramos PAYPAL y eso ayuda a evitar impuestos bancarios y en Colombia encontramos una facilidad que es que para las compras y ventas On-line no se cobra IVA esto hace que el producto sea mucho más asequible para el consumidor.

Estructura y diseño organizacional.

Gerentes (Cargos Altos)

Gerente General: Encargado de desarrollar y organizar a sus colaboradores para que la empresa crezca de manera coherente y el resultado se de.

Gerente de finanzas: Encargado de los métodos de pago a proveedores y clientes, adicional a las finanzas de la empresa y gastos que se presenten dentro de esta.

Gerente de tecnologías: encargada de la información que se encuentra en nuestra página web, actualizar la información, y que los equipos técnicos de la empresa se encuentren de la mejor manera.

Gerente de Ventas: Es la persona encargado de generar estrategias que traigan el número de ventas y de dinero necesario para la empresa, para su óptimo funcionamiento y su crecimiento.

Cargos Medios

Director de recursos humanos: Encargado de hacer las contrataciones y afiliaciones de los empleados según el contrato firmado, adicional a esto de ser la encargada de generar llamados de atención en los casos pertinentes, y el buen ambiente laboral.

Contador: Encargado de apoyar al gerente financiero en las finanzas de la empresa, en conjunto tomar y proyectar a la empresa en futuras expansiones en temas como infraestructura, personal, viajes, compra y ventas ETC.

Coordinadores de ventas: personas encargadas de la gestión de ventas según las metas estipuladas por la empresa según la línea que corresponda (tenis, uniformes, licitaciones, camisería ETC)

IT: persona encargada de manejar las redes y mantenimiento de la infraestructura con la intención de realizar informes que permitan saber a los altos medios el estado de esta parte de la empresa.

Auxiliares:

Estos cargos se determinarán según el crecimiento y su aprobación estará definida por el gerente general junto con el área de recursos humanos.

Personal de ventas:

Personas encargadas del contacto con el cliente, especializadas en una línea de negocio para la empresa anteriormente mencionadas, que son las encargadas principales de la atención del cliente, su fidelización y el cierre de la venta.

Valores Organizacionales

Valores Institucionales:

Honestidad: virtud que caracteriza a las personas por el respeto a las buenas costumbres, a los principios morales y a los bienes ajenos. Es la acción constante de evitar apropiarse de lo que nos pertenece.

Persistencia: Firmeza y constancia en la manera de ser o de obrar

Servicio: Trabajo, especialmente cuando se hace para otra persona.

Amabilidad: es el acto o el comportamiento caritativo hacia otras personas y seres.

Fletes

Tennis: 9 Kg Valor 15 USD

Camisa: 2 kg Valor: 3.5 USD

Uniforme completo: 7 kg Valor 11,60 USD

Sudadera completa: 12 Kg Valor 20 USD

Balones. 1 Kg 1.66 USD

Seguros:

2.26 Equivalente al valor comercial de la mercancía. (importación de baja probabilidad de daño)

Gastos de Nacionalización:

Gravamen: 8% TLC Estados Unidos.

Iva: 19%

Descripción de la mercancía:

Descripciones de mercancías para importaciones – 6404112000

| Orden | Código | Descripción | Tipo de dato | Longitud | Decimales | Obligatorio | Desde |
|-------|--------|-----------------------|--------------|----------|-----------|-------------|-------------|
| 1 | 1507 | Tipo de calzado | NUMÉRICO | 8 | | SI | 31-ago-2008 |
| 2 | 1508 | Marca comercial | TEXTO | 60 | | NO | 31-ago-2008 |
| 3 | 1509 | Material capellada | | | | SI | 31-ago-2008 |
| 4 | 1510 | Material suela | NUMÉRICO | 8 | | SI | 31-ago-2008 |
| 5 | 1511 | Entresuela | NUMÉRICO | 8 | | NO | 31-ago-2008 |
| 6 | 1512 | Proceso de ensamble | NUMÉRICO | 8 | | NO | 31-ago-2008 |
| 7 | 1513 | Usuario | NUMÉRICO | 8 | | NO | 31-ago-2008 |
| 8 | 1514 | Talla | TEXTO | 60 | | NO | 31-ago-2008 |
| 9 | 1515 | Referencia | TEXTO | 60 | | NO | 31-ago-2008 |
| 10 | 1516 | Otras características | TEXTO | 4000 | | NO | 31-ago-2008 |



Políticas De Venta

- A) Gavatex S.A.S se reserva el derecho de vender aquellos distribuidores que no estén debidamente documentados mediante el formato "Solicitud de Distribuidor", que hayan tenido problemas legales, de pago y de cualquier otra índole que pudiera perjudicar a nuestra empresa.
- B) El monto mínimo para facturar una orden de venta es de \$ 15 dólares americanos o su equivalente en moneda nacional.
- C) Los descuentos otorgados al distribuidor son calculados automáticamente por el sistema, de acuerdo al volumen de compra generado por el cliente.
- D) La entrega fuera del área metropolitana y D.F. será de acuerdo al tiempo que la mensajería se tome en entregar.
- E) El horario de atención a clientes es de 24 horas los siete días de la semana.
- F) El personal de ventas de Gavatex S.A.S, no está autorizado a realizar actos que comprometan a la empresa, salvo que sus ofertas estén confirmadas por escrito por personas autorizadas. Gavatex S.A.S se reserva el derecho a cancelar los pedidos efectuados sin su confirmación expresa.
- G) Todas las ventas hechas en Gavatex S.A.S. a sus distribuidores están sujetas a las Políticas Generales de Ventas y sus reformas.

- H) Las ofertas y listas de precios, publicadas manual o electrónicamente, tienen carácter indicativo, reservándose Gavatex S.A.S. el derecho de modificar la información publicada sin previo aviso. Los pedidos se aceptaran con reserva de un posible aumento en el precio. El precio ofrecido solo se mantendrá cuando estuviera amparado por una cotización Gavatex S.A.S. con una antigüedad no mayor a 8 días Naturales. En caso de licitaciones, la vigencia de las cotizaciones estará sujeta a la otorgada por el fabricante.
- I) El precio del producto no incluye gastos de transporte, tasas suplementarias, ni cualquier ajuste por cambios en el pedido no estimados.

Políticas De Compra

- Tener continuidad en el abastecimiento de la empresa.
- Evitar la duplicación de pedidos, reducir o eliminar los desperdicios, evitar tener productos obsoletos para malas gestiones de compras.
- Mantener los niveles de calidad de los productos.
- Seleccionar adecuadamente a los proveedores de la empresa.
- Solicitar el envío de muestras antes de realizar la orden de pedido.
- Analizar si se acepta o no una nueva lista de precios.
- Visitar de manera frecuente los depósitos de la empresa
- Realizar previsiones en la demanda para parametrizar cuando se compra.
- Verificar que se cumplan las órdenes de compra emitidas.
- Renegociar los servicios que prestan los proveedores.
- Aplicar estrategias que sean de utilidad en la gestión de lo que compra la empresa.
- Innovación como vía de progreso.

Segmento

Nuestro nicho de mercado va dirigido a los deportistas Amateur posterior a ellos se busca atraer a clientes Profesionales, Semi-profesionales, Aficionados (Niños, jóvenes, adultos). A través de eventos en colegios, equipos empresariales, torneos nacionales, entidades privadas, entidades empresariales.

Los deportistas Amateurs son aquellos que practican deporte por motivos de ocio, de salud o para hacer ejercicio, pero sin recibir a cambio ningún sueldo; incluso cuando lo hacen dentro de un club deportivo.

Según el estudio de mercado nuestro producto suple necesidades como precio, calidad, variedad, eficiencia. También supera las existentes ya que es una atención 24 x 7, posee facilidad de acceso, garantía del producto, ambientes amigables con el cliente adicional a ello asistencia chat.

Las soluciones que compran o contratan actualmente es a través del comercio informal o de empresas textiles sin experiencia en el campo en donde presentan prendas de imitación o zapatos de mala calidad.

Los problemas e inconformidades que tienen los clientes con las soluciones actuales es que al ser compras online genere desconfianza ya que es vía web , se presente alguna transacción fraudulenta o se generen amenazas cibernéticas da la información.

La expectativa que queremos ante la compra de nuestros productos es que los clientes encuentren algo que realmente le sea satisfactorio y lo que realmente busca.

Entrevista

El proceso de entrevista se hizo con una cantidad de gente considerable de las cuales nos diera como conclusión preguntas significativas del segmento de personas a las que debemos llegar al momento de implementar la idea, teniendo en cuenta las segmentaciones que habíamos hecho como lo son personas profesionales, personas amateur, y personas aficionadas segmentadas de igual manera por su edad y aun así por su pensamiento hacia la práctica del deporte que podemos exponer de la siguiente forma:

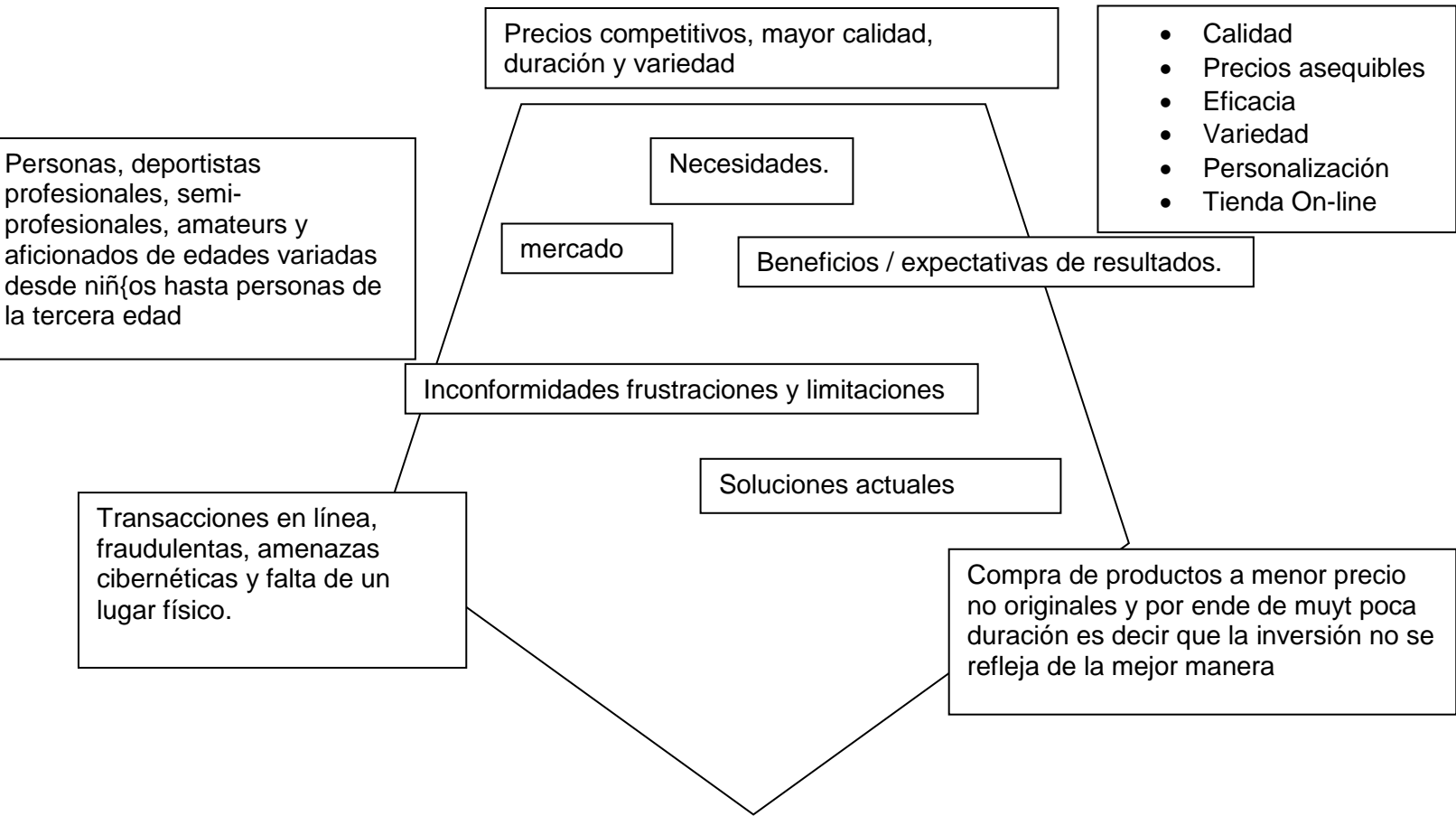
| NOMBRE ENTREVISTADO | ENTREVISTA |
|----------------------------|--|
| Angelo Garcia | Persona de 50 años activo en el mundo del deporte aunque de una manera amateur y aficionada donde la oferta del mercado actual no cumple con sus expectativas y busca un lugar donde pueda tener algo más de lo que el requiere ya que el piensa en ídolos de la antigüedad y los precios que encuentra para este tipo de cosas son demasiado |
| | altos para su poder adquisitivo, el compraría muchos más artículos si encontrara algo más contemporáneo y más económico para él. |
| Miguel Angel Niño | Deportista activo semi-profesional, él nos indica que su mayor problema es la originalidad del producto ya que esto está atado a la duración del producto ya que para él incurre en gastos recurrentes en tenis que son los más utilizados por él y por ende más comprados, su problema radica en lo costoso de los productos y que su duración es muy poca, por ende quisiera encontrar la forma de traer productos de mayor duración y poca inversión. |

| | |
|---------------|---|
| Johanna Varon | Ella es una persona aficionada que no puede encontrar producto de su gusto ya que ella al ser una aficionada de los Miami HEAT que es un equipo que no cuenta con un gran conocimiento a nivel Latinoamérica no puede encontrar sus productos de su equipo preferido por ende su solución podría ser tener una tienda que pueda importar sus productos a un precio racional y de manera rápida según lo que nos indica. |
|---------------|---|

Estos son unos de los resultados que hemos podido encontrar en nuestras entrevistas que nos dan un plus adicional a al proyecto que estamos llevando a cabo y nos indica que estamos por el camino correcto de lo que queremos.

De lo cual podemos concluir:

| HALLAZGOS | | | | |
|------------------------------|--|--|---------------------|--|
| NECESIDADES | BENEFICIOS | LIMITACIONES – FRUSTACIONES | LIMITACIONES | SOLUCIONES ACTUALES |
| Calidad en los productos | Mayor duración y garantías | Mayor valor | | Mayor valor de la mercancía menos poder de adquisición, o mercancías ilegales. |
| Menores precios | Información disponible en línea y Beneficios tributarios | No hay variedad ni los precios son compatibles con el poder adquisitivo. | | Importación a grandes costos, mercancías ilegales |
| Mayor rapidez en adquisición | Responsabilidad en la entrega y garantía | Tiempo amplio para recibir su mercancía por compras on-line | | Libros |
| Transacciones on-line | Uso de plataforma | Transacciones fraudulentas | | Plataformas seguras y aprobadas por bancos |



Conclusiones

Las conclusiones se basan en que cumplimos con algunas de las necesidades del clientes que posemos ser bastantes competitivos con precios calidad y atención al cliente encontramos que somos una compañía bastante viable según nuestro proyecto de acción y adicional a esto encontramos que tenemos fortalezas que si las sabemos potenciar podemos convertirnos en un proveedor numero 1 para los diferentes segmentos de mercado a los que queremos llegar.

