

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE MERCADEO Y COMERCIALIZACION EN EL
LA CIUDAD DE BOGOTA.**



**KELLY JOHANNA GONZALÉZ SANTAMARÍA
JESICA MARION PEDRAZA
FABIAN MORA**

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TITULO DE TECNOLOGO EN
GESTIÓN ADMINISTRATIVA**

GILBERTO BETANCOURT

TUTOR

**CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR – CUN
ESCUELA EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BOGOTÁ D.C.**

2017

1. NOMBRE DEL PROYECTO

La selección del nombre que lleva nuestra empresa, ha sido un trabajo de investigación y análisis, luego de aplicar una lluvia de ideas para seleccionar el nombre decidimos escoger el nombre de **ANEKAA TU SUSU S.A.S** del idioma wayuu lo que significa escoge tu mochila.

Aneekaa: (Escoger) en el idioma wayuu.

Susu: (Mochila) en el idioma wayuu



2. MARCO ESTRATEGICO.

Pensando en nuestro planeta, que debido a tanta contaminación ambiental se ha visto muy afectado, creando así grandes catástrofes naturales sin ningún impacto social que concientice a las personas de que debemos reciclar y ayudar a la conservación de nuestros recursos naturales.

Contribuyendo a esta necesidad ambiental hemos decidido aportar nuestro granito de arena, por esto la empresa **ANEKAA TU SUSU S.A.S** se centra en el bolso como un accesorio que identifique a la mujer Colombiana, utilizando materiales innovadores apoyados por materiales ecológicos para la elaboración de nuestro producto con el fin de crear un impacto social.

Donde el comercio hoy en día además de incursionar con diseño, estilo e innovación debe contribuir con esto, por eso como empresa y/o comerciantes debemos buscar la alternativa de diseñar accesorios, específicamente bolsos pensando en gustos y personalidades.

3. MARCO ESTRATEGICO.

3.1 MARCO LEGAL.

A continuación se presentaran las siguientes normas referentes a la conservación del medio ambiente estipuladas en la constitución, que hacen referencia a la materia prima que utilizaremos en la elaboración del producto:

Constitución política de 1991.

- **Artículo 79:** Todas las personas tienen derecho a gozar de un ambiente sano. La ley garantizará la participación de la comunidad en las decisiones que puedan afectarlo. Es deber del Estado proteger la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica y fomentar la educación para el logro de estos fines.
- **Artículo 80:** El Estado planificará el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales, para garantizar su desarrollo sostenible, su conservación, restauración o sustitución. Además, deberá prevenir y controlar los factores de deterioro ambiental, imponer las sanciones legales y exigir la reparación de los daños causados. Así mismo, cooperará con otras naciones en la protección de los ecosistemas situados en las zonas fronterizas.
- **Artículo 81:** Queda prohibida la fabricación, importación, posesión y uso de armas químicas, biológicas y nucleares, así como la introducción al territorio nacional de residuos nucleares y desechos tóxicos. El Estado regulará el ingreso al país y la salida de él de los recursos genéticos, y su utilización, de acuerdo con el interés nacional.
- **Artículo 82:** Es deber del Estado velar por la protección de la integridad del espacio público y por su destinación al uso común, el cual prevalece sobre el interés particular. Las entidades públicas participarán en la plusvalía que genere su acción

urbanística y regularán la utilización del suelo y del espacio aéreo urbano en defensa del interés común.

- **Artículo 88:** Consagra acciones populares para la protección de derechos e intereses colectivos sobre el medio ambiente, entre otros, bajo la regulación de la ley.

Decretos

- **Decreto ley 2811 de 1.974** Código nacional de los recursos naturales renovables RNR y no renovables y de protección al medio ambiente. El ambiente es patrimonio común, el estado y los particulares deben participar en su preservación y manejo. Regula el manejo de los RNR, la defensa del ambiente y sus elementos.
- **Ley 23 de 1973** Principios fundamentales sobre prevención y control de la contaminación del aire, agua y suelo y otorgó facultades al Presidente de la República para expedir el Código de los Recursos Naturales.
- Colombia promulga el Código De Recursos Naturales Revocables Y De Protección Al Medio Ambiente (1974) el cual dice que el medio ambiente es patrimonio común de la Nación. En este código también se establece que la planificación urbana no debe dañar el medio ambiente. Por ejemplo la construcción de aeropuertos o carreteras (Art. 193) deben evitar la contaminación sonora.
- Las fuentes formales del Derecho Ecológico colombiano están en las siguientes leyes: por ejemplo la Ley fundamental 99 (1993) el regula el tema de la participación social en la gestión ambiental. Crea el Ministerio de Medio Ambiente, se reordena el sector público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los Recursos Naturales renovables, y se organiza el Sistema Nacional Ambiental (SINA, Ley 388 de 1997). Además está la Ley Nacional 812 (2003) que establece un Plan nacional de desarrollo (2003-2006) hacia un estado comunitario.

http://www.upme.gov.co/guia_ambiental/carbon/gestion/politica/normativ/normativ.htm

3.2 MISION

ANEEKAA TU SUSU S.A.S Somos una empresa dedicada a la fabricación de bolsos para dama, utilizando material innovador y ecológico con calidad que con ayuda de la tecnología garantiza el desarrollo sostenible con responsabilidad social del cuidado del medio ambiente en beneficio de los empleados y demás grupos de interés.

3.3 VISIÓN

ANEEKAA TU SUSU S.A.S se ve en el año 2019 como una empresa innovadora, que apoya socialmente las comunidades para que se puedan desarrollar mediante la elaboración y venta de sus productos con calidad, teniendo como principio base la responsabilidad social con el medio ambiente, todo esto apoyándonos en la tecnología para el beneficio de la empresa y el mejoramiento del mercado.

3.4 MATRIZ DOFA

<p style="text-align: center;">Fortalezas (Interno)</p> <ul style="list-style-type: none">• Ubicación adecuada para la comercialización del producto.• Espíritu innovador.• Conocimiento previo con futuros proveedores.• Responsabilidad social.	<p style="text-align: center;">Debilidades (Interno)</p> <ul style="list-style-type: none">• Incursión en el producto, basándose en estudio de mercado.• No se tiene la maquinaria necesaria en caso que se dé una venta masiva.• Por no tener gran participación en el mercado, los costos ofrecidos por los proveedores serán más altos.• No cumplimiento de objetivos por limitaciones en Responsabilidad Social.
<p style="text-align: center;">Oportunidades (Externo)</p> <ul style="list-style-type: none">• En el sector donde estará ubicada la empresa, no se evidencian productos con las mismas características.• Acreditación de nuevos productos, debido al diseño innovador que se presentara al cliente.• Proveedores interesados en alianzas estratégicas.	<p style="text-align: center;">Amenazas (Externo)</p> <ul style="list-style-type: none">• Abundante competencia en el ámbito de accesorios para mujer (bolsos).• Las necesidades del cliente sean distintas a las plasmadas en los diseños innovadores.• Altos costos exigidos por los proveedores en el mercado.• Resultado final del producto no cumpla expectativas de los posibles clientes por el material utilizado.

3.5 TABLA DE DESPLIEGUE ESTRATEGICO

Nº	DEBILIDADES	OBJETIVO	TAREA	FECHA	INDICADOR
1	Incurción en el producto, basándose en estudio de mercado.	Conocer bien los gustos de nuestros clientes para obtener el impacto deseado.	Realizar encuestas o cuestionarios que nos permitan determinar los gustos y preferencias.	20/09/2017	Permanente
2	No se tiene la maquinaria necesaria en caso que se dé una venta masiva.	Tener otras personas y un plan b donde realizar la elaboración en masa de nuestro producto.	Conseguir aliados que nos puedan prestar el servicio de satélite para poder realizar nuestra labor y cumplir con los pedidos.	01/03/2018	Temporal
3	Por no tener gran participación en el mercado, los costos ofrecidos por los proveedores serán más altos.	Tener una base de insumos para poder garantizar los precios y utilizar los materiales que más se ajusten al bolsillo del consumidor.	Hacer un estudio mensual que permita saber si los costos van a variar o no.	04/01/2018	Temporal
4	No cumplimiento de objetivos por limitaciones en Responsabilidad Social	Estar siempre bajo el objetivo principal de velar por la responsabilidad con el medio ambiente.	Utilizar siempre materiales que contribuyan con el cuidado y la conservación de nuestro planeta.	01/01/2018	Permanente

Nº	FORTALEZAS	OBJETIVO	TAREA	FECHA	INDICADOR
1	Ubicación adecuada para la comercialización del producto.	Conseguir un buen punto para nuestras instalaciones.	Realizar un sondeo y recorrido para así saber cuál es el lugar más apropiado.	01/12/2017	Permanente
2	Espíritu innovador.	Estar al día en las nuevas tendencias en cuanto a bolsos.	Estudiar lo que más se está comercializando y tiene mayor flujo en el mercado.	06/01/2018	Eficiencia
3	Conocimiento previo con futuros proveedores.	Tener una base de datos amplia de proveedores.	Datos verídicos que garanticen que estas personas poseen los insumos que necesitamos para la elaboración de nuestro producto.	01/03/2018	Eficacia
4	Responsabilidad social.	Nunca perder el enfoque de nuestra visión.	Garantizar la responsabilidad con las comunidades y el medio ambiente constantemente.	01/11/2017	Permanente

N°	AMENAZAS	OBJETIVO	TAREA	FECHA	INDICADOR
1	Abundante competencia en el ámbito de accesorios para mujer (bolsos).	Tener un plus que nos haga diferente a los demás.	Estar siempre en búsqueda de nuevos diseños y cambios a nuestro producto.	04/12/2017	Operativo
2	Las necesidades del cliente sean distintas a las plasmadas en los diseños innovadores.	Darle siempre al cliente la mejor opción conociendo sus necesidades	Garantizar la fidelidad con calidad porque si retenemos clientes nuestra empresa se mantendrá.	03/01/2018	Planeación
3	Altos costos exigidos por los proveedores en el mercado.	Darle al producto el valor asequible según los materiales y el estándar de precios.	Saber que materiales se pueden trabajar con costos no muy elevados estudiar la capacidad monetaria de nuestros clientes.	14/12/2017	Temporal
4	Resultado final del producto no cumpla expectativas de los posibles clientes por el material utilizado.	Estar siempre en la búsqueda de materiales ecológicos y agradables.	Realizar cuestionarios que determinen que es lo que se está usando y porque la preferencia de unos materiales en especial.	10/10/2017	Planeación

N°	OPORTUNIDADES	OBJETIVO	TAREA	FECHA	INDICADOR
1	En el sector donde estará ubicada la empresa, no se evidencian productos con las mismas características.	Garantizar la permanencia de la empresa en el sector.	Trabajar siempre con materiales de calidad para que nuestros productos se vendan.	01/05/2018	Planeación
2	Acreditación de nuevos productos, debido al diseño innovador que se presentara al cliente.	Ser visionarios y estar siempre en función del mercado actual.	Apoyándonos en las nuevas tecnologías y tendencias sacar ideas y renovar.	06/03/2018	Operativo
3	Proveedores interesados en alianzas estratégicas.	Mostrar el gran impacto que causa la empresa.	Al dar a conocer el rendimiento de nuestra empresa tener más facilidad para créditos de insumos.	01/06/2018	Permanente

4. ANALISIS DE PESTEL/ MODELO 5 FUERZAS PORTER.

Políticos	Riesgo de que los políticos que se oponen a los derechos de las mujeres y los políticos racistas tengan mayor peso en el parlamento nacional.
Económicos	Cambios o variaciones en el precio del dólar que genere inflación y este repercute en el consumo de las personas.
	Variación en el costo de nuestras mercancías.
	Los diferentes impuestos que el gobierno va creando y cada vez subiendo para las unidades económicas.
Sociales	Cambios en la moda o gustos de las personas que nos genere un nivel bajo en nuestras ventas.
	Dar a conocer las diversas culturas de nuestro país.
	Ayudar a las mujeres cabezas de hogar brindándoles un empleo digno para su sustento.
Tecnológicas	La llegada de nuevas tecnologías que mejoren los tiempos y calidad de los productos a nuestro país.
Ecológicas	Manejando materiales reciclados o biodegradables que ayudan al cuidado del medio ambiente.
Legales	La generación de leyes laborales que nos implique un gasto para la empresa.

5. DEFINICIÓN DE ESTRUCTURA DEL MERCADO

5.1 MERCADO

Mediante la observación realizada para determinar la demanda satisfecha e insatisfecha en el centro de la ciudad de Bogotá con respecto a la fabricación, venta y distribución de bolsos personalizadas pudimos determinar que pertenece al sector de de Cuero, Calzado y

Marroquinería el cual agrupa alrededor de 13.000 empresas en el eslabón de transformación e insumos en Colombia y 15.000 en el de comercialización, que se distribuyen en 28 de los 32 departamentos del país. Con un porcentaje según el DANE de participación en el mercado de 3.5%. el mercado colombiano de estos productos sigue siendo de gran tamaño: 3,7 billones de pesos al cierre de 2016.” <https://www.acicam.org/la-industria-del-calzado-y-marroquineria-cerro-el-2016-en-terreno-positivo>”

En donde podemos evidenciar que los competidores más fuertes para ANEE KAA TU SUSUS son:

1. BOLSOS Y ACCESORIOS COLOMBIANOS BAC.
2. BOLSOS MEI.
3. CUEROS VELEZ.
4. III MILENIO S.A.
5. MACOLY.
6. MOISS.
7. OPEN HOUSE.

5.2 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Al clasificar las personas y realizar el estudio determinado verificando gustos y preferencias pudimos determinar que nuestro producto está dirigido a mujeres entre 20 y 40 años ubicada geográficamente en la ciudad de Bogotá y turistas que visiten Colombia realizando recorridos en el centro de la ciudad las cuales cuenten con ingresos superiores a un millón de pesos (1.000.0000), con determinadas exigencias a la hora de elegir un producto bien sea por ser ecológico, su diseño e innovación a la hora de elegirlo mujeres de diferentes

características físicas ya que se brindara una gran gama que satisfaga la necesidad de todas sin excepción.

Llevando una forma de vida en donde buscan estar a la tendencia buscando siempre lo último en diseño y colección entre los estratos 4,5 y 6 con normas de comportamiento propias donde se pueda llegar a cada una con diferentes maneras de ofrecer el producto en donde la decisión de compra será individual según criterio, gusto u necesidad bien sea para cambiar su estilo o estar acorde a las tendencias.

En donde los porcentajes de salario según el DANE están distribuidos de la siguiente manera:

La pirámide de los sueldos, salario porcentaje

Más de \$500.000 0.2%.

Más de \$150.000 4.8%.

Más de \$30.000 35%.

Salario mínimo legal vigente o menos 60%.

5.3 TAMAÑO Y UBICACIÓN DEL MERCADO.

ANEKAA TU SUSU S.A.S. estará ubicada en la ciudad de Bogotá en la localidad de la candelaria; ubicando allí su planta física.

Se ha seleccionado este ya que es el centro de la ciudad, siendo una zona comercial, de fácil acceso para la población.



6. INVESTIGACIÓN DE MERCADO.

6.1 NECESIDAD DE LA INFORMACIÓN.

La información que se pretende obtener es una base para determinar y favorecer el presente estudio de viabilidad para la creación ANEKKA TU SUSU S.A.S., Consiste en evaluar el atractivo que el producto va a brindar al segmento de mercado y elegir la mejor variedad de productos que permitirán que con nuestros productos se pueda incursionar en este mercado, para lo cual la empresa busca la mejor manera de definir cuál será la gama de productos que se darán a conocer obtenidos a través de la observación de gustos, preferencias, moda y actualidad en diseños para generar mayor valor para el cliente y que pueda conservarlo a través del tiempo en donde al satisfacer sus necesidades a cabalidad se pueda garantizar la fidelidad.

6.2 OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN.

Las encuestas que se han realizado a la localidad 17 de la candelaria han sido dirigidas a las mujeres con el fin de conocer la opinión general de los gustos y preferencia hacia la moda. Respecto a temas como precios, características, innovación y como contribuye al desarrollo.

Para obtener de esta manera resultados que determinen el grado de necesidades de las mujeres frente al producto que se pretende ofrecer en el mercado como una nueva opción que busca la generar identidad en cada mujer.

6.3 DISEÑO DEL INSTRUMENTO (ENCUESTA ANALISIS CUANTITATIVO)

La fuente primaria que ha sido aplicada para el desarrollo del presente estudio ha sido obtenida gracias a:

- Cuestionarios o encuesta.
- Tabulaciones de la misma.

ANEEKAA TU SUSU S.A.S

NOMBRE: _____ **EDAD:** _____

PROFESIÓN: _____

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Somos una empresa dedicada a la fabricación de bolsos para dama, utilizando material innovador y ecológico con calidad que con ayuda de la tecnología garantiza el desarrollo sostenible con responsabilidad social del cuidado del medio ambiente en beneficio de los empleados y demás grupos de interés.

1. ¿Compraría usted un bolso, que contribuya al cuidado del medio ambiente?
A) SI.
B) NO.
2. ¿Cuánto está dispuesta a pagar por un bolso con materiales ecológicos?
A) Menos de \$50.000.
B) Entre \$60.000 y \$100.000.
C) Más de \$100.000.
D) Otro valor ¿Cuál? _____
3. ¿Considera este producto, como una idea innovadora de mercado?

- A) SI.
- B) NO.

4. ¿Cómo le gustaría realizar la compra de los productos de ANEEKAA TU SUSU?

- A) Compra Online.
 - B) Compra en tiendas físicas autorizadas.
 - C) Catálogos de ventas.
 - D) Otra ¿Cuál?
-
-

5. ¿Al momento de elegir un bolso, cual es la característica principal que define su compra?

- A) Precio.
- B) Calidad.
- C) Diseño.
- D) Innovación.

6. ¿Cómo evalúa usted esta idea de negocio?

- A) Buena.
- B) Mala.
- C) Regular.

7. ¿Considera usted que estos bolsos pueden ser elaborados con los respectivos diseños masculinos para uso de Hombres?

- A) SI.
- B) NO.

8. ¿Cómo considera usted la implementación de esta idea de negocio para beneficio de la comunidad wayuu?

- A) Buena.
- B) Regular.
- C) Mala.

9. ¿Usaría en su día a día un Bolso artesanal de esta cultura?

- A) SI.
- B) NO.

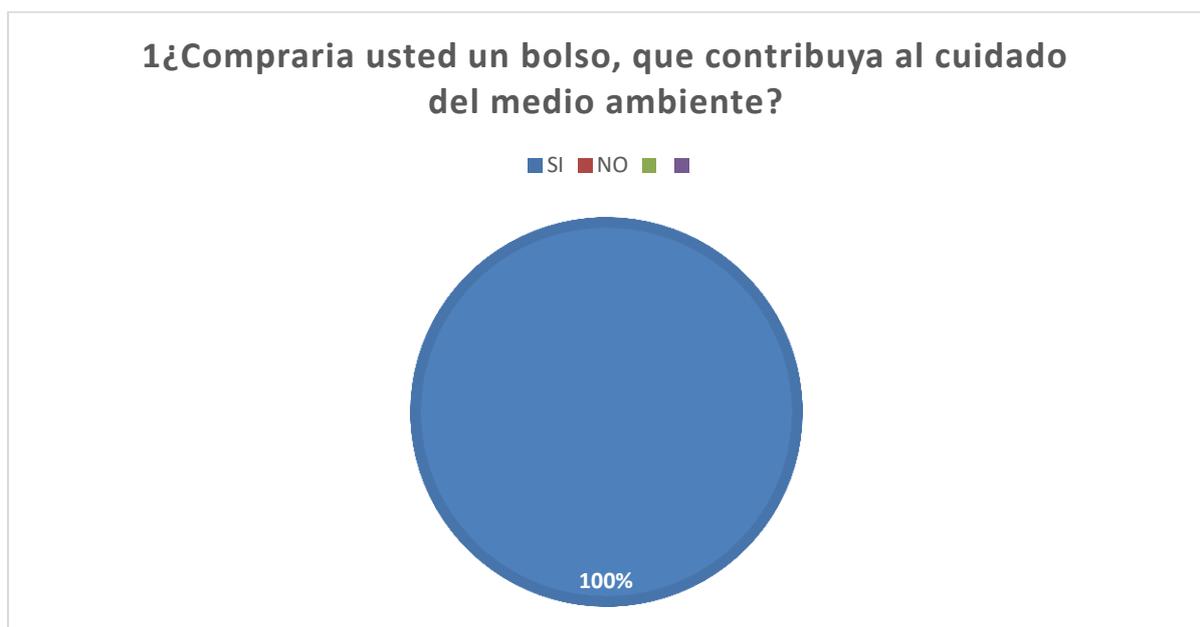
10. ¿Si esta idea de negocio surge cree usted que mejoraría su estilo de vida?

- A) SI.
- B) NO.

6.4 APLICACIÓN DE LA ENCUESTA.

Se aplica una muestra a 20 personas la cual corresponde al mercado segmentado para de esta manera obtener los resultados esperados que nos muestren la viabilidad del proyecto.

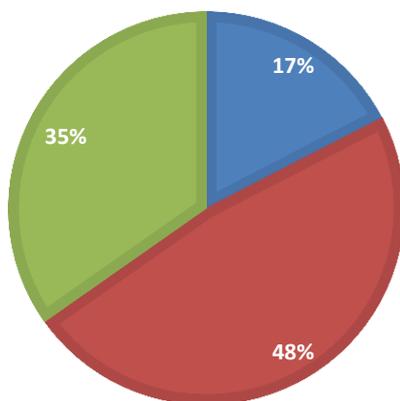
6.5 PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN.



El 100% de las personas encuestadas, muestran interés en la compra de bolsos que contribuyan al medio ambiente.

¿cuanto estaria dispuesta a pagar por un bolso con materiales ecologicos?

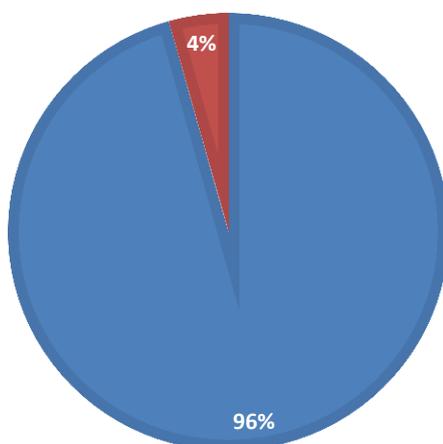
■ menos de 50,000 ■ entre \$ 60,000 y 100,000 ■ mas de \$100,000 ■ otro cual?



El 48% de las personas encuestadas, mencionan estar dispuestas a pagar un bolso de nuestra empresa entre \$60.000 y \$100.000, el 35% de las encuestadas estarían dispuestas a pagar más de \$100.000 por un bolso con la característica principal que tiene nuestro producto; el 17% restante de la muestra encuestada mencionan no pagar más de \$50.000 por un artículo como el nuestro.

¿considera este producto, como una idea innovadora de mercado?

■ si ■ no ■



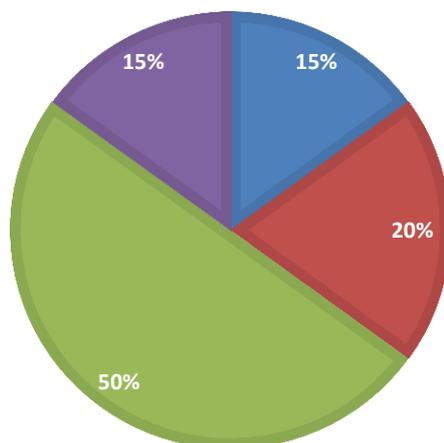
El 96% de las personas que se encuestan, mencionan que el producto es innovador, y solamente el 4% no lo considera.



Las respuestas a la pregunta graficada, son variadas, y los medios para conocer nuestros productos con mayor preferencia para los encuestados son las tiendas físicas autorizadas y compras online, con un 36% y 32%, respectivamente, seguidas por los catálogos de ventas con un 23% de participación y el rubro de otros con un 9%.

¿Al momento de elegir un bolso, cual es la característica principal que define su compra?

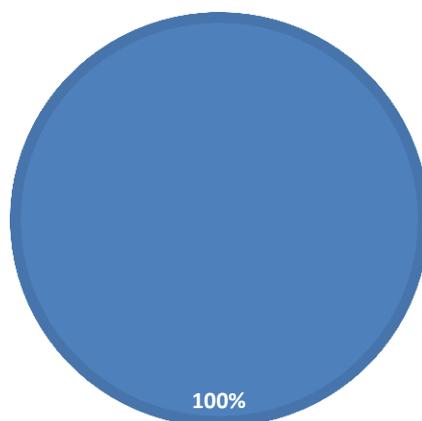
■ Precio ■ calidad ■ diseño ■ innovacion



Nuestros encuestados mencionan que la principal característica para hacer o no una compra el diseño (50%), seguidos de la calidad con un 20%, y con igual participación del 15% la innovación y el precio.

¿Como evalua usted esta idea de negocio?

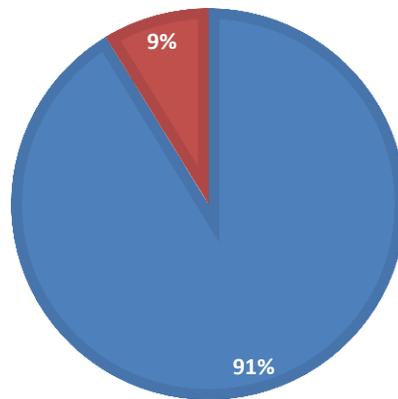
■ buena ■ mala ■ regular ■



El 100% de las personas encuestadas consideran que la idea de negocio evaluada es buena.

¿Como considera usted la implementacion de esta idea de negocio para beneficio de la comunidad wayuu?

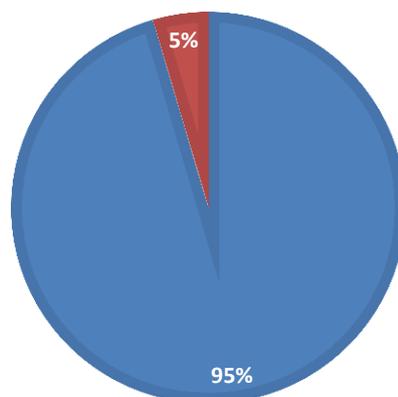
■ buena ■ regular ■ mala ■



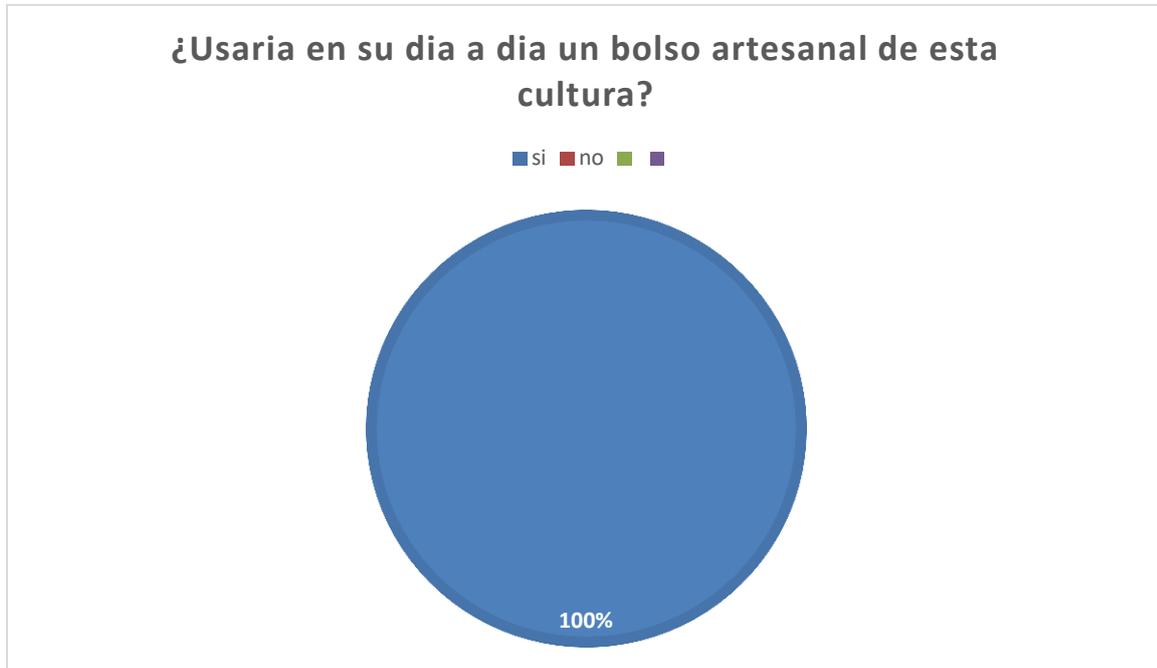
El 91% de las personas que se encuestaron mencionan que la implementación de ésta idea de negocio tendrá un beneficio para la comunidad Wayuu, el 9% menciona que es regular la implementación de la idea de negocio para la comunidad anteriormente mencionada, y el 0% mencionaron que es una mala idea.

¿Considera usted que estos bolsos pueden ser elaborados con los respectivos diseños masculinos para uso de hombres?

■ si ■ no ■



El 95% de los encuestados mencionan que los diseños que se elaborarán también pueden ser aplicados para venta masculina, mientras que sólo el 5% no están de acuerdo con la línea masculina.



El 100% de los encuestados estarían dispuestos a utilizar en su vida diaria un bolso artesanal como accesorio.



El 91% de las personas encuestadas mencionan piensan que con la implementación de esta idea de negocio mejoraría el estilo de vida, y solo el 9% no lo consideran así.

6.6 CONCLUSIONES Y ACCIONES A SEGUIR.

Según los resultados de la encuesta las mujeres están en capacidad de adquirir nuestros productos ya que se evidencia que este es un accesorio necesario para su uso diario, teniendo una rotación constante.

La encuesta nos muestra que la mujer colombiana a la hora de elegir su bolso su bolso lo hace en función de elegir y preferir uno con nuevos diseños innovadores y es allí en donde podemos entrar a competir con las otras empresas ya que vamos en la búsqueda de crear mujeres únicas con cada bolso que adquieran, teniendo como prioridad que la calidad, el precio y la innovación son la clave de la satisfacción así **ANEKKA TU SUSU S.A.S** se convertirá en una empresa que satisface las necesidad de cada una de las mujeres.

7. PLAN DE MERCADEO.

ANEKKA TU SUSU S.A.S Somos una empresa dedicada a la fabricación de bolsos para dama, utilizando material innovador y ecológico con calidad que con ayuda de la tecnología garantiza el desarrollo sostenible con responsabilidad social del cuidado del medio ambiente en beneficio de los empleados y demás grupos de interés.

Para satisfacer la necesidades de las personas con un producto innovador generando identidad con diseños exclusivos y precios asequibles, el cual es utilizado en el día a día de las mujeres para guardar objetos personales beneficiando al cuidado del medio ambiente e impacto en las personas que lo adquieren estando dirigido a las mujeres de estratos socio

económicos medio, medio alto y alto entre las edades de 20 a 40 años esto según el estudio de segmentación ya realizado.

Por otro lado según los resultados obtenidos mediante el instrumento de estudio realizado (cuestionario) estarían dispuestas a pagar entre \$60.000 a \$100.000 pesos que serán los sugeridos para el público en donde variaran según la ubicación, que se pudieron determinar mediante el estudio adecuado de verificación de los materiales a utilizar en el proceso de fabricación en donde variaran según los cambios del IPC anual establecido por el gobierno u cambios representativos en los costos de la materia prima.

Distribuyéndose en el local donde se venderán también mediante motos y un carro que nos prestara el servicio ya que estos canales nos garantizaran que tanto el producto como los materiales lleguen a tiempo y sus costos no sean excesivos, teniendo en cuenta que con los cambios del mercado en donde se generen otros canales para distribuirlos, quienes nos prestaran el servicio sin contrato será mediante la prestación de servicios con un costo de \$40.000 pesos el día por el viaje para entregar los pedidos que se encuentren en localidades cercanas enviándose en conjunto para minimizar costos ya que muchas de las personas según el segmento elegido prefiere realizar sus pedidos y que sean entregados en la puerta de sus hogares o trabajos.

Ya especificado lo anterior nuestro producto será promocionado mediante la implementación de volantes, habladores, en el local como el sitio que será el canal más importante de distribución a través de redes sociales y el voz a voz; ya que son los más utilizados hoy por hoy lanzándose según nuevos modelos o cambios significativos que se presenten con un ciclo de vida de 2 años según modelo en donde los costos de estos medios no sobrepasaran los de \$300.000 en donde la promoción variara según el estrato al cual ofrezcamos o adquieran el producto donde puede variar entre los \$30.000 y \$50.000 pesos .

Concluyendo así que lo que pretende la empresa es brindar el mejor servicio para garantizar la estabilidad u aceptación en el mercado brindando productos de calidad atendiendo a las personas de manera adecuada y eficiente.

8. PROYECCIÓN DE VENTAS.

BOLSO CAOBA		
1.MATERIA PRIMA	Fique 250g	\$15.000
	Forro tela algodón 50cm	\$4.500
2.MANO DE OBRA	Hora/hombre \$3.125	\$20.000
3.INSUMOS	Tintura, anilina, botón.	\$1.200
COSTO FINAL		\$40.700
GASTOS FIJOS		\$2.200.000
PRECIO VENTA		\$60.000

$$60.000 x - 2.200.000 - 40.700 x$$

$$2.200.000 = 19.300 x$$

$$2.200.000 / 19.300 = x$$

$$X = 113,98$$

114 Bolsos Caoba por mes.

1.368 Bolsos Caoba por año.

MOCHILA		
1.MATERIA PRIMA	Fique 350g	\$21.000
	Cremallera 20cm	\$2.000
	Forro 50cm	\$2.500
2.MANO DE OBRA	Hora/hombre \$3.125	\$20.000
3.INSUMOS	Tintura, anilina, botón	\$1.200
COSTO FINAL		\$46.700
GASTOS FIJOS		\$2.200.000
PRECIO VENTA		\$70.000

$$70.000 x - 2.200.000 - 46.700 x$$

$$2.200.000 = 23.300 x$$

$$2.200.000 / 23.300 = x$$

$$X = 94,42$$

95 Mochilas por mes.

1.140 Mochilas por año.

9. CONCLUSIONES.

- Las amenazas halladas comprenden desde nuestros proveedores hasta alteraciones en el mercado en cuanto a precios y competencia, sin embargo, **ANEKAA TU SUSU S.A.S** también tiene fortalezas y oportunidades que marcarán significativamente su presencia en el mercado, tales como el espíritu innovador y el alto nivel de responsabilidad social.
- Manejar los insumos adecuadamente con la seguridad requerida y con las debidas herramientas que los trabajadores y consumidores necesiten.
- Realizar el debido estudio de los mercados para conocer las necesidades insatisfechas del consumidor.
- Siempre estar capacitado para satisfacer las necesidades del consumidor.
- Sin importar el lugar o el momento estar dispuesto a ayudar y a dar lo mejor para nuestros clientes.