



Plan de negocios para la creación de la empresa Bolsos DEUZAK

Kevin Alexis Guerrero Torres

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Regional Santanderes

Sede Cúcuta (Nortde de Santander)

Programa Administración de Empresas

mayo de 2022

Plan de negocios para la creación de la empresa Bolsos DEUZAK

Kevin Alexis Guerrero Torres

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Administrador de
Empresas

Director

Claudia Milena Pérez

Magister en Dirección de Desarrollo Local

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Regional Santanderes

Sede Cúcuta (Nortde de Santander)

Programa Administración de Empresas

mayo de 2022

Dedicatoria

El presente trabajo está dedicado primeramente a DIOS que es quien nos da la vida, permite que nos levantemos y el que permite todo lo que hacemos en el día a día.

A mi madre que es el motivo de mi vida y responsable del ser humano que soy, y por ella es que me estoy superando especialmente por hacerla sentir orgullosa

A todas esas personas que poco o mucho me apoyaron hasta este momento de mi vida ayudándome a ser quien soy y llegar hasta donde estoy.

Kevin Guerrero
Kevin Alexis Guerrero Torres

Agradecimientos

Agradezco a DIOS por haberme dado la vida y más que todo la disciplina, capacidad e interés en superar mis conocimientos y experiencias.

A mi madre ya que gracias a su esfuerzo me enseñó que todo en la vida tiene un precio y debemos trabajar duro para obtener lo que queremos.

A todos los maestros y tutores que a lo largo de mi vida han aportado de su conocimiento, para que poco a poco valla aprendiendo nuevas cosas de la vida y el ambiente profesional, quiero agradecer especialmente a mi directora de trabajo de grado Mg. Claudia Milena Pérez quien me guio y apoyo durante el proceso de este proyecto.

Kevin Guerrero
Kevin Alexis Guerrero Torres

Contenido

Lista de tablas	7
Lista de figuras.....	8
Resumen.....	10
Abstract.....	11
Introducción	12
CAPÍTULO I. Generalidades.....	13
1 Identificación del modelo de negocio	13
1.1 Situación encontrada.....	13
1.2 Objetivos	15
1.2.1 Objetivo general.....	15
1.2.2 Objetivos específicos	15
1.3 Justificación	16
1.4 Marco Referencial.....	17
1.4.1 Marco teórico	17
CAPÍTULO II Modulo de Mercadeo.....	21
1. Estudio de mercado.....	21
1.1 Mercado potencial.....	21
1.1.1 Segmentación de mercado	21
1.1.2 Análisis de proveedores	45
1.1.3 Análisis de la competencia.....	47
1.1.4 Análisis de nuevos entrantes	48
1.1.5 Análisis de Productos sustitutos.....	48
1.1.6 Análisis de clientes (tendencias).....	49
CAPITULO II	50
2. Estrategias de Marketing Mix	50
2.1 Estrategia de producto o servicio	50
2.1.1 Propuesta de valor.....	50
2.1.2 Marca	51
2.2 Estrategias de distribución y venta.....	51
2.3 Estrategias de comunicación, promoción y publicidad.....	52
2.4 Estrategias de precio	55

CAPITULO III.....	57
3. Estudio Técnico u operación.....	57
3.1 Descripción del Proceso.....	57
3.1.1 Diagrama de flujo de producción o del servicio	57
3.1.2 Capacidad instalada	61
3.2 Tiempos y movimientos.....	66
CAPÍTULO IV.....	70
4. Estudio Administrativo	70
4.1 Plan estratégico	70
4.1.1 Misión, visión y Valores Corporativos	70
4.1.2 Misión	70
4.1.3 Visión.....	70
4.1.4 Valores Corporativos	71
4.2 Análisis del entorno y sector	71
4.2.1 Análisis PESTEL	71
4.3 Organigrama y perfiles.....	75
4.3.1 Descripción de perfil de cargos.....	75
4.4 Constitución Empresa y Aspectos Legales	77
4.4.1 Normatividad empresarial (constitución empresa)	77
4.4.2 Normatividad técnica	77
4.4.3 Normatividad laboral	78
4.4.4 Normatividad ambiental.....	78
4.4.5 Clasificación CIU	78
CAPÍTULO V.....	79
5. Análisis Financiero	79
5.1 Proyección de ventas.....	79
5.1.1 Proyección de ventas Anual.....	80
5.1.2 Inversión y financiación.....	82
5.1.3 Costos y gastos de operación	84
5.1.4 Flujo de caja proyectada	85
5.2 EVALUACION DEL PROYECTO.....	87
Conclusión	88

Recomendaciones	89
Referencias.....	90

Lista de tablas

Tabla 1 Presupuesto de marketing	56
Tabla 2 Diagrama de procesos	58
Tabla 3 Materia prima bolsos DEUZAK	61
Tabla 4 Maquinaria y equipo emprendimiento bolsos DEUZAK.....	62
Tabla 5 Maquinaria y equipo de Bolsos Deuzak.....	68
Tabla 6 Herramientas de trabajo Deuzak	69
Tabla 7 Mobiliario Deuzak	69
Tabla 8 Inversión total aspecto técnico	70
Tabla 9 Perfiles profesionales	76
Tabla 10 Estructura legal DEUZAK	77
Tabla 11 Producción según su capacidad.....	79
Tabla 12 Producción según su capacidad.....	79
Tabla 13 Venta anual Bolso	80
Tabla 14 Inversión Total Deuzak.....	82
Tabla 15 Inversión y financiación.....	83
Tabla 16 Costos de producción Deuzak.....	84
Tabla 17 Flujo de caja proyectada 1 año Deuzak	85
Tabla 18 Flujo de caja Proyectada 10 años	86
Tabla 19 Evaluación y rentabilidad del proyecto.....	87

Lista de figuras

Figura 1. Bolso multifuncional para uso diario.....	25
Figura 2. Bolso de viaje organizador multifuncional tipo Neceser.....	26
Figura 3. Bolso multifuncional de doble hombro o un solo hombro	27
Figura 4. Bolso multifuncional picnic y piscina	27
Figura 5. Bolso viajero de aseo personal.....	28
Figura 6. Bolso multipropósito hombre	28
Figura 7. Bolso viajero pierna.....	28
Figura 8. Bolso estudiantil	29
Figura 9. Edad de participantes.....	34
Figura 10. Uso de bolsos en su cotidianidad.....	35
Figura 11 Interés bolsos multipropósito.....	36
Figura 12 Diseño.....	36
Figura 13 Tipo de material.....	37
Figura 14 Preferencias de color.....	37
Figura 15 Preferencias de tamaño	38
Figura 16 Preferencia para compra	39
Figura 17 Medios de publicidad.....	39
Figura 18 cuanto se paga por un bolso.....	40
Figura 19 Disposición de precio bolso multipropósito de cuerina.....	41
Figura 20 Disposición de precio bolso multipropósito de tela.....	42
Figura 21 Disposición de precio bolso multipropósito Biodegradable	43
Figura 22 Preferencia de compra y publicidad.....	44
Figura 23 Medio de promoción y publicidad.....	45

Figura 24 Logo Bolsos Deuzak.....	51
Figura 25 Facebook Bolsos Deuzak.....	53
Figura 26 Instagram Bolsos Deuzak	53
Figura 27 Mapa de procesos de valor Bolsos DEUZAK	57
Figura 28 Diagrama flujo de producción	57
Figura 29 Proceso de producción Deuzak.....	59
Figura 30 Ruta simple de producción	66
Figura 31 Diseño de planta	67

Resumen

El plan de negocios que se presenta para la creación de la empresa Bolsos DEUZAK, se enfoca en la fabricación y comercialización de bolsos de uso multipropósito. Esta empresa busca fabricar productos con excelente calidad y diseños innovadores, con materia prima, mano de obra altamente capacitada y tecnología específica para la fabricación y personalización de los productos. Bolsos DEUZAK tratara de abarcar una buena parte del mercado en general, desde niños hasta adultos mayores, donde se trabajará creativamente, para que tanto la empresa como la marca sean reconocidas en diseños actualizados, acordes al tipo de clientes y tendencias del mercado para lograr una excelente valoración del producto y por supuesto una gran aceptación.

Palabras clave: emprendimiento, mercadeo, productividad, organización empresarial.

Abstract

The following preliminary project presents the analysis and development for the creation of the company Bolsos DEUZAK, which will focus on the manufacture and commercialization of multipurpose bags. This company will seek to manufacture products with excellent quality and innovative designs, in which it will have raw material and highly trained labor and with machinery and specific technology for the manufacture and customization of products.

DEUZAK bags will try to cover a good part of the market in general, from children to older adults, where they will work hard so that the company as a brand is recognized and in updated designs to the type of clients and market trends to achieve an excellent valuation of the product. product and of course a great acceptance.

Keywords: entrepreneurship, marketing, productivity, business organization.

Introducción

El siguiente proyecto de emprendimiento, surge a partir de la experiencia adquirida en mi proceso laboral que he obtenido como operario de máquinas de coser, la necesidad de en un futuro plantear la oportunidad de crear mi propia empresa generadora de empleo “Bolsos Deuzak” y poder aplicar los conocimientos y habilidades adquiridas en mi formación como profesional en Administración de empresas.

El plan de negocios Bolsos Deuzak consta de un módulo de marketing en cual se evidencian los tipos de mercadeo que usara la empresa, módulo operativo donde se plantea todo el proceso de productivo, módulo organizacional donde se analiza la creación y la constitución legal de la empresa, módulo financiero analizando la rentabilidad financiera de la empresa.

CAPÍTULO I. Generalidades

1 Identificación del modelo de negocio

1.1 Situación encontrada

La moda es una tendencia que es adoptada por gran cantidad de personas, tanto hombres como mujeres y niños a nivel mundial y se enfoca en prendas de vestir, calzado y accesorios adicionales como son las correas, los bolsos y otros tipos.

Los bolsos son uno de los complementos preferidos por las mujeres y cada vez más hombres. Pueden ser considerados como indispensables en el atuendo diario, incluso si es algo informal. Existe una gran variedad de tipos de bolsos según su estilo, diseño, color, material y forma que depende del uso y de la ocasión (Bolsosadictos, 2021).

Cada vez que se compra un bolso se debe escoger entre el tamaño, el diseño y variedad, considerando entre las diferentes necesidades o expectativas para la toma la decisión en cuanto a ¿qué? o ¿cuál bolso comprar?, la funcionalidad o el hecho de saber para ¿qué se necesita?. Hay una gran variedad de bolsos, mochilas, carteras, entre otras, pero todas cumplen una necesidad específica y solo se pueden usar para su función creada. Así, por ejemplo, si se compra un bolso de mano, no se puede usar ese mismo artículo como bolso de viaje y es allí cuando se está limitado.

La práctica apoya la teoría: de media, las mujeres poseen 19 modelos distintos de bolsos, según un estudio global realizado por la consultora británica Diamond. Y de acuerdo con el análisis anual realizado por Bain&Co., bolsos y zapatos ocupan un 28% de la cuota de mercado, por encima de la ropa, de los relojes y de los automóviles. Cuando se trata de

ellos, no apelamos al capricho, sino a la inversión. Incluso se habla de coleccionismo y de adicción (García, 2014).

La marroquinería es el proceso de elaboración de productos tales como (ropa, botas, billeteras, carteras, bolsos, correas, etc.) a base de materiales como el cuero, telas, plásticos, sintéticos, entre otros.

El segmento de marroquinería está retomando nuevamente su senda de crecimiento, impulsado por las aperturas y la normalización en las actividades que se estaban registrando en los dos primeros meses del año. Empresarios del sector manifiestan que uno de los retos del sector es volver a cautivar a los clientes que dejaron a un lado el consumo y se enfocaron en comprar bienes necesarios, por lo que están optando por ofrecer productos que tengan mayor valor agregado y que sean diferenciales.

Camilo Sarmiento, fundador de Argento & Borboun, resaltó que “los que tienen una apuesta de valor diferenciada tienen mejores resultados, estamos viendo que los consumidores prefieren consumir cosas de mayor valor, e incluso hemos aumentado el ticket promedio de compra” (Sala de prensa INEXMODA, 2021)

De acuerdo con datos del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), la industria de calzado “de enero a noviembre de 2021 mostró un incremento en la producción de 42,2% y en las ventas de 38,6%. Por su parte el sector de la marroquinería observa incrementos de 27,5% en la producción y de 24,5% en las ventas” (La Opinión, 2022).

Así mismo, según cifras del observatorio de calzado y marroquinería de ACICAM-Raddar, los hogares colombianos en el año 2021 consumieron \$3,4 billones en calzado, un incremento de 38% frente al 2020. Respecto al consumo de billeteras y correas, estos artículos presentan un consumo de \$325.000 millones con un incremento del 13%. Con este panorama y ante la búsqueda de escenarios para mostrar el producto hecho en Norte de Santander, 25 empresas e la región participarán en la Feria IFLS + EICI que es organizada por Asociación Colombiana de Industriales del Calzado, el Cuero y sus Manufacturas-ACICAM, (La Opinión, 2022).

Dicho lo anterior y la gran variedad de bolsos que existe en el mercado y después de haber hecho un análisis se llegó a la conclusión que actualmente El calzado y la marroquinería cumplen un papel muy importante para la reactivación económica. Por lo cual este emprendimiento “Bolsos DEUZAK” se enfocaría en crear y comercializar bolsos multipropósito, ayudando a la economía de las personas, y dar un valor agregado que es su doble funcionalidad.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Elaborar un plan de negocios para la creación de la empresa de bolsos DEUZAK.

1.2.2 Objetivos específicos

Identificar el contexto a nivel nacional, departamental y local del sector marroquinería, para la toma de decisiones en las estrategias de mercadeo a plantear.

Generar un plan técnico y organizacional, que contemplen los recursos y costos requeridos para la producción con calidad.

Analizar financieramente la viabilidad económica del plan de negocios.

1.3 Justificación

Este emprendimiento surge de la necesidad de cambiar la forma en que se mueve la mayor parte del mercado de los bolsos, en donde prima el comprar un bolso específico para una función establecida. Bolsos DEUZAK tiene como propósito disminuir la cantidad y gran variedad de bolsos que una persona tiene o debe comprar para suplir sus necesidades en su vida cotidiana, tratando de reducir la gran variedad de bolsos y el gasto generado por la adquisición de estos. Por otra parte, ofrece comodidad, moda y estilo al adquirir alguno de sus productos.

Así mismo, DEUZAK busca ofrecer productos de calidad a un precio justo y alcanzable para aquellas personas que desean un bolso que cubra sus expectativas, con materiales de calidad y lo más importante, es producido por manos colombianas. Este negocio se proyecta como una gran empresa local, generadora de empleos, priorizando la comunidad del entorno y aportando al mejoramiento de la economía en la región y al sector de marroquinería.

1.4 Marco Referencial

1.4.1 Marco teórico

El sector de la marroquinería a lo largo de los siglos, “es un arte consistente en trabajar el cuero y otros materiales, en sus formas y usos. Este arte, de acuerdo con tendencias de cada época, conlleva a varios procesos de diseño, fabricación y producción que hacen que tenga una auténtica industria tras de sí” (Fernández, 2017).

A través del tiempo el hombre siempre ha fabricado herramientas como utensilios o bien simples adorno decorativo. Entre los materiales que utiliza en mayor proporción para ello, es el cuero, con el cual es posible fabricar bolsos, cinturones, carteras, calzado o piezas ornamentales. “Los artesanos que trabajan con este material se dedican a la marroquinería. En la mayoría de las piezas aparecen dibujos repujados en relieve” (Navarro, 2019).

Los bolsos son sin duda accesorios, pero más que un lujo son una necesidad para la vida cotidiana. “Los primeros indicios se remontan al antiguo Egipto. Ahí, se han encontrado jeroglíficos que muestran figuras masculinas con una especie de bolsa atada a la cintura. Se cree que se utilizaba para llevar las semillas en las plantaciones. Y en el caso de los cazadores, para llevar sus presas” (FAHRENHEIT MAGAZINE, 2019).

- **Proceso productivo para la confección de bolsos.**

El proceso productivo es entendido por la realización de un conjunto de actividades el cual dan como resultado un producto, bien o servicio. “puede entenderse como una serie de operaciones y procesos necesarios que se realizan de forma planificada y sucesiva para lograr la

elaboración de productos” (Quiroa, Economipedia, 2019); Dicho lo anterior “las empresas desarrollan sus procesos productivos con la finalidad de poder satisfacer la demanda del mercado” (Quiroa, Economipedia, 2019)

- **Creación de diseños**

Los diseños son creados a partir de la identificación de las necesidades de los clientes a partir de una exhaustiva investigación creada por las empresas con el fin de conocer el mercado. “El mundo del diseño es un mundo de creación si se observa que está dirigido a obtener algo que no existe, a configurar lo imaginado, a hacer surgir algo sin presencia anterior. Se podría definir como la materialización de una determinada fantasía. El dibujo, plan o esquema de lo deseable, y hasta entonces sin entidad formal adecuada” (Alvarez Junco, 2022)

- **Materia prima**

Al referirnos a materia prima en el área de marroquinería establece la variedad de telas y materiales que se usaran en la producción de un artículo establecido “Se define como materia prima todos los elementos que se incluyen en la elaboración de un producto. La materia prima es todo aquel elemento que se transforma e incorpora en un producto final” (Gerencie.com, 2020)

Dentro de la materia prima usada en marroquinería para la producción de bolso se encuentra una gran variedad de materiales de los cuales nombraremos algunos de los más importantes y usados:

- **Cuero** “El cuero es la piel de los animales después de ser tratado con muchos procesos que lo refinan y embellecen. La piel se curte con aceites y conservantes de alto grado antes de coserla” (DeBotones, 2022).
- **Cuerina o cuero sintético** “La cuerina es un tipo de cuero que no es de vaca y que se puede encontrar con distintos nombres, como son: semi cuero, simil cuero, cuero vegano, imitación de cuero, cuero sintético, cuero artificial y cuero ecológico” (Posicionando, 2020).
- **Lona** “es una clase de tela que es ampliamente conocido por ser muy pesado, que se emplea para realizar la fabricación de diferentes piezas como son las velas de los barcos, las tiendas o carpas, marquesinas, bolsos, mochilas, talegas militares, zapatos y otras funciones donde se necesite rugosidad, fuerza y robustez” (Guiadetelas.info, 2022).
- **Nylon** “Es el nombre de una familia de polímeros sintéticos, utilizado comúnmente en la fabricación de diferentes tipos de prendas de vestir. Incluso en bienes de consumo” (Buscador.com, 2022).

- **Proceso de fabricación**

- **Corte y moldeado**

- “El corte de telas es una de las tareas que requiere mayor cuidado y conocimiento, pues el riesgo de dañar el material es muy alto. Para ello usted deberá conocer las características de las telas y las normas que se deben observar para un corte correcto” (SENA, 2012).

Costura

“La costura se basa en la unión de dos o más pedazos de tela o textil a partir del uso de hilos y otros materiales. La costura siempre supone una mayor complejización de las vestimentas ya que para realizar tal proceso es necesario tener en cuenta las dimensiones del cuerpo, la forma, el tipo de material que se usará” (Bembibre, 2010).

Bordados “Al acto de bordar y a la mencionada labor de relieve se los denomina bordado. Puede decirse que, al realizar un bordado, se adorna una superficie flexible recurriendo a hilos” (Pérez Porto & Gardey, Defnicion.de, 2021).

Control de calidad “El control de calidad es una forma de verificar el estándar de un producto o servicio durante su proceso de elaboración y sirve para reducir la probabilidad de insertar productos con fallas en el mercado” (Orellana Nirian, 2020).

Distribución “La distribución es un elemento indispensable en el mundo de la empresa y del marketing. Con distribución estamos haciendo referencia al conjunto de actividades que se realizan desde que un producto es elaborado, hasta que es comprado por el cliente final” (Morales, 2021).

CAPÍTULO II Modulo de Mercadeo

1. Estudio de mercado

1.1 Mercado potencial

1.1.1 Segmentación de mercado

Deuzak considera como potencial mercado los siguientes segmentos:

- **Clientes Directos**
 - ✓ Jóvenes adultos, hombres y mujeres de 18 años a 20 años
 - ✓ Adultos hombres y mujeres 21 años a 30 años
 - ✓ Adultos hombres y mujeres 31 años a 60 años
 - ✓ Adultos mayores de 60 años

- **Clientes intermediarios**
 - ✓ Almacenes de cadena
 - ✓ Pequeños negocios y boutiques

1.1.1.1 Tipo de investigación

La investigación de mercados se realiza con enfoque cuantitativo, tipo descriptivo y correlacional. “Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características, y los perfiles de las personas, grupos, comunidades, procesos, objetos, o cualquier

otro fenómeno que se someta a un análisis” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014).

“La utilidad de los estudios correlacionales es saber cómo se puede comportar una variable al conocer el comportamiento de otras variables vinculadas. Es decir, intentar predecir el valor aproximado que tendrá un grupo de individuos o casos en una variable, a partir del valor que poseen las variables relacionadas” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014).

Se realizará un acercamiento a una muestra por conveniencia de la población de interés con un cuestionario tipo Online para conocer la aceptación del producto, gustos y necesidades. Además se complementará la información con fuente secundaria a través de revisión documental para conocer necesidades, tendencias y oportunidades presentes en el micro y macroentorno del sector de marroquinería y accesorios.

1.1.1.2 Población

La población a quien va dirigida la propuesta de valor de DEUZAK es sus inicios a la comunidad del municipio de San José de Cúcuta, que está compuesta por “777.106 habitantes los cuales están divididos en 304.358 hombres y 325.059 mujeres” (Alcaldía San José de Cúcuta, 2020).

1.1.1.3 Muestra

La muestra poblacional es de tipo no probabilístico, por conveniencia según tiempo y recursos con los que se cuenta en la opción de grado “suponen un procedimiento de selección

orientado por las características de la población de la investigación, mas que por un criterio estadístico de generalización” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014)

MUESTRA POBLACIONAL	CANTIDAD
Jóvenes adultos, hombres y mujeres de 18 años a 20 años	10
Adultos hombres y mujeres 21 años a 30 años	40
Adultos hombres y mujeres 31 años a 60 años	40
Adultos mayores de 60 años	10
Total de muestra	100

1.1.1.4 Instrumentos

El instrumento seleccionado para el trabajo de investigación de mercados de DEUZARK es de tipo cuestionario Online de pregunta cerrada para análisis estadístico, dirigido al grupo poblacional de acuerdo con la muestra seleccionada:

- **Objetivo del instrumento:** Conocer gustos y segmento de clientes interesados en la adquisición del tipo de bolsos multipropósito.

- **Variables a medir en el instrumento:**
 - ✓ Demográficas: nombre, rango de edades, rol (soltero, casado-unión libre, padre o madre de familia)

- ✓ Uso de bolsos en general – uso de bolsos multipropósito
- ✓ Diseño: tamaño, colores, estilos (formas)
- ✓ Calidad: durabilidad de los materiales, importancia que le dan a productos responsables con el medio ambiente (importancia del uso de materiales que provienen de plantas y no de animales y si están dispuestos a pagar un mayor valor por este producto)
- ✓ Accesorios: gusto por este tipo de productos adicionales al bolso
- ✓ Precio dispuesto a pagar según calidad
- ✓ Distribución: tipo de compra directa, por intermediario, on line.

Cuestionario Online – Google Forms:

Link: <https://forms.gle/Ck1pYduwuxc4irYq5>

La presente investigación de mercados para la creación de la empresa de bolsos DEUZAK, se realiza en cumplimiento de requisitos de opción de grado del Programa de Administración de Empresas en UNIMINUTO Cúcuta.

Con el diligenciamiento del presente cuestionario, se autoriza el uso de la información con total reserva, únicamente para fines académicos.

Preguntas según variables:

Nombre:

Edad:

- 18 a 20 años

- 21 a 30 años
- 31 a 60 años
- mayores a 60 años

Rol

- Soltero
- Casado- unión libre
- Padre o madre de familia

1. ¿Utiliza bolsos en su diario vivir?

- SI
- NO

2. ¿Le interesaría comprar bolsos multifuncionales que desempeñen varios usos?

- SI
- NO ¿Por qué? (fin de la encuesta)

A la hora de adquirir un bolso multipropósito que funciones le gustaría encontrar:

- Bolso multifuncional para uso diario

Figura 1. Bolso multifuncional para uso diario



Fuente: <https://listado.mercadolibre.com.mx/bolsas-multifuncional-para-mujer#!messageGeolocation>

- Bolso de viaje organizador multifuncional

Figura 2. Bolso de viaje organizador multifuncional tipo Neceser



Fuente:

https://http2.mlstatic.com/D_NQ_NP_658571-MLM32538594984_102019-O.webp

- Bolso multifuncional de doble hombro o un solo hombro en diagonal.

Figura 3. Bolso multifuncional de doble hombro o un solo hombro



Fuente: Imagen tomada de <https://es.aliexpress.com/i/1005002370515535.html>

- Bolso multifuncional para picnic piscina y ocasiones informales

Figura 4. Bolso multifuncional picnic y piscina



Fuente:

https://http2.mlstatic.com/D_NQ_NP_667817-MLM46474640096_062021-O.webp

- Bolso viajero de aseo personal

Figura 5. Bolso viajero de aseo personal



Fuente:<https://m.media-amazon.com/images/I/71LJ-ripmZL. AC SY355 .jpg>

- Bolso multipropósito para uso diario (Hombre)

Figura 6. Bolso multipropósito hombre



Fuente:<https://m.media-amazon.com/images/I/51VxzuMlaTL. AC SY450 .jpg>

- Bolso viajero para pierna

Figura 7. Bolso viajero pierna



Fuente: https://lh3.googleusercontent.com/SUcp6ZVvh-ceWbx4FO3OW0UqThnkOngA2axX-gJqDzLug_wxwkwRwypFCiT_yIRQTVHYnGcKN7-YZhShLz7_0SafwsMJdcFDW5ED1SjRFJYLRX_Didqj_pulRevTy1WhZH5iAVxmTaxWvStA

- Bolso estudiantil

Figura 8. Bolso estudiantil



Fuente: https://lh4.googleusercontent.com/PSDXCBOYNdezL9g9C8oO1S13f6bGX9cfYNKE3QRBNE5Leu-9qqALakMx1DsC_gEPm2J0HXTkSeXErow8d3-Ahh0rinsO6g2ckCjjpovs8eFEaGUJtrllzxw7Yv2-FuokX3IBb-dgCnGHpOB-

TIPO DE MATERIALES

3. ¿Qué tipo de material prefiere en sus bolsos?
- Cuerina (cuero sintético)
 - Poliéster – lona sintética
 - Tela
 - Material biodegradable que proviene de plantas
 - Otro ¿Cuál?

COLORES

4. ¿Qué color prefiere al comprar un bolso?
- Negro
 - Café-marrones
 - Blanco-crema
 - Colores pasteles
 - Colores ácidos (Amarillos, verdes, naranjas, rojos o rosas)
 - Otro Color ¿Cuál?

TAMAÑOS

5. ¿Qué tamaño de bolso prefiere?
- Grandes
 - Medianos

- Pequeños
- Otra

CRITERIOS DE SELECCIÓN

6. ¿En qué criterios se basa al escoger un bolso?
- Calidad (durabilidad de los materiales)
 - Producto responsable con el medio ambiente
 - Accesorios adicionales
 - Precio

RESPONSABILIDAD AMBIENTAL

7. ¿Estaría dispuesto a pagar un mayor valor, al adquirir un bolso elaborado en materiales que provienen de plantas y no de animales?
- Si
 - No

PRECIO

8. ¿Cuántos bolsos puede llegar a comprar en el transcurso de un año?
- 1-3
 - 2-6
 - 7-9
 - 10 o más
9. ¿Cuánto gasta usualmente en la compra de un bolso?

- 10 mil pesos - 29 mil pesos
- 30 mil pesos - 49 mil pesos
- 50 mil pesos - 69 mil pesos
- 70 mil pesos - 100 mil pesos
- 120 mil pesos - 149 mil pesos
- 150 mil y más

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un bolso multipropósito elaborado en Cuerina (cuero sintético) de calidad, elaborado por manos cucuteñas?

- 50 mil pesos - 69 mil pesos
- 70 mil pesos - 100 mil pesos
- 120 mil pesos - 149 mil pesos
- 150 mil y más

11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un bolso multipropósito elaborado en tela, de calidad, elaborado por manos cucuteñas?

- 50 mil pesos - 69 mil pesos
- 70 mil pesos - 100 mil pesos
- 120 mil pesos - 149 mil pesos
- 150 mil y más

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un bolso multipropósito elaborado en material biodegradable proveniente de plantas y de calidad, elaborado por manos cucuteñas?

- 50 mil pesos - 69 mil pesos
- 70 mil pesos - 100 mil pesos
- 120 mil pesos - 149 mil pesos
- 150 mil y más

LUGARES DE COMPRA

13. ¿Dónde prefiere comprar sus bolsos?

- Centros Comerciales
- Supermercados
- Pequeñas Boutique
- Directamente en el punto de venta del fabricante
- Otro ¿Cuál?

MEDIO DE COMPRA Y PUBLICIDAD

14. ¿Cómo sería su modo de preferencia para la compra?

- Directamente en persona
- Compras Online (página web, Facebook, Instagram)
- Compra por catálogo

15. ¿Cuál considera es el medio de comunicación más efectivo para promocionar un nuevo producto en la ciudad de Cúcuta?

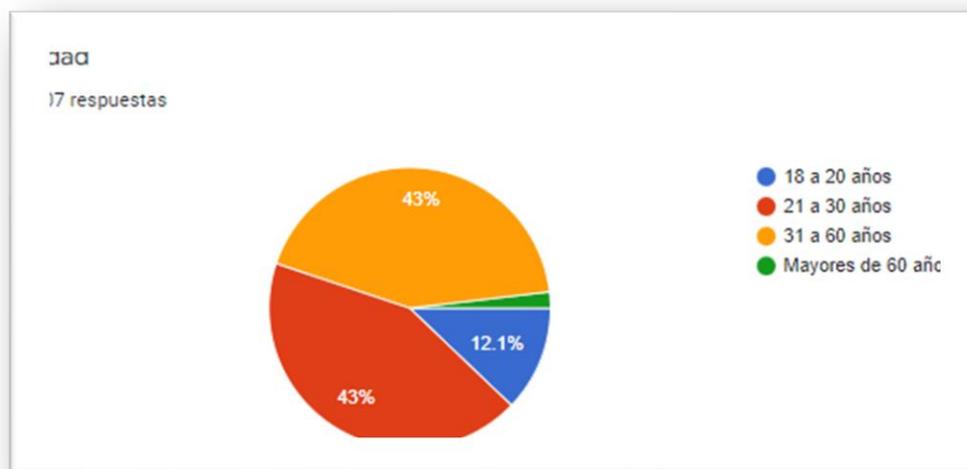
- Radio

- Prensa
- Televisión
- Valla publicitaria
- Redes sociales: WhatsApp, Facebook, Instagram.
- Página web o blog
- Volantes publicitarios
- Perifoneo

1.1.1.5 Resultados de la investigación de mercados

✓ Análisis de datos generales.

Figura 9. Edad de participantes



Fuente: Elaboración propia

La edad de los participantes en la investigación de mercados estuvo definida por el rango de 23 a 30 años con un 43%, junto con el rango de 31 a 60 años con otro 43%, obteniendo un nivel de información equilibrado y un 12,1% del rango 18 a 20, por último, por el rango mayores de 60 años con 1,9%.

Por lo tanto, podemos observar que hay información pertinente porque se vio equilibrada entre los diferentes grupos y podemos reconocer que hay variedad de gustos dependiendo la edad siendo la información muy útil para el proceso investigativo llevado a cabo.

✓ **Uso y aceptación del producto.**

Figura 10. Uso de bolsos en su cotidianidad



Fuente: Elaboración propia

Figura 11 Interés bolsos multipropósito

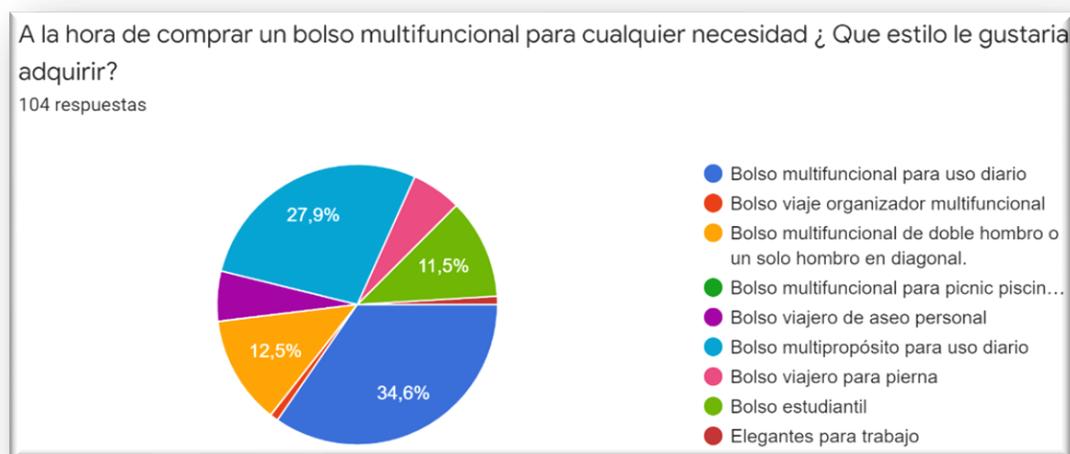


Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con el análisis planteado con una muestra de 107 personas podemos concluir que un 94,4% usa bolsos en su diario vivir y que un 97,2% estaría interesado en adquirir un bolso multipropósito, lo cual es un resultado favorable para la aceptación de la marca siendo un mercado potencialmente bueno.

✓ **Tipo de producto de preferencia: diseño, colores, tamaños**

Figura 12 Diseño



Fuente: Elaboración propia

Figura 13 Tipo de material

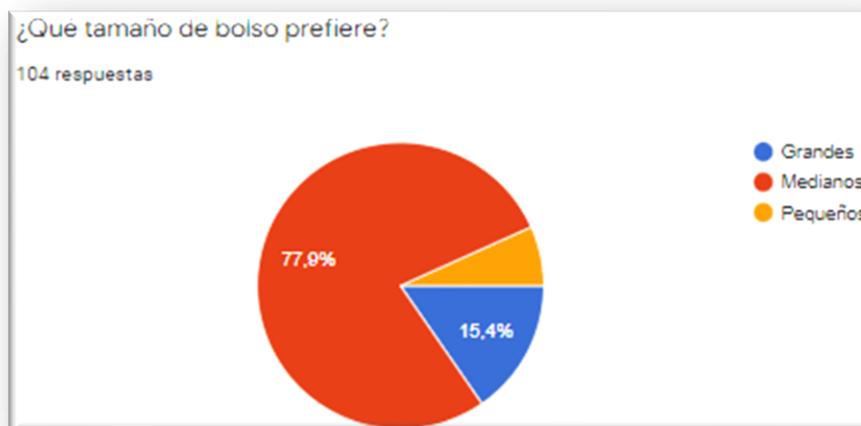


Fuente: Elaboración propia

Figura 14 Preferencias de color



Fuente: Elaboración propia

Figura 15 Preferencias de tamaño

Fuente: Elaboración propia

Visto lo anterior en las gráficas se logra apreciar que hay un mercado potencial el cual se debe aprovechar mediante innovaciones que capten la atención de los clientes y se puedan suplir muchas de las necesidades y expectativas que hay actualmente, por otra parte se logra apreciar que una parte muy importante de los clientes (31,7%) está interesada en el uso de materiales biodegradables o que no afecten el medio ambiente, por lo cual se trabajara en la producción de artículos específicos para este segmento y poco a poco ir sumando clientes con este tipo de preferencias.

✓ **Promoción y publicidad.**

Figura 16 Preferencia para compra



Fuente: Elaboración propia

Figura 17 Medios de publicidad



Fuente: Elaboración propia

Las redes sociales actualmente son una fuente importante para promocionar un producto o servicio ya que una gran parte de personas las usa en su diario vivir, como se ve en las anteriores figuras con un (81,7%). Por otra parte hay una parte importante de las personas encuestadas (79,8%) que prefieren o se sienten más cómodos comprando sus productos Directamente en persona, ya sea por seguridad o confiabilidad, por lo tanto Bolsos DEUZAK tiene propuesto distribuir sus productos en varios establecimientos comerciales y sus propios puntos de venta para poder cubrir la demanda.

✓ Precio

Figura 18 cuanto se paga por un bolso



Fuente: Elaboración propia

Uno de los aspectos importantes para un producto es su precio por lo cual en la investigación planteada se puede deducir que en la cotidianidad entre los precios que están dispuestos a pagar los clientes hay una proporción alta que se inclina en los rangos de 50 mil a 69 mil pesos con un (24%) y 70 mil a 100 mil pesos con un (30.8%) y aunque los otros valores

no reflejen un porcentaje mayor, también tienen un margen significativo que la empresa debe tener en cuenta.

Figura 19 Disposición de precio bolso multipropósito de cuerina



Fuente. Elaboración propia

Los precios de los productos tienden a subir dependiendo de la calidad de estos, por lo tanto, los bolsos elaborados con cuerina cuentan con los siguientes rangos significativos 70 mil a 100 mil pesos (44,2%), 50 mil a 69 mil pesos (29,8%) y de 150 mil en adelante (23,1%).

Figura 20 Disposición de precio bolso multipropósito de tela



Fuente: Elaboración propia

Los bolsos de tela son los más comunes, su fabricación tiende a ser rápida, la calidad de los materiales es para usos básicos por ello tienden a ser más económicos para bolsos elaborados con tela se obtiene una proporción balanceada entre los rangos de 50 mil a 69 mil pesos (41,3%) y 70 a 100 mil pesos (41,3%)

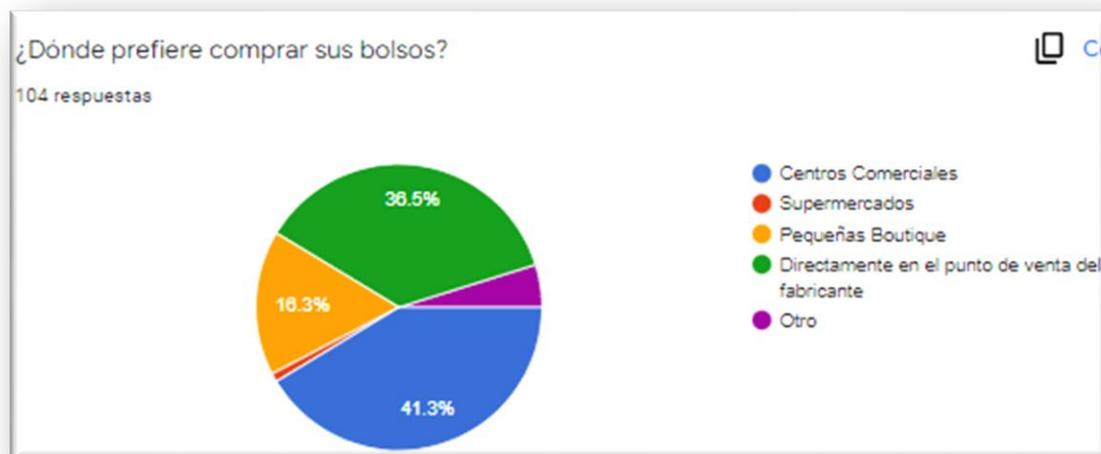
Figura 21 Disposición de precio bolso multipropósito Biodegradable



Fuente: Elaboración propia

Los materiales biodegradables disminuyen el daño ambiental causado y tienden a ser materiales costosos, en la investigación planteada se puede deducir que los rangos mas significativos son 70mil a 100 mil (40,4%), 50 mil a 69 mil pesos (29,8%)

✓ Puntos de compra



Fuente: elaboración propia

Los puntos de compra preferidos por los usuarios se dividen de la siguiente manera:

Centros comerciales con un (41,3%), directamente en el punto de venta del fabricante (36,5%) y pequeñas boutiques con un (16,3%).

Figura 22 Preferencia de compra y publicidad



Fuente: Elaboración propia

Figura 23 Medio de promoción y publicidad



Fuente: Elaboración propia

Los usuarios tienden y prefieren comprar directamente en persona con un (79,8%) frente a un (16,3%) que prefieren compras online (página web, Facebook, Instagram). Por otro lado prefieren las redes sociales: WhatsApp, Facebook, Instagram como medios de publicación y publicidad con un (81,7%) frente a las otras alternativas mencionadas.

1.1.1.6 Análisis del microentorno

1.1.2 Análisis de proveedores

Dentro de los proveedores que bolsos Deuzak ha analizado para poner a funcionar su negocio son:

- Empresas locales y nacionales dedicadas a la venta y distribución de telas y tejidos

- **Tapisander:** Es una empresa colombiana con sede en Cúcuta dedicada en la venta de gran variedad productos, entre ellos “telas para cortinas – materiales para tapicería – telas – pegantes industriales – telas artesanales- cortinas y persianas” (Paginas amarillas, 2022)

- **ECOHILANDES:** Empresa colombiana que produce telas ecológicas a partir de la reutilización de retales de tela y botellas pets recicladas. “Nuestros productos son elaborados con hilo o hilaza reciclada de Composición 50% poliéster pets, sacada de la fibra reciclada de las botellas pets y 50% retal o sobrantes de tela de confección, además del tradicional 100% algodón” (ECOHILANDES, 2022).

- **Algunas empresas extranjeras** dedicadas a la venta y distribución de telas y tejidos
 - **ANANAS ANAM:** Empresa de España dedicada a la fabricación de cueros a partir de la fibra de piña. “La diseñadora española Carmen Hijosa tiene una amplia trayectoria en la creación de telas y en la fabricación de artículos de piel, estudió en el Royal College of Art de Londres y es la creadora del primer cuero hecho con fibras de piña, llamado Piñatex, patentado por su empresa textil Ananas Anam” (Rodriguez, 2018).

 - **BANANATEX:** Empresa Suiza que dedicada a la fabricación de tejidos a partir de plantas de babano. " La fibra de banano es una de las fibras naturales más fuertes del mundo. Se hace del vástago del árbol de plátano y es increíblemente durable y biodegradable” (Preuss, 2017).

1.1.3 Análisis de la competencia

La competencia “se refiere a la rivalidad entre aquellos que pretenden acceder a lo mismo, a la realidad que viven las empresas que luchan en un determinado sector del mercado al vender o demandar un mismo bien o servicio” (Pérez Porto & Gardey, Definición de, 2021).

Dentro de las empresas fabricantes de bolsos más importantes a nivel local y nacional que son una competencia para Bolsos Deuzak están:

- Cueros Vélez S.A.S.
- Bolsos TOTTO
- Industrias BAC S.A.S (Bolsos y accesorios colombianos)
- Cueros Hazard
- MACOLY LTDA
- MACUEROS
- Pachita Paciflora S.A.S
- CASTAFINA S.A.S
- Aníbal Mora
- III MILENIO S.A.
- CHIC Marroquinería S.A.S. (NORA LOZZA)
- Bolsos MEI

1.1.4 Análisis de nuevos entrantes

Inicialmente crear empresa en Colombia es difícil ya que la gran mayoría de emprendedores no cuentan con los recursos para apalancar su negocio y muchas veces se enfrentan a grandes dificultades al querer adquirir algún tipo de financiación con entidades financieras, la falta de motivación y acompañamiento del estado y beneficios tributarios. “René Rojas, cofundador de HubBog considera que en Colombia es tan difícil fundar una empresa como en otros países del mundo. Las estadísticas revelan que, en nuestro país, el 94 por ciento de los negocios instaurados desaparecen tres años después” (EL TIEMPO, 2017). “Las principales barreras para crear empresa que ven estas personas de entre 18 y 32 años están la falta de recursos económicos propios (58 por ciento), la falta de fomento del Gobierno a los emprendimientos (35 por ciento) y la formalización del emprendimiento (18 por ciento)” (EL TIEMPO, 2021)

1.1.5 Análisis de Productos sustitutos

Dentro del mercado de los bolsos hay gran cantidad productos y empresas que pueden sustituir el modelo de negocio al que Bolsos DEUZAK quiere entrar. Los productos sustitutos son aquellos “bienes que satisfacen una misma necesidad o una de muy similar y, por lo tanto, pueden ser reemplazados por otro bien según los factores que decanten la decisión del comprador” (BLOG ILERNA, 2019)

Por lo tanto, lo más importante para DEUZAK es analizar las tendencias del mercado, escuchar las necesidades de los clientes, para poder crear un producto que satisfaga y que cumpla con las expectativas en diseño, precios acordes con la calidad, funcionalidad y practicidad.

1.1.6 Análisis de clientes (tendencias)

Para bolsos Deuzak el cliente es la principal razón de ser de la empresa, ya que el nivel de satisfacción puede aumentar o disminuir el nivel de las ventas y reconocimiento tanto de la empresa como de los productos, por lo que siempre se tendrán en cuenta para sus diseños y el crecimiento empresarial.

Para ello se llevarán a cabo las siguientes estrategias:

- Investigación constante de las necesidades del mercado y de los clientes para mejorar nuestros productos y crear otros nuevos.
- Mantener una comunicación constante con los clientes para tener de primera mano, opciones de mejora y fortalecimiento de calidad.

CAPITULO II

2. Estrategias de Marketing Mix

2.1 Estrategia de producto o servicio

2.1.1 Propuesta de valor

- ✓ *Valor agregado de la idea de negocios.*

Los productos fabricados por bolsos Deuzak se caracterizarán por su uso multipropósito, con calidad, diseño, personalización y constante innovación, buscando la satisfacción de las necesidades de sus clientes.

- ✓ *Descripción general de atributos físicos, funcionales y psicológicos del producto (bien o servicio).*

- Los productos serán realizados con diseños de acuerdo con la moda y con materiales de calidad como lo son cueros, cuerinas, telas sintéticas, herrajes dependiendo de su diseño y personalización deseada.
- Bolsos DEUZAK ofrecerá diseños personalizado para que los clientes tengan la posibilidad de escoger a su gusto, generando identidad con la marca y mayor valor ante ellos.
- DEUZAK en la medida que vaya creciendo, buscará seguir innovando con nuevos productos, de acuerdo con requerimientos de los clientes en la línea de bolsos y accesorios.

2.1.2 Marca

Figura 24 Logo Bolsos Deuzak



Fuente: Elaboración propia

2.2 Estrategias de distribución y venta

Bolsos DEUZAK tendrá una venta directa en puntos físicos de manera que sea confiable y seguro para un porcentaje de clientes, pero también buscará ofrecer sus productos de manera virtual con domiciliarios o transportista de modo que haya facilidad para todos sus usuarios de adquirir sus productos.

- **Distribución y Venta**

- ✓ **Puntos de venta:** Luego de posicionar el producto con mayor fuerza y que sea reconocido por su calidad, diseño y necesidades que satisface, se abrirán puntos de venta presenciales al público. Inicialmente se lanzará de forma virtual en redes sociales y pagina web.
- ✓ Bolsos DEUZAK buscará instalar sus propios puntos de venta por lo cual sus colaboradores serán los encargados de ofrecer y convencer a los clientes de adquirir los productos siendo una constante fuente de distribución.

✓ Por otra parte, Bolsos DEUZAK buscará generar alianzas con grandes empresas que tengan un reconocimiento y que incluyan los productos a sus catálogos de venta, como lo son almacenes de cadena, boutiques y pequeños negocios, logrando abarcar mayor segmento de mercado, manteniendo calidad y diseños.

2.3 Estrategias de comunicación, promoción y publicidad

- **Canales de Comunicación para dar a conocer la empresa**

Bolsos DEUZAK busca tener la satisfacción de sus clientes, dándoles productos de calidad por lo cual se tiene pensado ocupar gran parte del mercado a través de:

✓ **Be to be:** Inicialmente se buscará suministrar una muestra del producto a algunas personas seleccionadas por el equipo trabajo según interés, para poner a prueba el gusto y la calidad de los productos y su consideración sobre su novedad (valor innovador). Luego de su experiencia, promocionar la captación de más clientes, mediante recomendaciones persona a persona.

✓ **Redes sociales:** Actualmente las redes sociales son una herramienta fundamental para la divulgación de información y de productos, por lo tanto, Bolsos DEUZAK buscará incursionar en esta estrategia, de forma masiva y creativa, logrando la captación y la atención de posibles clientes.

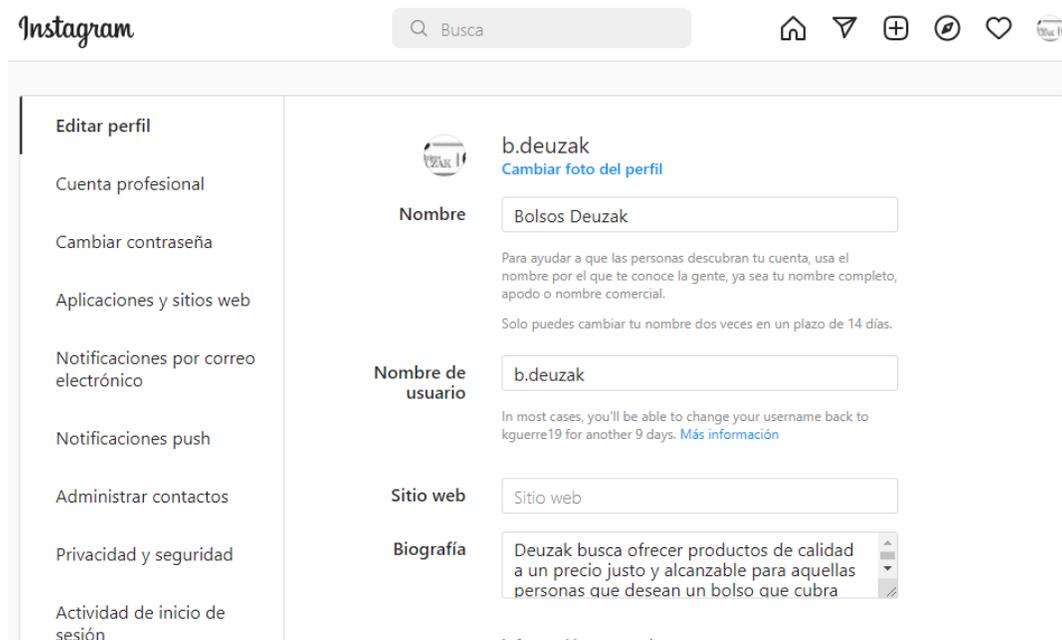
Figura 25 Facebook Bolsos Deuzak



<https://www.facebook.com/Bolsos-Deuzak-101900675846186/>

Fuente: Elaboración propia

Figura 26 Instagram Bolsos Deuzak



Fuente: Elaboración propia

✓ **Página web:** Se pretende ofrecer un catálogo de productos digitales, ya que en tiempos de pandemia se fortaleció el comercio virtual, por ello Bolsos DEUZAK quiere aprovechar este tipo de mercado con la promoción creativa de productos, la facilidad en la compra y comunicación constante con el cliente.

- **Medios de comunicación para relacionamiento con el cliente**

La opinión de los clientes hacia un producto es muy importante para las empresas ya que el buen nivel de satisfacción puede generar aumento de las ventas por medio de recomendaciones tanto de la empresa como de los productos. Por esta razón, se necesita una comunicación directa con el cliente para conocer su percepción, críticas o sugerencias sobre el producto, con el fin de mejorar cada vez más la calidad con la que se trabaja y poder agregar mayor valor a los clientes.

Para ello se llevarán a cabo las siguientes estrategias:

- Investigación constante de las necesidades del mercado y de los clientes para mejorar nuestros productos y crear otros nuevos.
- Mantener una comunicación constante con los clientes para tener de primera mano, opciones de mejora y fortalecimiento de calidad.

2.4 Estrategias de precio

Deuzak considerará la estrategia de precios justos acorde a la calidad del producto y accesorios que se incorporen ofertando las tres líneas de productos:

- Productos de precio básico (bajo) en un rango de precio: (50 y 70)
- Productos de precios estratégico (medio) en un rango de precio: 70 y 100
-
- Productos de precios exclusivo (alto) en rango de precios ente 100 y 200

Dentro de la investigación de mercado realizada los clientes se inclinaron por los siguientes precios los cuales serán tenidos en cuenta el establecimiento de precios.

- De \$50.000 a \$69.000
- De \$70.000 a \$100.000
- De \$120.000 a \$149.000

Por lo cual según los planteado en la investigación de mercados y los costos de materia prima y pago de mano de obra Bolsos Deuzak calculó el precio final de \$100.000 para el producto a producir.

Tabla 1 Presupuesto de marketing

 PLAN DE MERCADEO DE LA EMPRESA BOLSOS DEUZAK																
OBJETIVO DEL COMPONENTE DE MERCADEO: Lograr el posicionamiento de la empresa Bolsos Deuzak con diseños adaptados a los clientes e identificar un mercado potencia para la comercialización de nuestros productos a nivel local y nacional										DETALLADO DE LOS COSTOS						
1. ESTRATEGIA DE PRODUCTO				CRONOGRAMA DE EJECUCION												
ACTIVIDAD A DESARROLLAR	RECURSO REQUERIDO	PRESUPUESTO DEL AÑO	RESPONSABLE	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	
Definir diseños de colección de inicio de la empresa	Asesoría y elaboración de diseños: Ficha técnica de producto	\$ 600.000	Gerente	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	\$ 30.000 por ficha técnica /5 modelos cada tres meses- Pago por colección \$150.000
2. ESTRATEGIA DE PRECIO				CRONOGRAMA DE EJECUCION												
ACTIVIDAD A DESARROLLAR	RECURSO REQUERIDO	PRESUPUESTO DEL	RESPONSABLE	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	
Análisis constante y gestión con proveedores para lograr buenos precios de materiales	Persona encargada de la gestión		Gerente	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	valor calculado en el pago total del gerente.
3. ESTRATEGIA DE PROMOCION Y PUBLICIDAD				CRONOGRAMA DE EJECUCION												
ACTIVIDAD A DESARROLLAR	RECURSO REQUERIDO	PRESUPUESTO DEL	RESPONSABLE	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	
Definir estrategias de publicidad digitales: Uso de redes sociales (facebook, instagram, WhatsApp)	* Computador * Servicio de telefonía e Internet * Telefono Celular * Plan redes sociales	4.985.504	Gerente	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	Valor Computador \$ 1.200.000 valor Servicio internet/mes \$130.000 *12= 1.560.000 Valor telefono celular \$ 800.000 Plan publicidad Instagram 118.790 * 12 = 1.425.504
Definir estrategias de publicidad Impresas (Volantes y tarjetas de presentación).	Agencia Publicidad	1.260.000	Gerente	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	Valor volantes \$60.000 *12= 720.000 Valor tarjeta de presentación \$ 45.000*12= 540.000
4. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCION Y PLAZA				CRONOGRAMA DE EJECUCION												
ACTIVIDAD A DESARROLLAR	RECURSO REQUERIDO	PRESUPUESTO DEL	RESPONSABLE	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	
Punto de Venta directo en Cúcuta	*Arriendo en Cúcuta *Mobiliario *pago de servicios publicos: agua, luz	17.200.000	Gerente y auxiliar administrativa y contable	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	Valor arriendo Cúcuta/mes \$= 800.000*12= 9.600.000 Valor servicios agua en Cúcuta/mes \$= 20.000 *12= 240.000. Valor servicio luz en Cúcuta/mes \$= 280.000 *12= 3.360.000. Valor de estantería para venta en Cúcuta \$300.000 Valor de muebles en Cúcuta \$ 1.000.000
5. ESTRATEGIA DE RELACIONAMIENTO Y FIDELIZACION DE CLIENTES				CRONOGRAMA DE EJECUCION												
ACTIVIDAD A DESARROLLAR	RECURSO REQUERIDO	PRESUPUESTO DEL	RESPONSABLE	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	
Envío de nuevas colecciones y otros comunicados al cliente a través de email y redes sociales	<ul style="list-style-type: none"> Estar al pendiente de los clientes en sus fechas especiales. Ofrecer contenidos relevantes que genere valor tanto al cliente como a la empresa. Realizar encuestas de satisfacción para saber la opinión y las sugerencias de los clientes. 		Departamento publicidad	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	
Fortalecer el servicio al cliente con personal capacitado y entrenado	<ul style="list-style-type: none"> Capacitar al personal sobre la atención al cliente Establecer una mayor confianza con los clientes. * Papelería de capacitación, refrigerios 	\$ 100.000	Asesor Comercial	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	Refrigerio de \$3000 para 10 o 15 personas por capacitación Fotocopias o otros que se requiera para la capacitación
Valor total de inversión en Marketing al año		\$ 23.545.504														

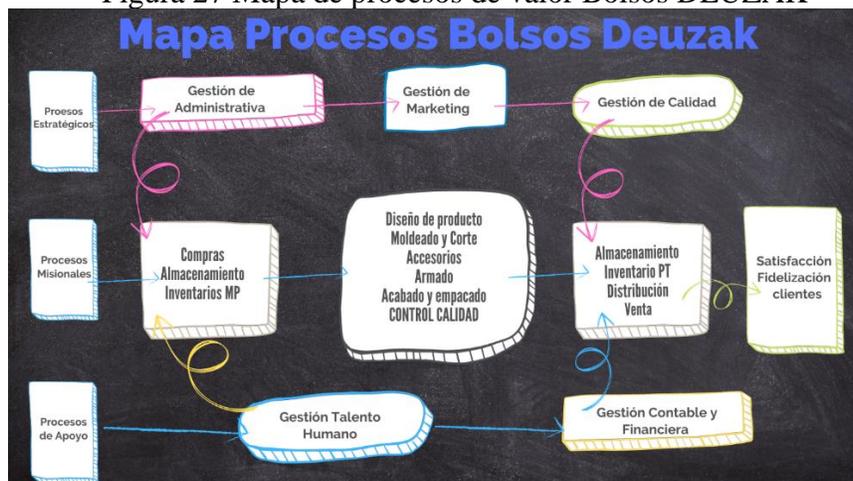
Fuente: Elaboración propia

CAPITULO III

3. Estudio Técnico u operación

3.1 Descripción del Proceso

Figura 27 Mapa de procesos de valor Bolsos DEUZAK



Fuente: Elaboración propia

3.1.1 Diagrama de flujo de producción o del servicio

Figura 28 Diagrama flujo de producción



Fuente: Elaboración propia

Tabla 2 Diagrama de procesos

Descripción de la actividad	Cantidad	○	□	⇨	▽	D	Observaciones
		Operación	Inspección	Transporte	Almacenamiento	Demora	
Compra de materia prima		X		X			Compra de materia primas según sea necesario
Diseño de modelos de acuerdo al tipo de cliente y tendencias del mercado	Trimestral	X	X				Asesoría externa, ficha de producto técnica
Almacenamiento de materia prima e insumos	Semanal		X		X		Cuero sintético, tela lona, cierres, tijeras, pinzas, etc.
Moldeado y corte de materia prima	Diario	X	X				elaboración de moldes y corte según el diseño
Postura de accesorios requeridos por el diseño a desarrollar	Diario	X	X				Postura de cierres broches, correas y demás accesorios necesarios.
Ensamble y armado del producto	Diario	X	X				Inspección de calidad de la producción, tiempo de producción y optimización de recursos.
Empacado	Diario	X			X		Se procede al etiquetado y empacado del producto
Almacenamiento producto terminado	Diario				X		Almacenamiento de producto terminado mientras que sale a distribución y punto de venta
Venta en local	Según el acuerdo	X		X			Relacionamiento con el cliente a través de venta directa y socios estratégicos.
Servicio postventa		X					Servicio postventa y relacionamiento con el cliente

Fuente: Elaboración propia

PROCESO DE PRODUCCION BOLSOS DEUZAK

Figura 29 Proceso de producción Deuzak



Fuente: Elaboración propia

- 1. Creación de diseños y elaboración de moldería.** Este proceso depende del tipo de cliente y ¿a quién va dirigido el producto?, así como del análisis del mercado en donde se pueda obtener información de los gustos y las características que desea suplir el producto.
- 2. Compra de materia prima e insumos.** Después de identificar el diseño del producto a fabricar, se identifica el tipo de material que se usara, y los materiales que se necesitarán para la producción satisfactoria de dicho producto (Cuerina, tela lona, tela antilfluida, cierres, broches, hilos, botones)
- 3. Moldeado y Corte.** Al comprar las telas e insumos se procede a moldear, este proceso es importante para la fabricación de productos ya que la buena administración de las telas es

indispensable en costos, después del moldeado se procede a cortar las piezas y organizarlas marcándolas de manera que no haya confusión al momento de armar el bolso.

4. Postura de accesorios. Algunos accesorios se ponen antes de empezar el armado del bolso como tal (cierres, broches, marca externa, bordados) para facilitar el proceso de fabricación.

5. Armado. Se procede a unir las partes de manera que valla dando forma al bolso, unir los cierres, poner secciones internas, correas, broches, etc.

6. Revisión de calidad. Este proceso es transversal e indispensable en todas las empresas de fabricación y transformación de productos ya que permite identificar los puntos claves en los que se debe hacer inspección durante el proceso, en cada etapa, para lograr finalmente obtener un producto de calidad esperado. En este proceso debe intervenir el supervisor y el operario, siendo conscientes de que cada parte del proceso le va incorporando valor al producto final.

7. Empacado. Después de pasar el proceso de revisión de calidad del producto final, se procede al etiquetado y empacado del producto para la entrega final al cliente.

3.1.2 Capacidad instalada

Materia prima. A continuación, se relaciona las principales materias primas que se utilizaran en los diseños de bolsos DEUZAK.

Tabla 3 Materia prima bolsos DEUZAK

NOMBRE	CARACTERÍSTICAS
Cueros sintéticos	 https://onx.la/a66af
Cuerina	 https://onx.la/4fbab
Tela Lona	 https://www.amazon.com/-/es/Tela-lona-Oxford-resistente-denier/dp/B00ZZ0RH0G

Tela Lienzo	 https://onx.la/f7c58
-------------	---

Fuente: Elaboración propia. Imágenes tomadas proveedores internet.

- **MAQUINARIA Y EQUIPO.** En cuanto a la maquinaria y equipo básico que requiere el emprendimiento, se define a continuación:

La capacidad instalada por Bolsos Deuzak está dada por el proceso de producción y utilización de maquinarias industriales las cuales son indispensables para determinar la producción.

Tabla 4 Maquinaria y equipo emprendimiento bolsos DEUZAK

Nombre	Cantidad	Imagen
<p style="text-align: center;">Mesa de corte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anchura: 1,83 m x 2,70 m • Grosor de encimera: 18 mm • Protegida con PVC • Cuenta con rodillo para papel de moldería • Con bloqueo de ruedas • Precio promedio: \$550.000 	1	 <p>Fuente: https://www.venta.com.mx/r/Details/mesa-a-corte-textil/mesa%20corte%20textil_ebay_v1%7C164768236864%7C0 </p>

<p>Maquina cortadora grande</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modelo: A20S • Cuchilla tipo: Eastman 6" • Altura máxima de corte: 120 mm • Voltaje: 230 V / 50 Hz. • Potencia: 550 W • Peso: 10 kg • Precio promedio: \$1.700.000 	1	 <p>Fuente: https://onx.la/5ee86</p>
<p>Máquina de poste</p> <ul style="list-style-type: none"> • Puntada recta, arrastre sencillo • Aplicable a costura de zapatos, cazado en cuero, bolsos y morrales. • Motor ahorrador 70% silencioso • Aguja DP X 5 16 # (11-20) • 2500 RPM • Altura prensatela 10 mm 	2	 <p>Fuente: https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-474433266-maquina-de-poste-2-aguja-siruba-nueva- JM</p>
<p>Máquina plana</p> <ul style="list-style-type: none"> • Costura recta ajuste pesado • Tipo de aguja cubo grueso 135x5 • Panel multifuncional integrado • Velocidad: variable desde 200 hasta 4000 RPM • Motor direct drive incorporado de 550W • Mueble importado 	2	 <p>https://onx.la/c346c</p>

Plotter de sublimación

Área de impresión

- Ancho máximo de papel 113.3 cm (44")
- Ancho mínimo de papel 24.4 cm (10")
- Ancho máximo de impresión hasta 113.3 cm

Resolución máxima: 1440 x 720 dpi

Velocidad de impresión

- Velocidad: 59 metros cuadrados / hora
- Alta calidad: 11 metros cuadrados / hora
- Tinta: 1.000 ml de cada color x 4 colores

Medios de impresión en rollo:

- Rollo a hoja simple: 111.8 cm (44") de ancho
- Núcleo de rollo: diámetro de núcleo de 5 cm o de 7.6 cm
- Máximo diámetro de rollo: 15 cm (9.8")

Pesos y dimensiones

1608 mm x 914 mm x 1128 mm

Peso: 94 kg

Voltaje: AC 100 – 120 V
200 – 240 V



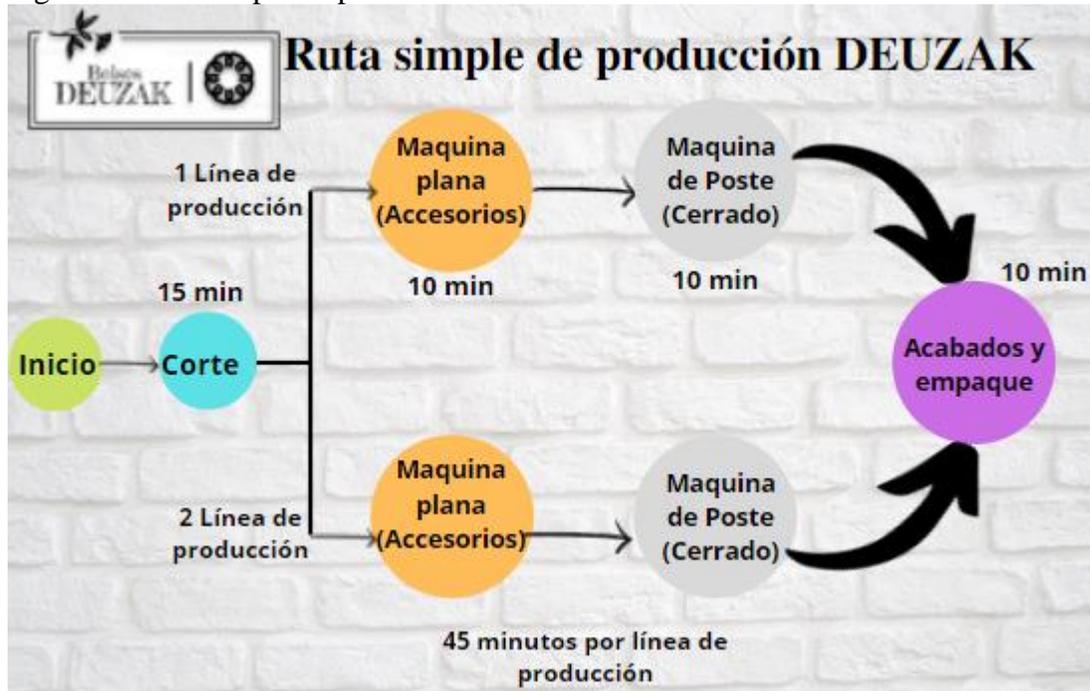
<https://onx.la/d68af>

<p>Termofijadora sublimadora</p> <ul style="list-style-type: none"> • Medida de la plancha 38x38cm • Bandeja extraíble • Ajuste de presión • Timer automático • Display Digital • Marco de hierro • Superficie antiadherente • Alarma automática • Voltaje 110 	<p>1</p>	 <p>https://onx.la/df6e</p>
<p>Tijeras industriales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Material: metal • Dimensiones del producto largo x ancho x alto: 21.7 x 7 x 1.9 cm • Peso 146 gramos • Filo de la cuchilla: biselado • Orientación: ambidiestro 	<p>6</p>	 <p>https://www.amazon.com/-/es/Tijeras-costura-resistente-profesional-industriales/dp/B07PVCCZDH</p>

Fuente: Elaboración propia. Imágenes tomadas proveedores internet

3.2 Tiempos y movimientos

Figura 30 Ruta simple de producción



Fuente: Elaboración propia

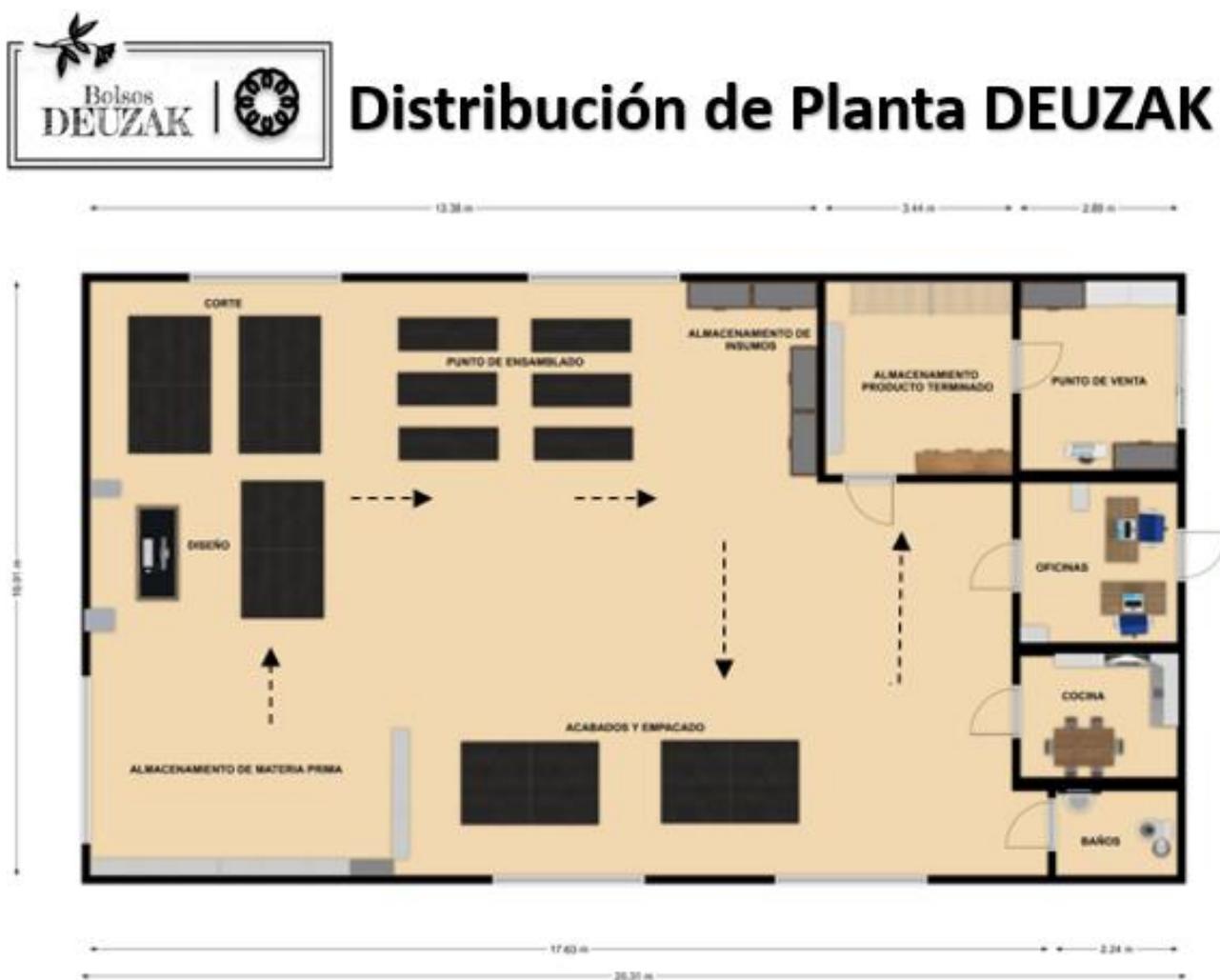
La planta de fabricación de Bolsos Deuzak cuenta con 2 líneas de producción cada una cuenta con una maquina plana que es la encargada de la postura de accesorios y una máquina de poste encargada del cerrado de los bolsos.

Cada línea de producción tiene un tiempo aproximado de 45 minutos por bolso el cual se divide de la siguiente manera:

- 15 minutos de Moldeado y corte.
- 10 minutos en máquina plana (Accesorios).
- 10 minutos en máquina de poste (Cerrado).
- 10 minutos acabados y empaque.

- En un día laboral de 8 horas se estima una producción de 20 bolsos diarios.
- Una semana de 6 días laborales se estima una producción de 120 bolsos.
- Durante un mes laboral se estima una producción aproximadamente 480 bolsos. Diseño de planta

Figura 31 Diseño de planta



Fuente: Elaboración propia

Recursos necesarios para operación óptima

Para lograr un proceso productivo apropiado y cumplir con la demanda de Bolsos se necesitan los siguientes artículos.

✓ Maquinaria y equipo

Tabla 5 Maquinaria y equipo de Bolsos Deuzak

 Presupuesto maquinaria			
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Mesa de corte	1	\$ 550.000	\$ 550.000
Maquina de poste	2	\$ 2.100.000	\$ 4.200.000
Maquina plana mecatrónica	2	\$ 1.600.000	\$ 3.200.000
Plotter de sublimación	1	\$ 13.000.000	\$ 13.000.000
Termofijadora sublimadora	1	\$ 1.140.000	\$ 1.140.000
Maquina cortadora grande	1	\$ 1.120.000	\$ 1.120.000
TOTAL		\$ 19.510.000	\$ 23.210.000

Fuente: Elaboración propia

✓ **Herramientas y mobiliario**

Tabla 6 Herramientas de trabajo Deuzak

 Herramientas de trabajo			
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Tijeras	6	\$ 40.000	\$ 240.000
Corta hilos	6	\$ 6.000	\$ 36.000
Metro	2	\$ 1.500	\$ 3.000
Reglas de diseño	1 juego	\$ 50.000	\$ 50.000
Lápiz * caja	4	\$ 8.000	\$ 32.000
Pinzas	6	\$ 2.000	\$ 12.000
TOTAL		\$ 102.000	\$ 373.000

Fuente: Elaboración propia

✓ **Mobiliario**

Tabla 7 Mobiliario Deuzak

 Mobiliario			
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Computador	2	\$ 1.200.000	\$ 2.400.000
Archivadores	3	\$ 160.000	\$ 480.000
Estantes	3	\$ 300.000	\$ 900.000
Teléfono	1	\$ 80.000	\$ 80.000
Escritorio	2	\$ 300.000	\$ 600.000
Impresora	1	\$ 400.000	\$ 400.000
Sillas	2	\$ 150.000	\$ 300.000
Butacos	4	\$ 40.000	\$ 160.000
TOTAL		\$ 2.630.000	\$ 5.320.000

Fuente: Elaboración propia

✓ **Inversión total aspecto técnico**

Tabla 8 Inversión total aspecto técnico

 Total inversión	
Descripción	Valor
Maquinaria y equipo	\$ 23.210.000
Muebles y enseres	\$ 5.320.000
Herramientas de trabajo	\$ 373.000
TOTAL	\$ 28.903.000

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO IV

4. Estudio Administrativo

4.1 Plan estratégico

4.1.1 Misión, visión y Valores Corporativos

4.1.2 *Misión*

Bolsos Deuzak es una empresa que ofrece bolsos multipropósito a sus clientes, enfocado en las tendencias de la moda, con diseños innovadores y de calidad elaborados con materias primas y mano de obra altamente capacitada, logrando cumplir con las expectativas de los clientes.

4.1.3 *Visión*

Bolsos Deuzak en 2030 será una empresa posicionada siendo líder a nivel local y nacional generadora de empleo y oportunidades, ofreciendo productos de calidad con precios acordes a sus materiales de fabricación y de las tendencias mercado.

4.1.4 *Valores Corporativos*

Trabajo en equipo: Deuzak ve la importancia de sus colaboradores dentro de la empresa y busca cumplir sus objetivos organizacionales de la mano de su equipo de trabajo.

Calidad: Ofrecemos productos con materias primas de buena calidad ofreciendo un producto terminado con muy buenos estándares.

Innovación: Deuzak está en constante investigación para seguir innovando y ofrecer nuevos productos a sus clientes

4.2 **Análisis del entorno y sector**

4.2.1 *Análisis PESTEL*

<p style="text-align: center;">P OLITICO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • En este ámbito están y afectan todo lo que son los cambios de gobiernos y políticas gubernamentales, como lo son el comercio exterior, cambios en los valores de los impuestos, políticas competitivas que influyen la producción y distribución del producto. • Cambios en la legislación y llamados TLC con distintos países en donde se puedan ver afectado el precio de los insumos, las ganancias, producción y distribución de los productos a comparación de productos
---	--

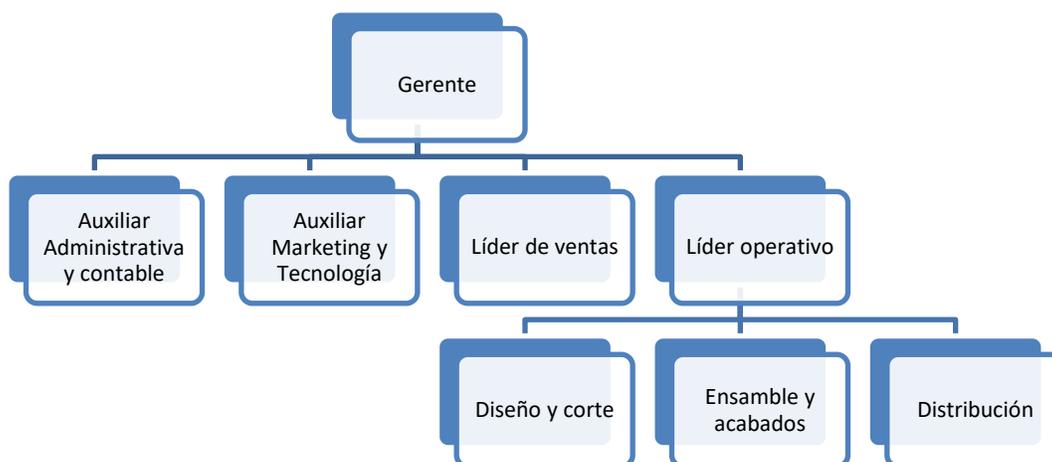
	<p>extranjeros</p> <ul style="list-style-type: none">• El conflicto externo e interno pueden generar oportunidades al igual que amenazas.
<p>ECONOMICO</p>	<ul style="list-style-type: none">• Las fuentes de financiación de la empresa si es legado el caso• Cambios en el PIB, aumento o disminución de la inflación.• El factor de evaluación del peso ante el dólar puede afectar de manera positiva o negativa, ya que habría insumos que puede que se adquirieran del extranjero.• Confianza de inversión extranjera en el país• Tasas de desempleo

<h1>S</h1> <p>OCIAL</p>	<ul style="list-style-type: none">• En este ámbito es realmente importante para el modelo de negocio en Bolsos DEUZAK ya que el cambio mercado, las tendencias, moda, el gusto y las necesidades de los clientes va cambiando constantemente por lo cual se debe estar en constante comunicación con ellos.
<h1>T</h1> <p>ECNOLOGICO</p>	<ul style="list-style-type: none">• El mundo está en constante evolución tecnológica y DEUZAK como empresa está interesada en la actualización de las herramientas de maquinaria especializada generando una eficiencia en la fabricación y producción del producto.• Una oportunidad en este factor son los diversos tipos de marketing que se pueden favorecer en el diseño y la promoción del producto.
	<ul style="list-style-type: none">• En este factor se ubican las afectaciones que nuestra producción causa al medio ambiente y la contaminación durante el proceso.

<h1>E</h1> <h2>COLOGICO</h2>	<ul style="list-style-type: none"> • Es importante como empresa generar un proyecto de sostenibilidad con el medio ambiente generando propuestas como empaques biodegradables y o reducción de desperdicios durante el proceso de producción y usos de materiales que no afecten el medio según preferencias del cliente. • El gobierno genera “Beneficios Tributarios Ambientales” a esas empresas que de una u otra manera ayudan o disminuyen el daño al ecosistema.
<h1>L</h1> <h2>LEGAL</h2>	<ul style="list-style-type: none"> • En este factor influye la propiedad intelectual o derechos de autor, la seguridad y la salud laboral, licencias necesarias para la creación de la empresa y fabricación del producto. • Ley 1429 de 2010 por la cual se expide la ley de formalización y generación de empleo con el fin de generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales d la

	<p>creación de empresas aumentando beneficios y disminuyendo los costos de formalización.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ley 1258 de 2008 por el medio se crea la sociedad por acciones simplificada (S.A.S)
--	---

4.3 Organigrama y perfiles



4.3.1 Descripción de perfil de cargos

TALENTO HUMANO. El talento humano es indispensable para una empresa y más aún si está en desarrollo porque son los principales aliados del emprendedor, que ayudan a impulsar su producción, por lo tanto, se requieren colaboradores con actitud y experiencia en el área requerida, así como, creatividad y habilidades técnicas para el desarrollo de las actividades.

Bolsos DEUZAK contará con los siguientes roles y responsabilidades:

Tabla 9 Perfiles profesionales

 ORGANIGRAMA Y RESPONSABILIDADES								
Nº	CARGO	PERFIL	RESPONSABILIDAD	TIPO CONTRATACION (marque con X)			Pago mensual \$	Valor total año \$
				Prestación de servicios	Contratación fija-indefinida	Otra ¿Cuál?		
1	Gerente	Educación: Profesional en Administración de empresas Experiencia (años): mínimo 2 años Habilidades: conocimientos y habilidades en dirección, saber delegar, toma de desiciones y marketing.	ADMINISTRATIVO		X		\$ 3.000.000	\$ 36.000.000
2	Auxiliar administrativo y contable	Educación: Técnico Asistencia administrativa y contable Experiencia (años): 2 años Habilidades: conocimientos en el area administrativa y habilidades contables.	ADMINISTRATIVO		X		\$ 1.500.000	\$ 18.000.000
3	Auxiliar marketing y tecnologia	manejo de tecnologías Experiencia (años): 2 años Habilidades: manejo de marketing y herramientas tecnológicas.	ADMINISTRATIVO Y TECNOLOGICO		X		\$ 1.500.000	\$ 18.000.000
4	Lider de ventas	Educación: Tenico en servicio al cliente - mercadeo y ventas Experiencia (años): 2 años Habilidades: manejo de clientes - mercadeo y ventas	ADMINISTRATIVO		X		\$ 1.500.000	\$ 18.000.000
5	Lider operativo	Educación: Tecnologo en producción industrial especializado en marroquinería Experiencia (años): 2 años Habilidades: conocimientos en producción industrial y conocimientos en marroquinería	OPERATIVO		X		\$ 2.300.000	\$ 27.600.000
6	Diseño	(Modas) Experiencia (años): 2 años Habilidades: reconocimiento de las tendencias	OPERATIVO	X			\$ 36.000	\$ 6.480.000
7	Moldeado y Corte	Educación: Experiencia (años): Habilidades:	OPERATIVO	X			\$ 90.000	\$ 16.200.000
8	Ensamble	Educación: No requiere Experiencia (años): 2 años Habilidades: Manejo de maquinas de coser (Plana y de poste)	OPERATIVO	X			\$ 630.000	\$ 113.400.000
9	Acabados	Educación: No requiere Experiencia (años): 1 año Habilidades:	OPERATIVO	X			\$ 54.000	\$ 9.720.000

Fuente: Elaboración propia

4.4 Constitución Empresa y Aspectos Legales

4.4.1 Normatividad empresarial (constitución empresa)

Tabla 10 Estructura legal DEUZAK

 ESTRUCTURA LEGAL DEUZAK		
ASPECTO	DECISIÓN	JUSTIFICACIÓN
Nombre o razón social de la empresa	Bolsos DEUZAK S.A.S	Union de la palabra DEUX que significa 2 en Francés y la palabra ZAK que significa bolso en Holandés
Actividad económica	Fabricación de bolsos y accesorios	Fabricación y distribución de bolsos y accesorios para dama y caballeros, ofreciendo productos según las tendencias del mercado
Código (s) CIU	CIU 1512 - CIU 1513	Fabricación de bolsos elaborados en cuero y otros materiales.
Capital inicial	\$15.000.000 Recursos propios \$58.261.320 Prestamo Bancario	Materia prima, maquinaria, herramientas y equipo mobiliario.
Ubicación	Cúcuta	Punto de fabricación y venta

Fuente: Elaboración propia

4.4.2 Normatividad técnica

Ley 1480 “Esta ley tiene como objetivos proteger, promover y garantizar la efectividad y el libre ejercicio de los derechos de los consumidores, así como amparar el respeto a su dignidad y a sus intereses económicos” (Función pública, 2011)

Resolución 933 de 2008 “El objeto fundamental del presente Reglamento Técnico es el de establecer los requisitos mínimos de etiquetado del calzado y algunos artículos de marroquinería, destinados a la comercialización en el país, y está orientado a prevenir prácticas que puedan inducir a error al consumidor” (Superintendencia Industria y Comercio, 2008)

4.4.3 Normatividad laboral

“La legislación laboral colombiana garantiza la igualdad de oportunidades para los trabajadores nacionales y extranjeros, y ofrece a las empresas la posibilidad de contratar talento humano calificado para mejorar su competitividad y fortalecer sus operaciones de expansión en Colombia” (Investing Colombia, 2018)

4.4.4 Normatividad ambiental

Normatividad ambiental regula el tratamiento de residuos en el proceso de producción de las industrias y que puedan causar daño al medio ambiente, salud y seguridad de los clientes representados en la ley 9 de 1979.

4.4.5 Clasificación CIIU

Código CIIU 1512 Fabricación de artículos de viaje, bolsos de mano y artículos similares elaborados en cuero, y fabricación de artículos de talabartería y guarnicionería.

Código CIIU 1513 Fabricación de artículos de viaje, bolsos de mano y artículos similares; artículos de talabartería y guarnicionería elaborados en otros materiales.

CAPÍTULO V

5. Análisis Financiero

5.1 Proyección de ventas

La producción total para la cantidad de dinero que se plantea invertir es de:

Tabla 11 Producción según su capacidad

 PRODUCCION 100% CAPACIDAD INSTALADA	
Tiempo	Cantidad
Día	20
Semana	120
Mes	480
Año	5760

Fuente: Elaboración propia

Para su producto estrella se va a trabajar con un 37% de su capacidad instalada dando como resultado:

Tabla 12 Producción según su capacidad

 PRODUCCION 37% CAPACIDAD INSTALADA	
Tiempo	Cantidad
Día	8
Semana	45
Mes	180
Año	2160

Fuente: Elaboración propia

Se plantea vender un promedio de 180 unidades mensuales de bolso multipropósito, a una capacidad instalada de 37% al precio de \$100.000 dando un valor total de \$18.000.000. Los otros ingresos operativos son representados por la personalización de bolsos y venta de accesorios dando un ingreso mensual de \$9.000.000. La suma de estos dos valores da un total de \$27.000.000 ingresos mensuales.

Quedando un ingreso total de ventas anuales de \$324.000.000

Tabla 15 Inversión y financiación

Credito 10 años	Cuota anual	Cuota mensual		
\$ 37.503.000,00	\$ 3.750.300,00	\$ 312.525,00	Interes	
	\$ 4.087.827,00	\$ 340.652,25	9% EA	
\$ 20.758.320	\$ 2.075.832	\$ 172.986	Interes	materia prima dos primeros meses
	\$ 2.262.657	\$ 188.555	9% EA	
	Cuota total sin intereses	\$ 485.511		
	cuota mensual 9% EA	\$ 529.206,99		
Total Prestamo	\$ 58.261.320			
Recursos propios	\$ 15.000.000			

Fuente: Elaboración propia

5.1.3 Costos y gastos de operación

Tabla 16 Costos de producción Deuzak

					COSTOS DE PRODUCCIÓN				Mes 1	Año
Bolso Multipropósito					180/mes/37% Capacidad instalada				2160/año	
DESCRIPCION	Cantidad	Unidad	Vr Unidad	Var Toal						
Materias primas										
Tela o cuerina	0,5	m	\$ 27.140	\$ 13.570	90	27.140	\$ 2.442.600	\$ 29.311.200		
Lona	0,7	m	\$ 21.160	\$ 14.812	126	21.160	\$ 2.666.160	\$ 31.993.920		
Empaque (Bolsa)	1	un	\$ 1.860	\$ 1.860	180	1.860	\$ 334.800	\$ 4.017.600		
Impermeable	1,2	m	\$ 13.000	\$ 15.600	216	13.000	\$ 2.808.000	\$ 33.696.000		
Hilos calibre 70	0,03	un	\$ 14.000	\$ 420	5	14.000	\$ 75.600	\$ 907.200		
cierre de bolso	3	m	\$ 800	\$ 2.400	540	800	\$ 432.000	\$ 5.184.000		
cierre metálico	1	un	\$ 3.000	\$ 3.000	180	3.000	\$ 540.000	\$ 6.480.000		
accesorios: broches y botones	6	un	\$ 1.000	\$ 6.000	1.080	1.000	\$ 1.080.000	\$ 12.960.000		
SUBTOTAL					\$ 57.662	subtotal		\$ 10.379.160	\$ 124.549.920	
Mano de Obra										
Diseño	1	un	\$ 200	\$ 200		36.000	\$ 36.000	\$ 432.000		
Corte y moldería	1	un	\$ 500	\$ 500		90.000	\$ 90.000	\$ 1.080.000		
Ensamble	1	un	\$ 3.500	\$ 3.500		630.000	\$ 630.000	\$ 7.560.000		
Acabado y empaque	1	un	\$ 300	\$ 300		54.000	\$ 54.000	\$ 648.000		
Liquidación			\$ 500	\$ 500		90.000	\$ 90.000	\$ 1.080.000		
SUBTOTAL					\$ 5.000	subtotal		\$ 900.000	\$ 10.800.000	
Otros gastos										
Servicio y otros (mantenimiento)			\$ 700	\$ 700		235.200	\$ 235.200	\$ 2.822.400		
SUBTOTAL					\$ 700					
TOTAL COSTO DE PRODUCCION					\$ 63.362			\$ 11.514.360	\$ 138.172.320	
PRECIO DE VENTA					\$ 100.000					
GANANCIA					\$ 36.638					
RENTABILIDAD					36,64%					

Fuente: Elaboración propia

Tabla 18 Flujo de caja Proyectada 10 años

 FLUJO DE CAJA	
AÑOS	FLUJOS NETOS
0	-\$ 73.261.320
1	\$ 40.380.196
2	\$ 44.418.216
3	\$ 48.860.037
4	\$ 53.746.041
5	\$ 59.120.645
6	\$ 65.032.710
7	\$ 71.535.981
8	\$ 78.689.579
9	\$ 86.558.537
10	\$ 95.214.390

Fuente: Elaboración propia

Se proyecta el flujo de caja con un aumento del 10% de inflación anual.

5.2 EVALUACION DEL PROYECTO

Tabla 19 Evaluación y rentabilidad del proyecto

INVERSION	\$ 73.261.320			
RECURSOS PROPIOS	\$ 15.000.000	20%		
OBLIGACION FINANCIERA	\$ 58.261.320	80%		
Costo de la deuda	9% E.A			
Costo de oportunidad	37% Anual			
COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL - WACC				
	MONTO	MEZCLA DE K	COSTO	PONDERADO
RECURSOS PROPIOS	\$ 15.000.000	20%	36,64%	7,50%
OBLIGACION FINANCIERA	\$ 58.261.320	80%	9,00%	7,16%
TOTAL	\$ 73.261.320	100%		14,66%
FLUJO DE CAJA				
				
AÑOS	FLUJOS NETOS			
0	-\$ 73.261.320			
1	\$ 40.380.196			
2	\$ 44.418.216			
3	\$ 48.860.037			
4	\$ 53.746.041			
5	\$ 59.120.645			
6	\$ 65.032.710			
7	\$ 71.535.981			
8	\$ 78.689.579			
9	\$ 86.558.537			
10	\$ 95.214.390			
COSTO DE OPORTUNIDAD	36,64%	Rentabilidad que se quiere obtener		
RENTABILIDAD DEL PROYECTO	64,11%	TIR		
WACC	14,66%	Lo que le cuesta a la empresa la financiación tanto externa como interna		
EVA	49,45%			
VALOR DEL PROYECTO	\$ 134.247.952,85			
VIABILIDAD FINANCIERA	\$ 60.986.633	VPN	Ganancia que se obtiene despues de recuperar lo invertido	

Fuente: Elaboración propia

Conclusión

- Empezar un negocio no es fácil, lo importante es tener un producto con valor agregado y buen servicio, que busque satisfacer las necesidades y expectativas del mercado y que se proyecte con creatividad, buena gestión administrativa y de marketing.
- La empresa Bolsos Deuzak, se proyecta como un potencial emprendimiento exitoso, con una rentabilidad satisfactoria a nivel financiero con un 61,86% de retorno de la inversión, dando una viabilidad financiera de \$60.986.633 a 10 años después de recuperar lo invertido.
- Dentro de la investigación de mercados realizada, se indaga en el gran interés de las damas, por la adquisición de bolsos como accesorio, en especial los bolsos multipropósito, siendo un factor positivo para la empresa.

Recomendaciones

- Es importante continuar con el impulso y sueño de poner en marcha el emprendimiento Bolsos Deuzak. Presentar el proyecto a distintos fondos de financiación y lograr conseguir los recursos necesarios.
- Por otra parte, se hace un llamado a los estudiantes que están próximos a desarrollar su proyecto de grado para que se inclinen por esta opción de emprendimiento, ya que en el se aplica la gran mayoría de conocimiento adquirido durante la carrera, fortaleciendo habilidades que se puedan ejecutar en el ámbito profesional y puede sembrar el camino de contar con un negocio propio y ser su propio jefe.

Referencias

- Alcaldía San José de Cúcuta. (2020). *Asocapitales*. Obtenido de asocapitales.co/nueva/wp-content/uploads/2020/11/Cucuta_Plan-de-Desarrollo-Municipal_2020-2023.pdf
- Alvarez Junco, M. (19 de Abril de 2022). *Dialnet*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3131451.pdf>
- Bembibre, C. (Mayo de 2010). *Definición ABC*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/tecnologia/costura.php>
- BLOG ILERNA. (6 de Febrero de 2019). *BLOG ILERNA*. Obtenido de <https://www.ilerna.es/blog/online/bienes-sustitutivos-complementarios/#:~:text=Son%20bienes%20que%20satisfacen%20una,el%20az%C3%BAcar%20y%20la%20sacarina.>
- Bolsosadictos. (26 de noviembre de 2021). *Bolsosadictos*. Obtenido de <https://www.bolsosadictos.com/tipos-de-bolsos/>
- Buscador.com. (19 de Abril de 2022). *Buscador.com*. Obtenido de <https://www.buscador.com/nylon/>
- Carazo, J. (17 de Junio de 2017). *Economipedia*. Recuperado el 20 de Febrero de 2022, de <https://economipedia.com/definiciones/modelo-canvas.html>
- DeBotones. (19 de Abril de 2022). *DeBotones*. Obtenido de <https://debotones.com/telas/tela-de-cuero/>
- ECOHILANDES. (23 de Marzo de 2022). *ECOHILANDES*. Obtenido de <https://ecohilandes.wordpress.com/productos-eco/>
- EL TIEMPO. (03 de Mayo de 2017). *HubBOG*. Obtenido de <https://hubbog.com/es-dificil-emprender-en-colombia/#:~:text=Ren%C3%A9%20Rojas%2C%20cofundador%20de%20HubBog,instaurados%20desaparecen%20tres%20a%C3%B1os%20despu%C3%A9s.>

EL TIEMPO. (16 de Noviembre de 2021). *EL TIEMPO*. Obtenido de

<https://www.eltiempo.com/economia/sectores/emprendimiento-en-colombia-jovenes-consideran-que-es-dificil-emprender-632392>

FAHRENHEIT MAGAZINE. (28 de Enero de 2019). *FAHRENHEIT MAGAZINE*. Obtenido de

<https://fahrenheitmagazine.com/life-style/life-style-moda-estilo/la-historia-del-bolso-el-complemento-ideal-de-mujeres-y-hombres>

Fernández, V. (26 de Junio de 2017). *Ferpiel*. Recuperado el 27 de Febrero de 2022, de

<https://www.ferpiel.com/que-es-la-marroquineria/>

Función pública. (12 de octubre de 2011). *Función pública*. Obtenido de

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=44306#:~:text=Esta%20ley%20tiene%20como%20objetivos,para%20su%20salud%20y%20seguridad.>

García, L. (23 de Febrero de 2014). *S MODA*. Recuperado el 9 de Febrero de 2022, de

<https://smoda.elpais.com/moda/la-psicologia-de-los-accesorios/>

Gerencie.com. (26 de Octubre de 2020). *Gerencie.com*. Obtenido de

<https://www.gerencie.com/materia-prima.html>

Guiadetelas.info. (19 de Abril de 2022). *Guiadetelas.info*. Obtenido de <https://guiadetelas.info/tela-lona->

[definicion-caracteristicastipos-y-mas/](https://guiadetelas.info/tela-lona-definicion-caracteristicastipos-y-mas/)

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la*

investigación. México D.F.: MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Investing Colombia. (4 de Diciembre de 2018). *Investing Colombia*. Obtenido de

<https://investincolombia.com.co/es/articulos-y-herramientas/articulos/5-aspectos-clave-de-la-legislacion-laboral-en-colombia#:~:text=La%20legislaci%C3%B3n%20laboral%20colombiana%20garantiza,operaciones%20de%20expansi%C3%B3n%20en%20Colombia.>

- Jeluiho. (19 de Octubre de 2018). *De Cuero*. Obtenido de <https://dcuero.online/tipos-de-cuero/sintetico/>
- La Opinión. (5 de Febrero de 2022). *La Opinión*. Obtenido de <https://www.laopinion.com.co/sectores-empresariales/empresas-cucutenas-estaran-en-la-feria-del-cuero-y-calzado>
- Morales, F. C. (15 de Mayo de 2021). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/distribucion.html>
- Navarro, J. (Febrero de 2019). *Definición ABC*. Recuperado el 27 de Febrero de 2022, de <https://www.definicionabc.com/social/marroquineria.php>
- Orellana Nirian, P. (4 de Mayo de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/control-de-calidad.html>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). *Generación de modelos de negocio*. Barcelona: Centro Libros PAPP, S. L. U.
- Paginas amarillas. (23 de Marzo de 2022). *Paginas amarillas*. Obtenido de <https://www.paginasamarillas.com.co/empresas/almacen-tapisander/cucuta-15427795>
- Pérez Porto, J., & Gardey, A. (2021). *Definición de*. Recuperado el 23 de Marzo de 2022, de <https://definicion.de/competencia/>
- Pérez Porto, J., & Gardey, A. (2021). *Defnicion.de*. Obtenido de <https://definicion.de/bordar/>
- Posicionando, M. (19 de Junio de 2020). *Telas*. Obtenido de <https://telas.net.ar/que-es-la-cuerina-y-para-que-se-usa/>
- Preuss, S. (11 de Octubre de 2017). *Fashion United*. Obtenido de <https://fashionunited.es/noticias/moda/6-innovaciones-textiles-sostenibles-que-cambiaran-la-industria-de-la-moda/2017101124567>
- Quiroa, M. (1 de Noviembre de 2019). *Economipedia*. Recuperado el 22 de Febrero de 2022, de <https://economipedia.com/definiciones/cliente.html>

Quiroa, M. (10 de Diciembre de 2019). *Economipedia*. Recuperado el 19 de Abril de 2022, de

<https://economipedia.com/definiciones/proceso-productivo.html#:~:text=El%20proceso%20productivo%20es%20el,lograr%20la%20elaboraci%C3%B3n%20de%20productos>.

Rodriguez, N. (8 de Mayo de 2018). *América Retail*. Obtenido de [https://www.america-](https://www.america-retail.com/innovacion/innovacion-nuevos-tejidos-a-base-de-pinas-hongos-arboles-y-plantas/)

[retail.com/innovacion/innovacion-nuevos-tejidos-a-base-de-pinas-hongos-arboles-y-plantas/](https://www.america-retail.com/innovacion/innovacion-nuevos-tejidos-a-base-de-pinas-hongos-arboles-y-plantas/)

Sala de prensa INEXMODA. (3 de Mayo de 2021). *Sala de prensa INEXMODA*. Recuperado el 18 de

Febrero de 2022, de http://www.saladeprensainexmoda.com/wp-content/uploads/2021/05/Informe-Observatorio-Sistema-Moda-Marzo-2021_compressed.pdf

SENA. (2012). *SENA*. Obtenido de

https://repositorio.sena.edu.co/sitios/modisteria_conocimientos_basicos/conocimientos_corte/conocimientos_corte.html#

Superintendencia Industria y Comercio. (21 de Abril de 2008). *SIC*. Obtenido de

https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Nuestra_Entidad/Publicaciones/Reglamento_Calzado_julio5_2016.pdf