



SABAOT ACCESORIOS

**CRISTIAN GUILLERMO DAZA
88985**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DE MERCADEO
BOGOTÁ
2011**



SABAOT ACCESORIOS

CRISTIAN GUILLERMO DAZA
88985

**PLAN DE MARKETING PARA EL LANZAMIENTO DE PRODUCTOS
ARTESANALES HECHOS EN SEMILLAS DE FRUTA Y ÁRBOL**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DE MERCADEO
BOGOTÁ
2011**

Introducción:

En este plan de mercadeo específicamente elaborado para Accesorios Sabaot, se ha querido demostrar que al emplear este plan correctamente le hará tener buenos resultados en un sector altamente competitivo como lo es el sector artesanal. Donde se ha escogido como nicho de mercado a los estudiantes universitarios de las localidades de Chapinero y Candelaria de la ciudad de Bogotá teniendo en cuenta sus gustos hacia los productos artesanales y puesto que en estas localidades se encuentran el mayor número de instituciones universitarias de la ciudad.

Al elaborar este Plan de Mercadeo se han tenido en cuenta muchos factores que pueden incidir y determinar el buen funcionamiento del plan. Se estudió el actual momento por el cual está pasando el sector artesanal analizando debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas (DOFA). Donde ya desarrollados los factores internos y externos que pueden incidir en la empresa, se puso en marcha la elaboración de la mezcla de mercados.

Al elaborar la mezcla de mercados se tuvieron en cuenta las necesidades del cliente como gusto y preferencia, donde nos dan pautas de cómo atraerlos permanentemente.

En la hipótesis planteada se pretende demostrar los gustos de los universitarios a la hora de comprar accesorios.

INDICE

Misión.....	5
Visión.....	5
Valores corporativos.....	5
Segmentación.....	6
Tamaño del mercado.....	6
Papeles de compra.....	7
Calculo del potencial del mercado.....	8
Producto.....	9
Mezcla de promoción.....	16
Precio.....	18
Distribución.....	25
Situación actual del sector.....	27
Dofa.....	34
Objetivo general y específicos de las estrategias para penetrar el mercado.....	36
Estrategias de mercadeo.....	36
Estados Financieros.....	40
Conclusiones.....	42
Bibliografía.....	43
Anexos.....	44

Misión

Somos una empresa dedicada a la comercialización y producción de accesorios artesanales, que contribuye con las materias primas que utiliza para la fabricación de productos material a base de semillas de árbol y de fruta utilizando materiales biodegradables mejorando la conservación del medio ambiente.

Visión

Accesorios Sabaot será para el año 2015 una empresa líder en el sector artesanal por su constante innovación, en diseño, imagen y calidad en todos los productos, a base de materiales biodegradables.

Valores Corporativos

- **Responsabilidad social:** Asumimos nuestro compromiso con la sociedad y el medio ambiente de la ciudad de Bogotá
- **Calidad:** Realizamos nuestro trabajo con excelencia.
- **Innovación:** Mantenemos una constante innovación en los diseños de los accesorios
- **Honestidad:** Somos los más transparentes posibles para que los clientes tengan un buen concepto de nuestra empresa.

- **Segmentación**

Segmentación geográfica: nuestro producto se distribuirá en Colombia, en la ciudad de Bogotá, en las localidades de Chapinero y la Candelaria, en sitios comerciales donde los jóvenes universitarios visitan con frecuencia como lo son la carrera 7 entre la Jiménez y la 72 y hacia donde va enfocado el donde va enfocado especialmente a:

Candelaria

Universidad de la Salle
Universidad de los Andes
Universidad del Rosario
Universidad Externado de Colombia

Chapinero

Pontificia javeriana
EAN
Unirte
Piloto
Distrital
Santo tomas
Los libertadores

Además que estas localidades cuentan con Sedes del Sena y otras corporaciones que se encuentran en estas localidades

Segmentación demográfica: hombres y mujeres entre los 18 y 25 años, se enfoca hacia los 3 y 4, estudiantes que dependen en su mayoría del trabajo de sus padres de familias o cabezas de hogar.

- **Tamaño del mercado**

El público objetivo son los estudiantes de la educación superior de las localidades de Candelaria y Chapinero, donde actualmente se encuentran más instituciones educativas y por tanto se cuenta con un promedio de 65000 estudiantes en la zona.

A estos estudiantes les gustan los accesorios como manillas, collares y aretes. Donde prefieren más los accesorios hechos en semillas. También los estudiantes de estas localidades compran accesorios en puntos de venta y páginas web. Donde compran entre 1 a 6 accesorios al mes.

En cuanto a accesorios Sabaot pretenderá acoger el 2% de participación en el mercado (1300) de la totalidad de estos estudiantes

Fuente de información

Secundaria: <http://www.mineducacion.gov.co/sistemasdeinformacion/1735/w3-propertyname-2672.html>

PAPELES DE COMPRA

Papel	Agente
Iniciador	Estudiante universitario
Influenciado	Vendedores de la empresa
Quién decide	Estudiante universitario
Comprador	Estudiante universitario
Usuario	Estudiantes universitarios.

La frecuencia de compra es de 1 a 5 accesorios mensuales, tanto para los hombres como para las mujeres.

CALCULO DEL POTENCIAL DE MERCADO

Para calcular el potencial en ventas en cada uno de los accesorios al cual puede llegar nuestra empresa en un periodo determinado utilizamos la siguiente formula

$$Q=nqp$$

Q=potencial total del mercado

n= número de compradores en el mercado.

q= cantidad adquirida por un comprador promedio

p= precio de unidad media

- Manillas en semillas de árbol

$$Q= 1300*1*2800$$

$$Q=3.640.000$$

- Collares en semillas de árbol

$$Q=1300*1*3000$$

$$Q= 3.900.000$$

- Aretes en semillas de árbol

$$Q= 1300*1*2000$$

$$Q=2.600.000$$

- Manillas en semillas de árbol

$$Q= 65.000*1*3200$$

$$Q=4.160.000$$

- Collares en semillas de árbol

$$Q= 65.000*1*3200$$

$$Q=4.160.000$$

- Aretes en semillas de árbol

$$Q= 1300*1*2300$$

$$Q=2.990.000$$

PRODUCTO

Accesorios Sabaot tendrá dos líneas de producto la cuales son:

- Línea de producto uno: se caracterizan por ser accesorios hechos en semillas de fruta. Esta línea de producto tendrá una amplitud en la cual se encuentran manillas, collares, aretes.



- Línea de producto dos: se caracterizan por ser accesorios hechos en semillas de árbol. Esta línea de producto tendrá una amplitud en la cual se encuentran manillas, collares, aretes.



Cada uno de los accesorios vendrá en un empaque hecho 100% artesanalmente en fique

FICHA TECNICA

Sitio Web: www.accesoriosabaot.com

NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO:	MANILLA EN SEMILLAS DE FRUTA												
FOTOGRAFIA	DESCRIPCION DEL PRODUCTO												
	<p>Manillas hechas en semillas de fruta, con hilo caucho y broches en rosca</p> <table border="1"> <tr> <td>Materia prima</td> <td>Semillas de fruta.</td> </tr> <tr> <td>Insumos</td> <td>Hilo caucho, broches</td> </tr> <tr> <td>Color</td> <td>Natural</td> </tr> <tr> <td>Talla</td> <td>Grande, Mediana, Pequeña</td> </tr> <tr> <td>Peso</td> <td>20 gramos</td> </tr> <tr> <td>Otras</td> <td>Accesorio para clima cálido, frío y templado</td> </tr> </table>	Materia prima	Semillas de fruta.	Insumos	Hilo caucho, broches	Color	Natural	Talla	Grande, Mediana, Pequeña	Peso	20 gramos	Otras	Accesorio para clima cálido, frío y templado
	Materia prima	Semillas de fruta.											
	Insumos	Hilo caucho, broches											
	Color	Natural											
	Talla	Grande, Mediana, Pequeña											
	Peso	20 gramos											
	Otras	Accesorio para clima cálido, frío y templado											
CANTIDAD DE PRODUCCION MENSUAL	600 unidades												
PRECIOS REFERENCIALES	\$ 3.500												
OTRAS CARACTERISTICAS	Disponibilidad de 600 accesorios listos para vender												

FICHA TECNICA

NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO:	COLLAR EN SEMILLAS DE FRUTA												
FOTOGRAFIA	DESCRIPCION DEL PRODUCTO												
	<p>Collar hechas en semillas de fruta, con hilo caucho y broches en rosca</p> <table border="1"> <tr> <td>Materia prima</td> <td>Semillas de fruta.</td> </tr> <tr> <td>Insumos</td> <td>Hilo caucho, broches</td> </tr> <tr> <td>Color</td> <td>Natural</td> </tr> <tr> <td>Talla</td> <td>Grande, Mediana, Pequeña</td> </tr> <tr> <td>Peso</td> <td>22 gramos</td> </tr> <tr> <td>Otras</td> <td>Accesorio para clima cálido, frio y templado</td> </tr> </table>	Materia prima	Semillas de fruta.	Insumos	Hilo caucho, broches	Color	Natural	Talla	Grande, Mediana, Pequeña	Peso	22 gramos	Otras	Accesorio para clima cálido, frio y templado
	Materia prima	Semillas de fruta.											
	Insumos	Hilo caucho, broches											
	Color	Natural											
	Talla	Grande, Mediana, Pequeña											
	Peso	22 gramos											
	Otras	Accesorio para clima cálido, frio y templado											
CANTIDAD DE PRODUCCION MENSUAL	400 unidades												
PRECIOS REFERENCIALES	\$ 4.500												
OTRAS CARACTERISTICAS	Disponibilidad de 400 accesorios listos para vender												

FICHA TECNICA

NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO:	ARETES EN SEMILLAS DE FRUTA												
FOTOGRAFIA	DESCRIPCION DEL PRODUCTO												
	Aretes hechos en semillas de fruta, con hilo caucho y arete en gancho												
	<table border="1"> <tr> <td>Materia prima</td> <td>Semillas de fruta.</td> </tr> <tr> <td>Insumos</td> <td>Hilo caucho, arete</td> </tr> <tr> <td>Color</td> <td>natural</td> </tr> <tr> <td>Talla</td> <td>Grande, Mediana, Pequeña</td> </tr> <tr> <td>Peso</td> <td>8 gramos</td> </tr> <tr> <td>Otras</td> <td>Accesorio para clima cálido, frio y templado</td> </tr> </table>	Materia prima	Semillas de fruta.	Insumos	Hilo caucho, arete	Color	natural	Talla	Grande, Mediana, Pequeña	Peso	8 gramos	Otras	Accesorio para clima cálido, frio y templado
	Materia prima	Semillas de fruta.											
	Insumos	Hilo caucho, arete											
	Color	natural											
	Talla	Grande, Mediana, Pequeña											
	Peso	8 gramos											
Otras	Accesorio para clima cálido, frio y templado												
CANTIDAD DE PRODUCCION MENSUAL	550 unidades												
PRECIOS REFERENCIALES	\$ 3.000												
OTRAS CARACTERISTICAS	Disponibilidad de 550 accesorios listos para vender												

FICHA TECNICA

NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO:	MANILLA HECHA EN SEMILLAS DE ARBOL												
FOTOGRAFIA	DESCRIPCION DEL PRODUCTO												
	<p>Manillas hechas en semillas de árbol, con hilo cubierto con parafina y con diseños pitados y cubierto con resina</p> <table border="1"> <tr> <td>Materia prima</td> <td>Semillas de arbol.</td> </tr> <tr> <td>Insumos</td> <td>Hilo cubierto, pinturas y resina</td> </tr> <tr> <td>Color</td> <td>Dependiendo del diseño del accesorio</td> </tr> <tr> <td>Talla</td> <td>Dependiendo del tamaño diseño</td> </tr> <tr> <td>Peso</td> <td>5 gramos</td> </tr> <tr> <td>Otras</td> <td>Accesorio para clima cálido, frio y templado</td> </tr> </table>	Materia prima	Semillas de arbol.	Insumos	Hilo cubierto, pinturas y resina	Color	Dependiendo del diseño del accesorio	Talla	Dependiendo del tamaño diseño	Peso	5 gramos	Otras	Accesorio para clima cálido, frio y templado
Materia prima	Semillas de arbol.												
Insumos	Hilo cubierto, pinturas y resina												
Color	Dependiendo del diseño del accesorio												
Talla	Dependiendo del tamaño diseño												
Peso	5 gramos												
Otras	Accesorio para clima cálido, frio y templado												
CANTIDAD DE PRODUCCION MENSUAL	600 unidades												
PRECIOS REFERENCIALES	\$ 3.700												
OTRAS CARACTERISTICAS	Disponibilidad de 600 accesorios listos para vender												

FICHA TECNICA

NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO:	COLLAR HECHO EN SEMILLAS DE ARBOL												
FOTOGRAFIA	DESCRIPCION DEL PRODUCTO												
	<p>Collares hechos en semillas de árbol, con hilo cubierto con parafina y con diseños pitados y cubierto con resina</p> <table border="1"> <tr> <td>Materia prima</td> <td>Semillas de Árbol.</td> </tr> <tr> <td>Insumos</td> <td>Hilo cubierto, pinturas y resina</td> </tr> <tr> <td>Color</td> <td>Dependiendo del diseño del accesorio</td> </tr> <tr> <td>Talla</td> <td>Dependiendo del tamaño diseño</td> </tr> <tr> <td>Peso</td> <td>5 gramos</td> </tr> <tr> <td>Otras</td> <td>Accesorio para clima cálido, frío y templado</td> </tr> </table>	Materia prima	Semillas de Árbol.	Insumos	Hilo cubierto, pinturas y resina	Color	Dependiendo del diseño del accesorio	Talla	Dependiendo del tamaño diseño	Peso	5 gramos	Otras	Accesorio para clima cálido, frío y templado
	Materia prima	Semillas de Árbol.											
	Insumos	Hilo cubierto, pinturas y resina											
	Color	Dependiendo del diseño del accesorio											
	Talla	Dependiendo del tamaño diseño											
	Peso	5 gramos											
	Otras	Accesorio para clima cálido, frío y templado											
CANTIDAD DE PRODUCCION MENSUAL	400 unidades												
PRECIOS REFERENCIALES	\$ 4.700												
OTRAS CARACTERISTICAS	Disponibilidad de 400 accesorios listos para vender												

FICHA TECNICA

NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO:	ARETE HECHO EN SEMILLAS DE ARBOL	
FOTOGRAFIA	DESCRIPCION DEL PRODUCTO	
	Collares hechos en semillas de árbol, con hilo cubierto con parafina y con diseños pitados y cubierto con resina	
	Materia prima	Semillas de arbol.
	Insumos	Hilo cubierto, pinturas, resina y arete
	Color	Dependiendo del diseño del accesorio
	Talla	Dependiendo del tamaño diseño
	Peso	4 gramos
	Otras	Accesorio para clima cálido, frio y templado
CANTIDAD DE PRODUCCION MENSUAL	550 unidades	
PRECIOS REFERENCIALES	\$ 3.300	
OTRAS CARACTERISTICAS	Disponibilidad de 550 accesorios listos para vender	

Mezcla de promoción

- **Publicidad**

1. **publicidad de información:** vamos a informar por medio de la etiqueta que tiene cada accesorio las características como tipo de accesorios (manillas, collares, aretes). Los diferentes cuidados que tienen los accesorios como no jalar ni lavar con agua caliente.
2. **publicidad de recordación:** vamos a hacerlo por medio del empaque donde va a obtener grabado el logo de la empresa y el nombre, y donde las personas pueden utilizar este empaque para cargar o guardar otros objetos.

- **Ventas**

1. **tipos de ventas que vana a utilizar:** Vamos a utilizar dos tipos de ventas directas ya que son los dos canales principales por los cuales los estudiantes universitarios compran accesorios.

Los dos canales que vamos a utilizar son:

- Venta directa: se tendrá un punto de venta en un local adecuado con vitrinas, mostradores de bisutería, afiches, pendones entre otros donde los clientes podrán ver directamente los accesorios y probarlos en ellos mismos.
- Venta online: se tendrá una página Web donde se mostrara la visión, misión, portafolio de la empresa, espacio para sugerencias y compra de los productos.

Publicidad

programa	Actividad	responsable
objetivos a alcanzar	Alcanzar al 80% del público objetivo en lapso de 4 meses	mercadeo
	Persuadir al 20% del público objetivo en el lapso de cuatro meses	
	Lograr un nivel intermedio de recordación en el 80% de nuestro público objetivo	
medios que se utilizaran	vía pública (pendones, afiches), pagina web, portales como Facebook y tweter material pop	mercadeo y asesor financiero
evaluación de los medios	se hará evaluación cada 4 meses de que impacto a obtenido por medio de encuestas que se le realizara al mercado objetivo	Mercadeo
Recursos	Humanos	mercadeo y asesores financieros

PRECIO

Para determinar los precios de los accesorios con los cuales vamos a salir al mercado tuvimos en cuenta:

- Identificamos la MOD (mano de obra directa)
- Identificamos el CIF (costos indirectos de fabricación)
- Identificamos todos los gastos
- Identificamos precios de la competencia con la finalidad de saber si nuestros productos podrían salir con un precio similar al de la competencia

Resumen nominal

RESUMEN DEL VALOR NOMINAL				
CARGO	SUELDO MENSUAL	PRESTACIONES MENSUALES	SUELDO ANUAL	PRESTACIONES ANUALES
vendedor	530000	809999	6360000	9719988
Operario	550000	851131	6600000	10213572
Operario	550000	851131	6600000	10213572
TOTAL	1630000	2512261	19560000	30147132

Maquinaria

producto de maquinaria				
concepto	Especificación	cantidad	v/unitario	v/total
moto tull	ciber	1	160000	160000
piro grabador	ciber	2	70000	140000
vitriñas central	Haceb	1	1500000	1500000
mostradores	Haceb	2	300000	600000
TOTAL			2030000	2400000

Costos indirectos

costos indirectos				
Descripción	promedio mensual	año 2010	año 2011	año 2012
arrendamiento	300000	3600000	3711600	3837794
servicios públicos	300000	3600000	3711600	3837794
TOTAL	600000	7200000	7423200	7675589
% CRECIMIENTO			3,1%	3,4%
FACTOR DE CRECIMINETO			1,03	1,03

Costos de producción de manillas hechas en semillas de fruta

costos de producción manillas de semillas fruta					
descripción	unidad medida	promedio mensual	año0	año1	año2
semillas cant 1 \$ 500	semillas 1libra \$500	22500	270000	278370	287835
		45	540	360	360
		500	6000	6186	6396
broches cant1 \$1000	broches	20000	240000	247440	255853
	docena	20	240	600	600
	\$ 1.000	1000	12000	12372	12793
nailon cant1 \$3500	Nailon	3500	42000	43302	44774
	rollo	2	12	12	12
	3500	3500	3500	3609	3731
Empaque	Empaque	35000	420000	433020	447743
cant 1	Bolsa	350	4200	7200	7200
\$ 100	\$ 100	100	1200	1237	1279
Total		86517	999692	1033708	1068576
% de crecimiento IPC				3,1%	3,4%

Costos de producción collares de fruta

costos de producción collares de semillas fruta					
descripción	unidad medida	promedio mensual	año0	año1	año2
semillas cant 1 \$ 500	semillas 1libra \$500	30000	360000	371160	383779
		60	720	720	720
		500	6000	6186	6396
broches cant1 \$1500	broches	28500	342000	352602	364590
	docena	19	228	408	408
	\$ 1.500	1500	18000	18558	19189
nailon cant1 \$3500	Nailon	3500	42000	43302	44774
	rollo	2	24	24	24
	3500	3500	3500	3609	3731
Empaque	Empaque	22000	264000	272184	281438
cant 1	Bolsa	220	2640	4800	4800
\$ 100	\$ 100	100	1200	1237	1279
Total		89901	1040312	1074790	1111130
% de crecimiento IPC				3,1%	3,4%

Costos de producción de aretes en semillas de fruta

costos de producción aretes de semillas fruta					
Descripción	unidad medida	promedio mensual	año0	año1	año2
semillas cant 1 \$ 500	semillas 1 libra \$500	1500	18000	18558	19189
		3	36	180	180
		500	6000	6186	6396
broches cant1 \$1500	broches	40500	486000	501066	518102
	docena	27	324	552	552
	\$ 1.500	1500	18000	18558	19189
nailon cant1 \$3500	Nailon	3500	42000	43302	44774
	rollo	1	12	12	12
	3500	3500	3500	3609	3731
empaque	empaque	32000	384000	395904	409365
cant 1	bolsa	320	3840	6600	6600
\$ 100	\$ 100	100	1200	1237	1279
total		83451	962912	995764	1029370
% de crecimiento IPC				3,1%	3,4%

Costos de producción manillas en semillas de árbol

costos de producción manillas de semillas árbol					
Descripción	unidad medida	promedio mensual	año0	año1	año2
totumo cant 1 \$ 1000	totumo bola \$800	40000	480000	494880	511706
		50	600	600	600
		800	9600	9897,6	10234
resina cant1 \$1500	broches	8000	96000	98976	102341
	1 cuarto	1	12	12	12
	8000	8000	96000	98976	102341
pinturas cant1 \$1000	nailon	30000	360000	371160	383779
	frasco	30	360	360	360
	\$ 1.000	1000	1000	1031	1066
hilos cant1 \$5000	hilo	10000	120000	123720	127926
	cono	1	12	12	12
	5000	5000	60000	61860	63963
empaque	empaque	32000	384000	395904	409365
cant 1	bolsa	320	3840	8400	8400
\$ 100	\$ 100	100	1200	1237	1279
total		135302	1612624	1667026	1723386
% de crecimiento IPC				3,1%	3,4%

Costos de producción collares en semillas de árbol

costos de producción collares de semillas árbol					
descripción	unidad medida	promedio mensual	año0	año1	año2
totumo cant 1 \$ 800	totumo bola \$800	40000	480000	494880	511706
		50	600	600	600
		800	9600	9897,6	10234
resina cant1 \$8000	broches	8000	96000	98976	102341
	1 cuarto	1	12	12	12
	8000	8000	96000	98976	102341
pinturas cant1 \$1000	nailon	30000	360000	371160	383779
	frasco	30	360	360	360
	\$ 1.000	1000	1000	1031	1066
hilos cant1 \$5000	hilo	10000	120000	123720	127926
	cono	2	24	24	24
	5000	5000	60000	61860	63963
empaque cant 1 \$ 100	empaque bolsa \$ 100	32000 320 100	384000 3840 1200	395904 4800 1237	409365 4800 1279
total		135303	1612636	1663438	1719798
% de crecimiento IPC				3,1%	3,4%

Costos de producción de aretes en semillas de árbol

costos de producción aretes de semillas árbol					
descripción	unidad medida	promedio mensual	año0	año1	año2
totumo cant 1 \$ 800	totumo bola \$800	40000	480000	494880	511706
		50	600	600	600
		800	9600	9897,6	10234
resina cant1 \$1500	broches	8000	96000	98976	102341
	1 cuarto	1	12	12	12
	8000	8000	96000	98976	102341
pinturas cant1 \$1000	nailon	30000	360000	371160	383779
	frasco	30	360	360	360
	\$ 1.000	1000	1000	1031	1066
hilos cant1 \$5000	hilo	10000	120000	123720	127926
	cono	1	12	12	12
	5000	5000	5000	5155	5330
empaque cant 1 \$ 100	empaque bolsa \$ 100	32000 320 100	384000 3840 1200	395904 6000 1237	409365 6000 1279
total		135302	1557624	1607921	1662353
% de crecimiento IPC				3,1%	3,4%

Total de costos de producción de los accesorios

total costos de producción				
Descripción	mensual	año 0	año 1	año 2
manillas de semillas fruta	86517	999692	1033708	1068576
collares de semillas de fruta	89901	1040312	1074790	1111130
aretes de semillas fruta	83451	962912	995764	1029370
manillas de semillas árbol	135302	1612624	1667026	1723386
Collares de semillas de árbol	135303	1612636	1663438	1719798
aretes de semillas árbol	135302	1557624	1607921	1662353
total	665776	7785800	8042647	8314613

gastos operaciones de ventas				
descripción	promedio mensual	año 2010	año 2011	año 2012
gastos personal de ventas	871131	10453572	10777633	11133295
comisión por ventas	150000	1800000	1855800	1917041
publicidad	55417	745000	768095	793442
TOTAL	1076548	12998572	13401528	13843778
% de crecimiento			3,1%	3,4%
factor de crecimiento			1,03	1,03

costos indirectos				
Descripción	promedio mensual	año 2010	año 2011	año 2012
arrendamiento	300000	3600000	3711600	3837794
servicios públicos	300000	3600000	3711600	3837794
TOTAL	600000	7200000	7423200	7675589
% CRECIMIENTO			3,1%	3,4%
FACTOR DE CRECIMINETO			1,03	1,03

Precios de la competencia

- **Vendedores informales**

Accesorios	Precio
Manillas en semillas de fruta	2500
Collares en semillas de fruta	3000
Aretes en semillas de fruta	2000
Manillas en semillas de árbol	3500
Collares en semillas de árbol	3500
Aretes en semillas de árbol	2000

- **Ferias artesanales**

Accesorios	Precio
Manillas en semillas de fruta	3000
Collares en semillas de fruta	3000
Aretes en semillas de fruta	2500
Manillas en semillas de árbol	3500
collares en semillas de árbol	3500
Aretes en semillas de árbol	2500

Precios de Accesorios Sabaot en el mercado

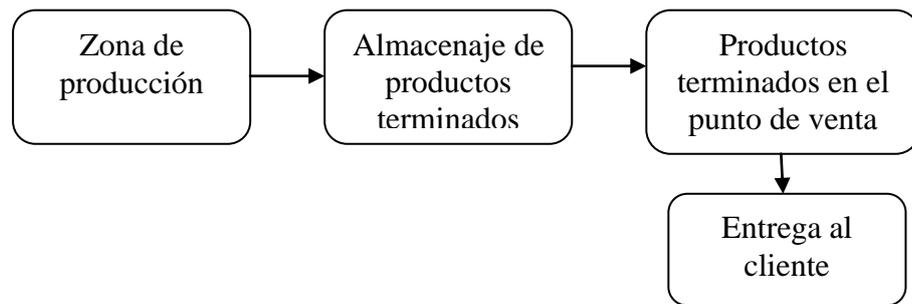
Los accesorios saldrán al mercado con un precio similar al de la competencia

Accesorios	precio
Manillas en semillas de fruta	2500
Collares en semillas de fruta	3800
Aretes en semillas de fruta	2000
Manillas en semillas de árbol	3500
collares en semillas de árbol	3500
Aretes en semillas de árbol	2000

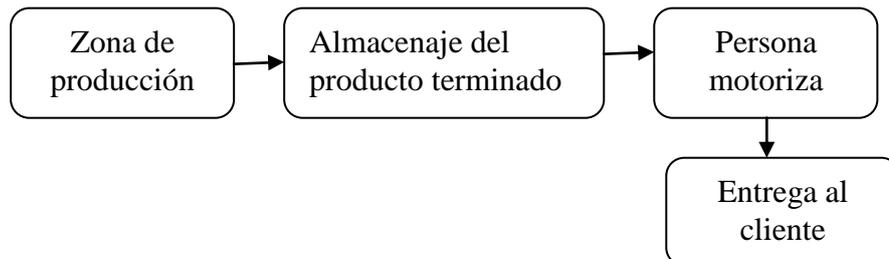
Distribución

Teniendo en cuenta como que los accesorios se van a vender por medio de venta directa y por medio de venta online. Vamos utilizar un canal de distribución primario de la siguiente forma:

- venta online: nosotros a fabricar los accesorios y tenerlos listos en el punto de venta donde le entregaremos directamente el producto al cliente



- venta online: vamos a entregar los productos que pidan por medio de la página web, donde le pagaremos a una persona motorizada para que entregue los productos los días jueves y viernes al punto de entrega que los estudiantes quieran que les llegue los accesorios.



Al implementar este canal de distribución vamos a tener varios beneficios como lo son:

Cuantitativos:

- es un canal de distribución económico
- alta rotación del producto

Cualitativos:

- el cliente obtiene el producto al instante
- generamos confianza a los clientes al hacer compras vía internet

Situación actual del sector

Lluvia de ideas macro ambientales

- De acuerdo a Artesanías de Colombia S.A. Colombia es el país con la mayor participación en ferias y rueda de negocios en todo Latinoamérica
- Gracias al gremio de artesanos Colombia ya obtiene sello de calidad de hecho a mano 100% en todo el mundo
- Según Mesep (misión para el empalme de las series de empleo), la pobreza en Colombia pasó de 46% en 2008 a 45,5% en 2009
- La pobreza extrema o indigencia pasó de 17,8% en 2008 a 16,4% en 2009
- Artesanías de Colombia S.A brinda oportunidades para el sector artesanal como estudio y capacitaciones
- Capacitación gratis en escuela Santo Domingo por medio del gremio de artesanos
- Centro de Investigación de Colombia de artesanías ofrece estudios técnico profesionales al sector artesanal
- Según estudio de “The Economist Intelligent Unit” en Bogotá aumenta el turismo en un 11% en 2010.

Fuentes de información

.Secundaria

www.dane.com

www.ccb.org.co/

www.minambiente.gov.co

[www.dane.com,](http://www.dane.com)

(www.ccb.org.co/,) http://www.eclac.org/mexico/capacidadescomerciales/seminarioecuadoractb/presentacion_sandra_strouss.pdf

<http://www.cuatro->

[pr.org/Home/Espan/Instrumusica/Artesanos/Artesania/Preguntas.htm](http://www.cuatro-pr.org/Home/Espan/Instrumusica/Artesanos/Artesania/Preguntas.htm)[http://www.cuatro-](http://www.cuatro-pr.org/Home/Espan/Instrumusica/Artesanos/Artesania/Preguntas.htm)

<http://www.portafolio.com.co/economia/economiahoy/ARTICULO-WEB->

[NOTA_INTERIOR_PORTA-7688709.htm](http://www.portafolio.com.co/economia/economiahoy/ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR_PORTA-7688709.htm)

http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/B/banco_de_la_republica_dejo_inalteradas_las_tasas_de_interes/banco_de_la_republica_dejo_inalteradas_las_tasas_de_interes.asp

<http://www.portafolio.com.co/economia/economiahoy/ARTICULO-WEB->

[NOTA_INTERIOR_PORTA-7688709.html](http://www.portafolio.com.co/economia/economiahoy/ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR_PORTA-7688709.html)

<http://www.scribd.com/doc/23908779/Apoyo-a-La-Artesanos>

http://www.sinic.gov.co/OEI/paginas/informe/informe_51.asp

<http://www.elespectador.com/impreso/bogota/articuloimpreso159158-bogota-aumenta-el-tur>

Lluvia de ideas micro ambiental

- No contamos con la vinculación a la agremiación de artesanos en Colombia
- Falta de obtención de acreditaciones de alta calidad por entidades reconocidas
- Bajos recursos del capital
- Contamos con la selección de proveedores
- Aplicamos servicio al cliente (pos venta) cual y como
- Hacemos uso efectivo de medios publicitarios
- Manejamos residuos y basuras
- Tenemos conocimientos en mercadotecnia
- Contamos con una página Web
- Amplio portafolio de productos
- Disponemos de un punto venta
- Disponemos de una zona de producción de los accesorios
- No existe una base de datos de los clientes con su historial
- La falta de disponibilidad de medios adecuados hace ineficaz la resolución de las reclamaciones

Fuentes de información

Primaria: Accesorios Sabaot

Ponderación Matriz Mefi

MEFI	Ponderación	Calificación	Resultado	Debilidad	Fortaleza
No contamos con la vinculación a la agremiación de artesanos en Colombia	6,14%	1	0,06	x	
Falta de obtención de acreditaciones de alta calidad por entidades reconocidas	6,14%	2	0,12	x	
Bajos recursos del capital	8,14%	2	0,16	x	
Contamos con la selección de proveedores	7,14%	3	0,21		x
Aplicamos servicio al cliente (pos venta)	8,14%	4	0,33		x
Hacemos uso efectivo de medios publicitarios	6,14%	3	0,18		x
Manejamos residuos y basuras	6,14%	3	0,18		x
Tenemos conocimientos en mercadotecnia	9,14%	4	0,37		x
Contamos con una página Web	6,14%	3	0,18		x
Amplio portafolio de productos	7,14%	4	0,29		x
Disponemos de un punto venta	8,14%	4	0,33		x
Disponemos de una zona de producción de los accesorios	7,14%	3	0,21		x
No existe una base de datos de los clientes con su historial	7,14%	2	0,14	x	
La falta de disponibilidad de medios adecuados hace ineficaz la resolución de las reclamaciones	7,14%	1	0,07	x	
	100%	39	3,04		

Diagnóstico:

Al ponderar las debilidades y fortalezas de Accesorios Sabaot nos arrojó un 0.9% por encima de 2.5% lo que nos indica que en el sector micro ambiental es favorable para producción y comercialización de los accesorios

Ponderación matriz Mefe

MEFE	Ponderación	Calificación	Resultado	Amenaza	Oportunidad
Colombia país con la mayor participación en ferias en todo Latinoamérica	2%	3	0,06		x
Colombia ya obtiene sello de calidad de hecho a mano 100% en todo el mundo	3%	3	0,09		x
La pobreza en Colombia pasó de 46% en 2008 a 45,5% en 2009	5%	2	0,1	x	
La pobreza extrema o indigencia pasó de 17,8% en 2008 a 16,4% en 2009	5%	2	0,1	x	
Capacitación gratis en escuela santo domingo	5%	3	0,15		x
Centro de investigación de Colombia de artesanías ofrece estudios técnica profesional al sector artesanal	7%	3	0,21		x
En Bogotá aumenta el turismo	7%	3	0,21		x
La mayoría de los hombres universitarios de la localidad de candelaria y chapinero no compran collares	5%	1	0,05	x	
Un gran número de hombres universitarios de la localidad de chapinero y candelaria no les gustan los broches de los accesorios	2%	1	0,02	x	
Un gran número de estudiantes universitarios pide mayor innovación del producto	5%	2	0,1	x	
Las mujeres universitarias de la localidad de chapinero y candelaria no les gustan los broches de los accesorios	7%	1	0,07	x	
La mayoría de los hombres universitarios de la localidad de candelaria y chapinero, le gustan los accesorios hechos en semillas	7%	4	0,28		x
La mayoría de los mujeres universitarias de la localidad de chapinero y candelaria, le gustan los accesorios hechos en semillas	5%	4	0,2		x
La mayoría de los estudiantes universitarios de la localidad de chapinero y candelaria compran accesorios como manillas, collares, aretes en un punto de venta	5%	4	0,2		x

Un gran número de estudiantes universitarios de la localidad de chapinero y candelaria compra accesorios como manillas, collares y aretes por medio de páginas web	5%	3	0,15	x
La mayoría de los hombres universitarios de la localidad de candelaria y chapinero compran manillas	5%	3	0,15	x
La mayoría de los mujeres universitarias de la localidad de candelaria y chapinero compran collares	7%	3	0,21	x
Un gran numero mujeres universitarias de la localidad de candelaria y chapinero compran aretes	7%	3	0,21	x
Un gran numero mujeres universitarias de la localidad de candelaria y chapinero compran manillas	6%	3	0,18	x
	100%	51	2,74	

Diagnóstico

Al ponderar las oportunidades y amenazas con las cuales cuenta la empresa nos arrojó un 0.24% por encima del 2.5%, los que nos indica que en el sector macro ambiental es favorable para la producción y comercialización de los accesorios.

Matriz MIME

	MEFI			
	4	3	2	1
MEFE	3	CD	CD	R
	2	CD	R	D
	1	R	D	D

Mime

3,04

2,74

Diagnostico

Resultado = Cd

Lo que nos indica que la situación externa e interna de Accesorios Sabaut es provechosa en una situación estratégica para hacer un óptimo desarrollo del mercado al cual nos dirigimos

Dofa

Debilidades

- No contamos con la vinculación a la agremiación de artesanos en Colombia
- Falta de obtención de acreditaciones de alta calidad por entidades reconocidas
- No contamos con los registros y permisos requeridos para el transporte de accesorios
- Bajos recursos del capital
- No existe una base de datos de los clientes con su historial
- La falta de medios tecnológicos adecuados para la solución de las reclamaciones

Fortaleza

- Contamos con la selección de proveedores
- Aplicamos servicio al cliente (pos venta)
- Hacemos uso efectivo de medios publicitarios
- Manejamos residuos y basuras
- Tenemos conocimientos en mercadotecnia
- Contamos con una página Web
- Amplio portafolio de productos
- Disponemos de un punto venta
- Disponemos de una zona de producción de los accesorios

Amenazas

- La pobreza en Colombia pasó de 46% en 2008 a 45,5% en 2009
- La pobreza extrema o indigencia pasó de 17,8% en 2008 a 16,4% en 2009
- La mayoría de los hombres universitarios de las localidades de Candelaria y Chapinero no compran collares
- Un gran número de hombres universitarios de la localidad de chapinero y candelaria no les gustan los broches de los accesorios
- Un gran número de estudiantes universitarios piden mayor innovación del producto
- Las mujeres universitarias de la localidad de chapinero y candelaria no les gustan los broches de los accesorios

Oportunidades

- Colombia, país con la mayor participación en ferias en todo Latinoamérica
- Colombia ya obtiene sello de calidad de hecho a mano 100% en todo el mundo
- Capacitación gratis en escuela santo domingo
- Centro de investigación de Colombia de artesanías ofrece estudios técnica profesional al sector artesanal
- En Bogotá aumenta el turismo en 2010.
- La mayoría de los hombres universitarios de la localidad de candelaria y chapinero, le gustan los accesorios hechos en semillas
- La mayoría de los mujeres universitarias de la localidad de chapinero y candelaria, le gustan los accesorios hechos en semillas
- La mayoría de los estudiantes universitarios de la localidad de chapinero y candelaria compran accesorios como manillas, collares, aretes en un punto de venta
- Un gran número de estudiantes universitarios de la localidad de chapinero y candelaria compra accesorios como manillas, collares y aretes por medio de páginas web
- La mayoría de los hombres universitarios de la localidad de candelaria y chapinero compran manillas

Objetivo general

- Diseñar la forma de y comercialización de los accesorios artesanales en la ciudad de Bogotá

Objetivos específicos

- Identificar los valores agregados que pueden tener los accesorios para una buena penetración en el mercado
- Obtener un buen desempeño en las ventas y en la producción de los accesorios
- Determinar métodos por los cuales Accesorios Saboot pueda tener buenas relaciones con los clientes

Estrategias de mercadeo

Planteamiento de estrategia
Objetivo: Identificar los valores agregados que pueden tener los accesorios para una buena penetración en el mercado.
planteamiento de la estrategia: nombre exótico en cada accesorio
táctica: en cada uno de los accesorios en la etiqueta principal donde se encuentra el logo de la empresa, el eslogan, modos de , y cuidados ira un nombre exótico con su respectivo significado por ejemplo: - sajani: dios del amor - sakura: flor -snako: hijo de la montaña -leila

Planteamiento de estrategia
objetivo: Identificar los valores agregados que pueden tener los accesorios para una buena penetración en el mercado
planteamiento de la estrategia: campaña para plantar semillas
Táctica: en cada uno de los accesorios ira con una etiqueta adicional donde llevara pegadas dos semillas ya sean de acacia o girasol con una frase (Si se siembra la semilla con fe y se cuida con perseverancia, sólo será cuestión de tiempo recoger sus frutos.) en cual incentive a los clientes a plantar las semillas.

Planteamiento de estrategia
objetivo: Obtener un buen desempeño en las ventas y en la producción de los accesorios
planteamiento de la estrategia: Capacitación en la escuela Santo Domingo
Táctica: vamos a capacitar a los trabajadores de Accesorios Sabaot cada semestre con una duración de 1 mes en el are de innovación, servicio al cliente. Este capacitación será los días sábado por de 1:00 pm a 3:00 pm donde se hará en las estaciones de producción de la empresa.

Planteamiento de estrategia
objetivo: Obtener un buen desempeño en las ventas y en la producción de los accesorios
planteamiento de la estrategia: comisiones por ventas realizadas
Táctica: vamos a dar comisiones en efectivo cada mes por ventas realizadas, donde por cada 20 accesorios vendidos obtendrán un beneficio de 15.000 pesos.

Planteamiento de estrategia
objetivo: Determinar métodos por los cuales Accesorios Sabaot pueda tener buenas relaciones con los clientes
planteamiento de la estrategia: intercambio de mensajes a través de portales sociales
Táctica: diseñaremos una página en Facebook y tweter donde los clientes podrán obtener información sobre la empresa, podrán hacer aportes de mejoramiento del servicio y podrán diseñar sus propios accesorios para que la empresa les haga sus diseños.

Planteamiento de estrategia
objetivo: Determinar métodos por los cuales Accesorios Sabaot pueda tener buenas relaciones con los clientes
planteamiento de la estrategia: espacio en la página web para dejar mensajes reclamos de los clientes
Táctica: En la página web tendremos un espacio para que los clientes puedan hacer sus sugerencias, reclamos que quieran hacer a la empresa. Donde la empresa tendrá un plazo máximo de responder a los clientes de 4 días. También con este espacio los clientes para poder hacer sus reclamos tendrán que dar sus nombres, apellidos, mail, teléfono, y así podemos tener una base de datos de los clientes.

Financiero

- **Punto de equilibrio**

Accesorios	unidades
Manillas en semillas de fruta	3350
Collares en semillas de fruta	2740
Aretes en semillas de fruta	3340
Manillas en semillas de árbol	3330
Collares en semillas de árbol	2730
Aretes en semillas de árbol	3321

- **Inversión requerida**

inversiones				
Concepto	inversión	aportes	impresitos	leasing
inversión fija	2400000			
maquinaria y equipo	2400000			2400000
inversión diferida	3500000			
estudio de mercadeo	800000	800000		
estudio técnico	1200000	1200000		
imprevistos	500000	500000		
otros	1000000	1000000		
capital de inicio	2000000	2000000		
efectivo para inicio	2000000	2000000		
Total	7900000			

- Estado de resultados

Estado de resultados			
Concepto	Años		
	1	2	3
Ingreso por ventas	60420000	62297100	64411800
Manillas en semillas de fruta	10080000	10393600	10746400
Collares en semillas de fruta	12300000	12681300	13111800
Aretes en semillas de fruta	6480000	6681600	6908400
Manillas en semillas de árbol	11880000	12249600	12665400
collares en semillas de árbol	11400000	11753400	12152400
Aretes en semillas de árbol	8280000	8537600	8827400
Costos de ventas	39423228	40661983,5	42043007,6
Materia prima	11796084	12178398	12590980
Mano de obra directa	20427144	21060385	21776439
CIF	7200000	7423200	7675589
Utilidad bruta de venta	20996772	21635117	22368792
Gastos operacionales	13598572	14020128	14483410
Gastos operacionales de venta	12998572	13401528	13843778
Gastos operacionales de adm	600000	618600	639632
Utilidad operacional	7398200	7614989	7885382
Ingresos operacionales	x	x	x
Ingresos no operacionales	x	x	x
Utilidad antes de impuestos	12078200	12440389	12874614
Impuesto de renta	4468934	4602944	4763607
Utilidad después de impuestos	7609266	7837445	8111007
reserva legal	760927	783745	811101
Utilidad a distribuir	2054502	2116110	2189972
Utilidad neta	4793838	4937590	5109934

Conclusiones

- Se debe tener una constante innovación de los productos debido a que existe alta competencia en el sector de las artesanías.
- Se debe mantener actualizado el link en la pagina web de reclamaciones y comentarios para ir mejorando constantemente no solo en el producto si no en los servicios que se obtienen en el punto de venta por parte de los vendedores y en la distribución del producto.
- Conservar una información actualizada de la competencia de sus productos, precios y servicios para seguir penetrando el mercado con estrategias de mercadeo eficaces.
- Hay que interactuar el mundo cibernético de manera constante con los estudiantes universitarios, ya que en la mayoría de estos utilizan este medio para hacer sus trabajos de universidad, comunicarse con sus amigos y allegados y enviar trabajos. Por medio de las redes sociales como son facebook y twitter, y de esta manera posicionar la marca de la empresa en el mercado.
- Accesorios Sabao tiene que seguir comunicando al público objetivo sobre el cuidado del medio ambiente ya que hace parte de la esencia de la empresa.

Bibliografía:

- Libro *Manual para elaborar un plan de mercadotecnia* de Ricardo Fernández Valiñas
- Libro *estrategias y ventaja competitivas* de Michael Porter
- Libro *Ser competitivo* de Michael Porter
- Libro *La Preparación del plan de marketing* de David Parmelaee

Anexos

Encuesta

Ficha Técnica

Cubrimiento en Bogotá en la localidad de candelaria y chapinero donde se encuestaron a 250 estudiantes de la educación superior para poder saber factores macroeconómicos y microeconómicos que afectan a la empresa

Universidades:

Universidad de los andes

Universidad del rosario

Universidad autónoma de Colombia

La gran Colombia

Universidad la sallé

Universidad central

Universidad javeriana

Universidad la piloto

Valor estandarizado en función del grado de confiabilidad de la muestra calculada.

95% $z=1,96$

Error asumido en el cálculo. Toda expresión que se calcula contiene un error de cálculo debido a las aproximaciones decimales que surgen en la división por decimales, error en la selección de la muestra, entre otras, por lo que este error

Se puede asumir entre un 1 hasta un 10%; es decir que se asume en valores de probabilidad.

5% $E=0.05$

Probabilidad de la población que no represente las características

20% $Q= 0.20$

Porcentaje de los que cumplen con las características

$P= 80\%$

TAMAÑO DE MUESTRA

$$n_0 = \frac{[1.96]^2 * 0.80 * 0.20}{0.05}$$

$$n_0 = 1536.64 * 0.80 * 0.20$$

$$n_0 = 245.8624$$

$$n = \frac{245.8624}{1 + \frac{245.8624}{65000}}$$

$$n = \frac{245.8624}{1 + 0.003782}$$

$$n = \frac{245.8624}{1.003787}$$

$$n = 245$$

Objetivo General

Conocer las preferencias de los universitarios de las localidades de Candelaria y Chapinero a la hora de comprar accesorios

Objetivos específicos

1. Conocer qué tipo de material prefieren los consumidores a la hora de comprar un accesorio.
2. Identificar los lugares en los cuales compran accesorios con más frecuencia.
3. Conocer cuáles son las edades en las cuales compran más accesorios.
4. Identificar que aceptación tiene nuestro producto en el mercado.
5. Entender que accesorios prefieren las personas dependiendo de su género.
6. Conocer y entender las sugerencias que tengan los encuestados frente a nuestro producto.

Formato de la encuesta

ACCESORIOS SABAOT

Buenos días (tardes) nosotros somos una empresa llamada **Accesorios Sabaot** dedicada a la elaboración de accesorios, en este momento nos gustaría conocer el comportamiento que tiene el consumidor frente a nuestro producto, y por lo cual su opinión es muy importante para nosotros.

Nombre

Barrio:

Teléfono

Fecha:

Encuestado

Reviso

Género:

Edad:

1. Que materiales prefiere a la hora de comprar un accesorio:
 - A. Semillas
 - B. Cuero
 - C. Hilos
 - D. Acrílico
 - E. Otros
2. En qué lugares compra usted usualmente sus accesorios
 - A. Punto de venta
 - B. Páginas web
 - C. Otros
3. Que cantidad de accesorios compra usted al mes.
 - A. 1 a 5 accesorios
 - B. 6 a 10 accesorios
 - C. 11 en adelante
4. Que accesorios prefiere usted
 - A. Bolsos
 - B. Manillas
 - C. Collares
 - D. aretes

5. le gusta nuestro producto

A. si

B. no

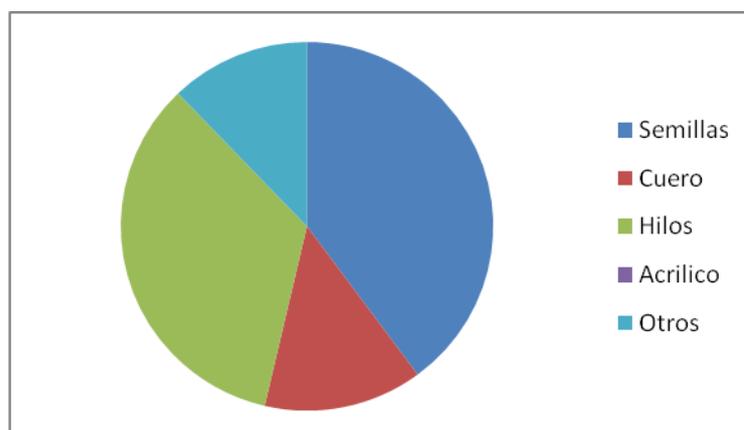
C. ¿Por qué?

6. Que sugerencias tiene para nuestros producto

Resultados de la encuesta

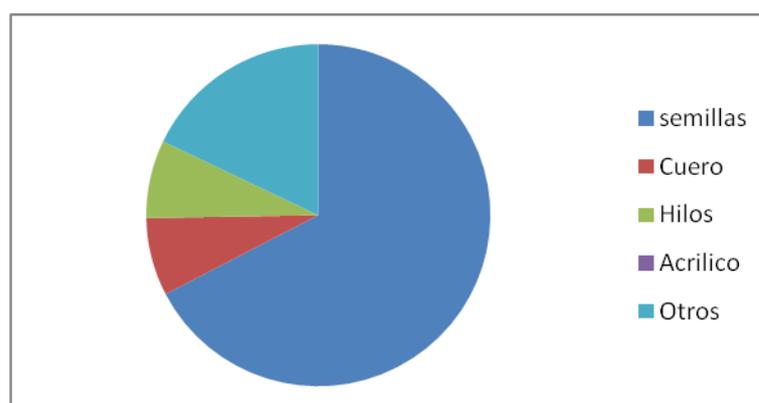
Encuesta realizada a estudiantes universitarios de la localidad de candelaria y chapinero
¿preferencia en materiales en accesorios? (Hombres)

preferencia en materiales en accesorios	frecuencia	frecuencia relativa
Semillas	49	39,84
Cuero	17	13,82
Hilos	42	34,15
Acrílico	0	-
Otros	15	12,20
Total	123	100,00



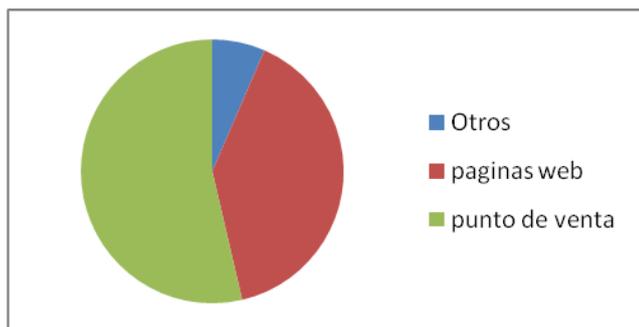
Encuesta realizada a estudiantes universitarios de la localidad de candelaria y chapinero
¿preferencia en materiales en accesorios? (Mujeres)

preferencias en materiales en accesorios	frecuencia	frecuencia relativa
Semillas	64	52,46
Cuero	7	27,87
Hilos	7	5,74
Acrílico	0	-
Otros	17	13,93
Total	122	100,00



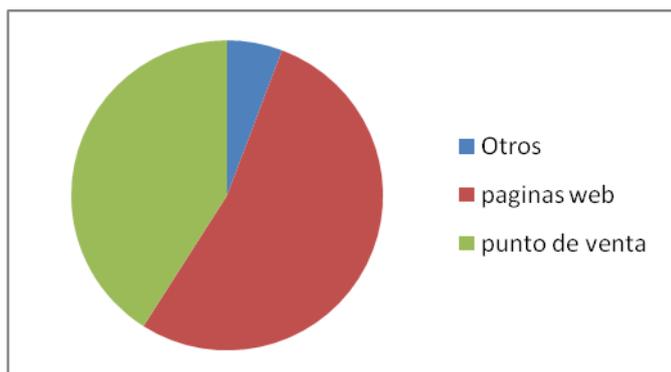
Encuesta realizada a estudiantes universitarios de la localidad de candelaria y chapinero
Lugares de compra (Hombres)

Lugares de compra	frecuencia	frecuencia relativa
Otros	8	6,50
páginas web	49	39,84
punto de venta	66	53,66
Total	123	100



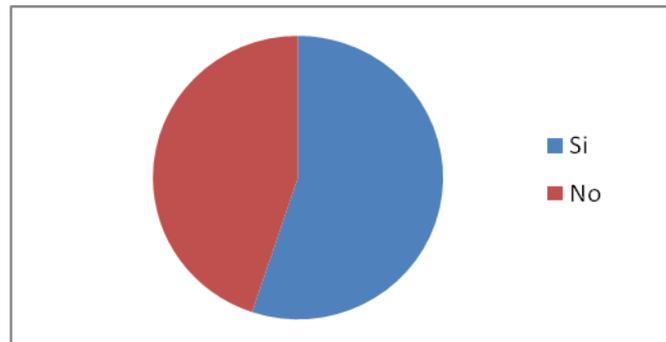
**Encuesta realizada a estudiantes universitarios de la localidad de candelaria y chapinero
Lugares de compra (Mujeres)**

Lugares de compra	frecuencia	frecuencia relativa
Otros	7	5,74
Páginas web	65	53,28
Punto de venta	50	40,98
Total	122	100



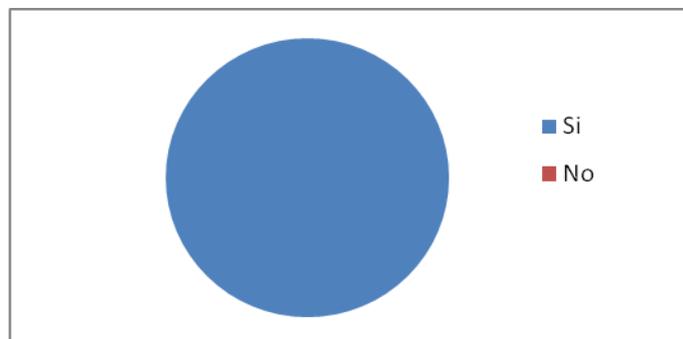
Encuesta realizada a estudiantes universitarios de la localidad de candelaria y chapinero
Le gusta el producto (Hombres)

Le gusta el producto	Frecuencia	Frecuencia relativa
Si	91	73,98
No	32	26,02
Total	123	100



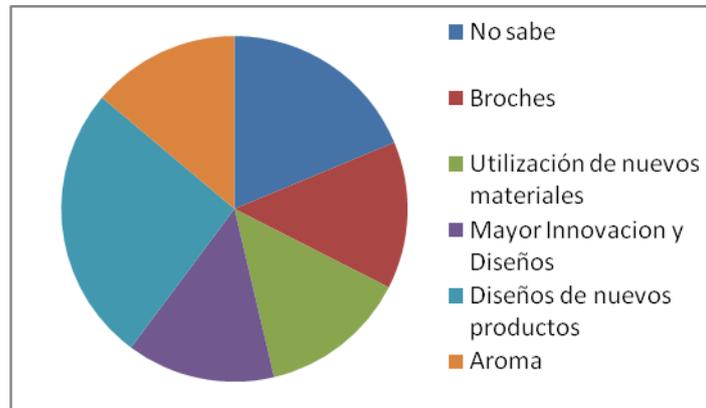
Encuesta realizada a estudiantes universitarios de la localidad de candelaria y chapinero
Le gusta el producto (Mujeres)

Le gusta el producto	frecuencia	frecuencia relativa
Si	122	100
No	0	0
Total	122	100



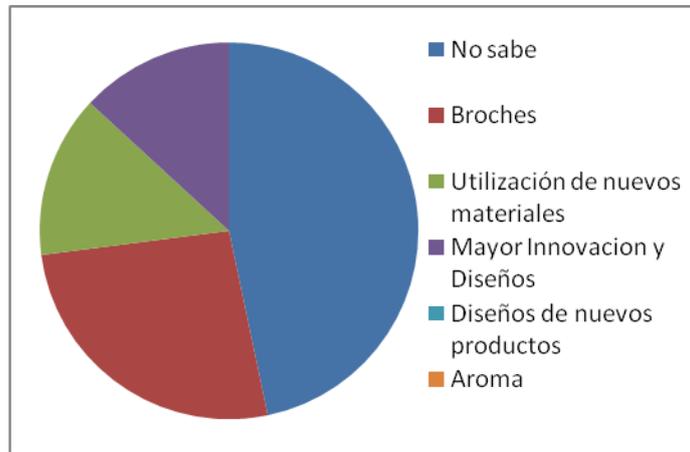
Encuesta realizada a estudiantes universitarios de la localidad de candelaria y chapinero
Que sugerencias tiene de nuestro producto (Hombres)

Que sugerencias tiene de nuestro producto	frecuencia	frecuencia relativa
No sabe	23	18,70
Broches	17	13,82
Utilización de nuevos materiales	17	13,82
Mayor Innovación y Diseños	17	13,82
Diseños de nuevos productos	32	26,02
Aroma	17	13,82
Total	123	100



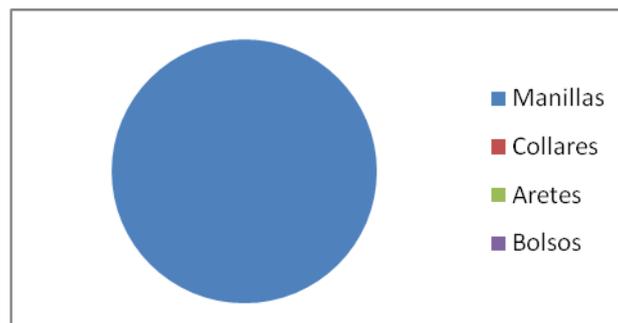
Encuesta realizada a estudiantes universitarios de la localidad de candelaria y chapinero
Que sugerencias tiene de nuestro producto (Mujeres)

Que sugerencias tiene de nuestro producto	frecuencia	frecuencia relativa
No sabe	57	47
Broches	32	26
Utilización de nuevos materiales	17	14
Mayor Innovación y Diseños	16	13
Diseños de nuevos productos	0	0
Aroma	0	0
Total	122	100



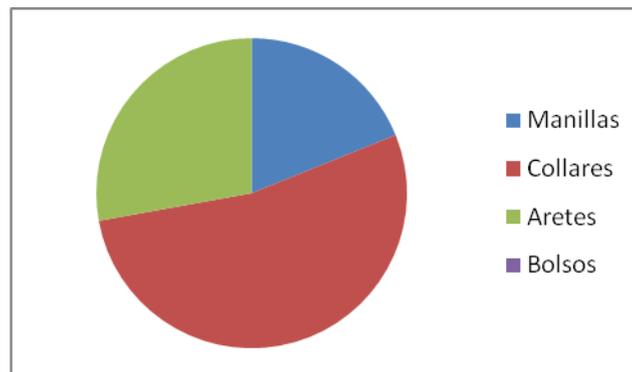
Encuesta realizada a estudiantes universitarios de la localidad de candelaria y chapinero
Preferencias de Accesorios (hombres)

Preferencia de Accesorios	porcentaje	
Manillas	123	100,00
Collares	0	0,00%
Aretes	0	0,00%
Bolsos	0	0,00%
Total	123	100



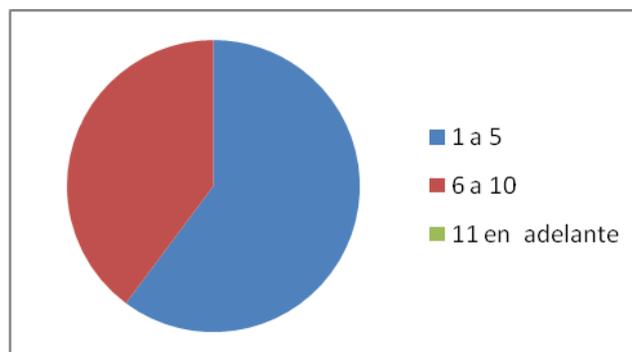
Encuesta realizada a estudiantes universitarios de la localidad de candelaria y chapinero
Preferencias de Accesorios (Mujeres)

Preferencia de Accesorios	frecuencia	frecuencia relativa
Manillas	23	19,00
Collares	65	53,00
Aretes	34	28,00
Bolsos	0	0,00
Total	122	100



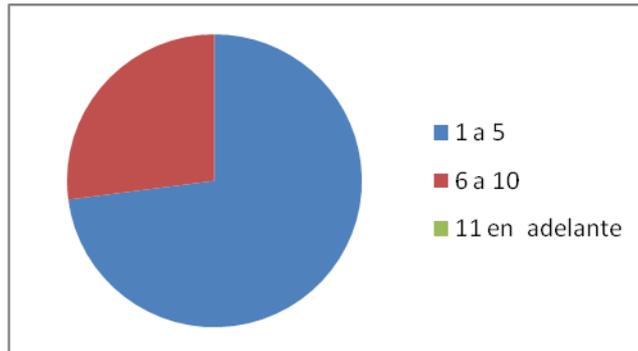
Encuesta realizada a estudiantes universitarios de la localidad de candelaria y chapinero
cantidad de compra de accesorios (Hombres)

Cantidad de compra de accesorios	frecuencia	frecuencia relativa
1 a 5	74	60
6 a 10	49	40
11 en adelante	0	0
Total	123	100



Encuesta realizada a estudiantes universitarios de la localidad de candelaria y chapinero
Cantidad de compra de accesorios (Mujeres)

Cantidad de compra de accesorios	frecuencia	frecuencia relativa
1 a 5	89	73
6 a 10	33	27
11 en adelante	0	0
Total	122	100



Estudio sobre la competencia

Competencia

Identificamos como competidores directos de accesorios Sabaot a 2 corrientes que más se asemejen a las características propias de nuestra empresa. Los parámetros tenidos en cuenta son: cliente a cual va dirigido, productos y servicios ofrecidos

Los competidores que más se asemejan a la de accesorios Sabaot son:

- Vendedores informales de artesanías
- Ferias artesanales

Vendedores informales

Se encuentran en las zonas peatonales por toda la localidad de Chapinero y Candelaria se encuentra un gran número por la Carrera 13 y 11, Lo que les hace favorable por el gran número de personas que transitan por los alrededores del punto de venta informal

Se caracterizan por ser fabricantes, comerciantes de sus propios accesorios, tienen una gran variedad de diseños.

Sus horarios de atención al público en el punto de venta son de 10:00 am a 8:00 pm. Su mercado objetivo son los estudiantes universitarios

Los accesorios que fabrican los vendedores informales son:

- Manillas
- Collares
- Aretes
- Llaveros

Vendedores informales	
<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • No cuenta con una marca • No cuenta con logo • Los producto que ofrecen no cuentan con un empaque ni una presentación del producto • No tienen conocimiento de mercadeo 	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sus puntos de ventas tienen alta influencia de publico • Cuenta con una agremiación • Existen en la ciudad una gran variedad de proveedores • El turismo en Bogotá a aumentado en los dos últimos años
<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Producen sus propios accesorios • Sus productos están posicionados en el mercado • El portafolio con el que cuenta es amplio • Comercializan ellos mismos sus propios productos 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sus puntos de ventas son al aire libre lo cual el clima puede dañar sus ventas • Desalojos por invasión publica • La pobreza en Colombia se encuentra en un 45.5%

Ferias artesanales:

Se encuentran localizadas en las localidades de La Candelaria y Chapinero, lo que les hace favorables por el número de personas que transitan por los alrededores del punto de venta.

Se caracterizan por ser fabricante, comerciante de su propios accesorios, también tiene una gran variedad de diseños

Su horario de atención al público en el punto de venta es de 10:00am 9:00 pm. No tienen mercado objetivo

Los accesorios que fabrican y comercializan son:

- Manillas
- Collares
- Aretes
- Cinturones
- Bolsos
- Anillos

Vendedores informales	
Debilidades <ul style="list-style-type: none">• No cuenta con una marca• No cuenta con logo• Los producto que ofrecen no cuentan con un empaque ni una presentación del producto• No tienen conocimiento de mercadeo	Oportunidades <ul style="list-style-type: none">• Sus puntos de ventas tienen alta influencia de publico• Cuenta con una agremiación• Existen en la ciudad una gran variedad de proveedores• El turismo en Bogotá ha aumentado en los dos últimos años
Fortalezas <ul style="list-style-type: none">• Producen sus propios accesorios• Sus productos están posicionados en el mercado• El portafolio con el que cuenta es amplio• Comercializan ellos mismos sus propios productos	Amenazas <ul style="list-style-type: none">• Sus puntos de ventas son al aire libre lo cual el clima puede dañar sus ventas• Desalojos por invasión publica• La pobreza en Colombia se encuentra en un 45.5%