

**BOLSOS NIRO LTDA.
LIGHT BAG**

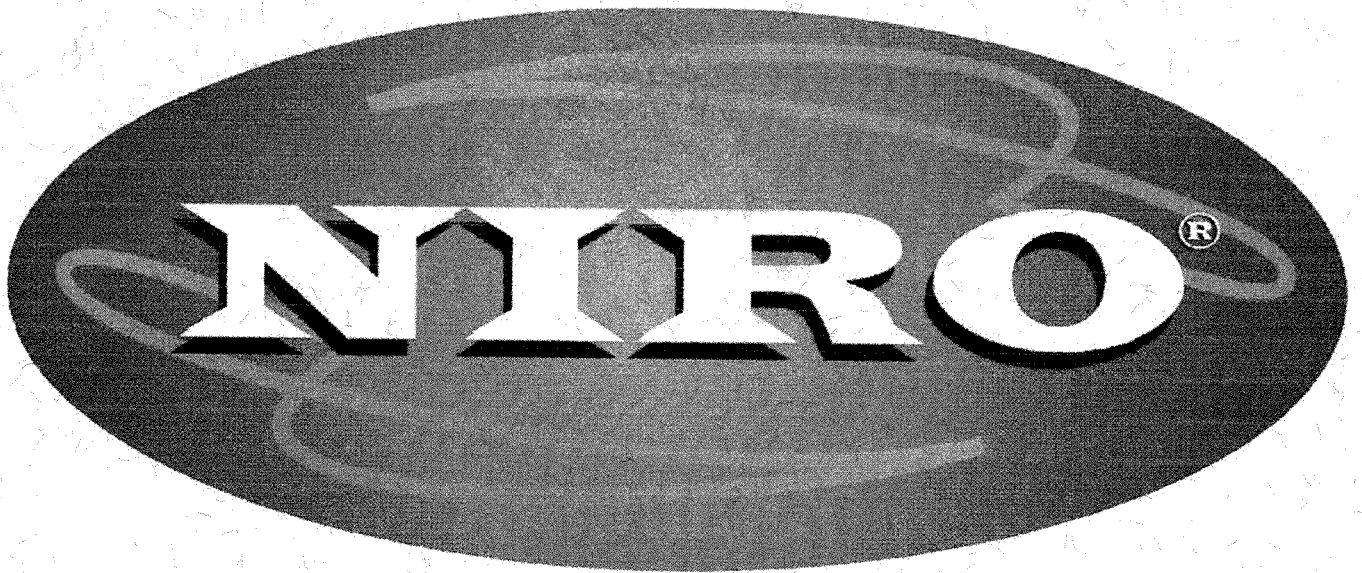
**RUBEN LISANDRO LACHE MATEUS
NYDIA MIREYA MOLINA ROJAS
NOHEMY MUNAR VIVAS
IVONNE JEANNETH PINZON CAÑON**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA.
UNITEC.
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE AEROLINEAS
Y AGENCIAS DE VIAJES**

BOGOTA, MAYO DEL 2004.

LD 100
Emy Dalvarez

Bolsos



**CARTERA DE LUZ
BOLSOS NIRO LTDA.
LIGHT BAG**

**RUBEN LISANDRO LACHE MATEUS
Cod. 31012098.**

**NYDIA MIREYA MOLINA ROJAS
Cod. 310 12101**

**NOHEMY MUNAR VIVAS
Cod. 31012105**

**IVONNE JEANNETH PINZON CAÑON
Cod. 310 12091**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA.
UNITEC.
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE AEROLINEAS
Y AGENCIAS DE VIAJES**

AGRADECIMIENTOS.

Agradecemos primeramente a Dios todo Poderoso, quien estuvo, esta y estará siempre a nuestro lado, presente en nuestras vidas en todo momento, persona clave para el desarrollo de cada una de las actividades, como fue la elaboración de este Proyecto Emprendedor.

Todas las personas que nos aconsejaron y apoyaron para darnos animo y seguir adelante con el trabajo iniciado y no desistir del mismo; Les agradecemos de todo corazón por sus palabras, consejos y asesoría en este trabajo. Sin descartar la gran colaboración que recibimos del señor Marlon Andre Navarro Álvarez ingeniero electrónico, quien nos proporciona gran parte de su tiempo para desde los inicios de este proyecto hasta tener el producto final terminado como tal, al señor Jhon Jairo Martínez gerente de J & J marroquinería, quien nos proporciona toda la información con respecto a lo que se refiere con producción y organización, y todo el personal de la fabrica J & J marroquinería a la empresa de publicidad GRAFITO y su gerente Luis Carlos, quienes desarrollaron todo el trabajo de publicidad de nuestra empresa a todos muchas gracias porque sin su ayuda no hubiéramos logrado terminar este proyecto.

INDUCCIÓN.

El desarrollo del programa Emprendedor comenzó con la presentación del mismo, por parte del Coordinador del Programa Dr. Fabio Quintero, y seguidamente cada uno de los profesores que estarán orientándonos y apoyándonos para el desarrollo del programa.

Este programa busca que nosotros como estudiantes desarrollen nuestro Espíritu Creativo, durante la todo el proceso de formación como estudiantes profesionales y así mismo tener las bases para poder desempeñarnos en los diferentes medios laborales que se nos exija, aportando nuevas ideas innovadoras y creativas para el funcionamiento de las diferentes empresas.

Pero ante todo se busca el Crear una empresa la cual permita servir a la sociedad y proporcionar trabajo para cada uno de nosotros como futuros empresarios de este país.

CONTENIDO.

I. NATURALEZA DEL PROYECTO.

1. Introducción.
 - 1.1 Generación de la Idea.
 - 1.2 Evaluación de la Idea.
 - 1.3 Descripción de la Idea.
 - 1.4 Justificación.
 - 1.5 Nombre de la Empresa.
 - 1.6 Descripción de la Empresa.
 - 1.7 Misión.
 - 1.8 Ventajas Competitivas.
 - 1.9 Análisis de la Industria.
 - 1.10 Calificaciones para entrar al Área.
 - 1.11 Apoyos.

II. MERCADEO.

2. Definición.
 - 2.1 Objetivos de la Mercadotecnia
 - 2.2 Investigación del Mercado.
 - 2.2.1 Tamaño del Mercado.
 - 2.2.2 Consumo Aparente.
 - 2.2.3 Demanda Potencial.
 - 2.2.4 Participación de la Competencia en el Mercado.

- 2.3** Estudio de Mercado.
 - 2.3.1** Objetivo del Estudio de Mercado.
 - 2.3.2** Encuesta Tipo.
 - 2.3.3** Aplicación de la Encuesta.
 - 2.3.4** Resultados Obtenidos.
 - 2.3.5** Conclusiones del Estudio Realizado.
- 2.4** Distribución y Puntos de Venta.
- 2.5** Promoción del Producto o Servicio.
 - 2.5.1** Publicidad.
 - 2.5.2** Promoción.
 - 2.5.3** Marcas.
 - 2.5.4** Etiqueta.
 - 2.5.5** Empaque.
- 2.6** Fijación y Políticas de Precio.
- 2.7** Plan de Introducción al Mercado.
- 2.8** Riesgos y Oportunidades del Mercado.
- 2.9** Sistema y Plan de Ventas

III. PRODUCCIÓN.

- 3.** Definición.
 - 3.1** Objetivos de la Producción.
 - 3.2** Especificaciones del Producto.
 - 3.3** Descripción del Proceso de Producción.
 - 3.4** Flujo-grama del Proceso.
 - 3.5** Características de la Tecnología.
 - 3.6** Equipo e Instalaciones.

- 3.7 Materia Prima.
 - 3.7.1 Necesidades de la Materia Prima.
 - 3.7.2 Identificación de Proveedores y Cotización.
- 3.8 Capacidad Instalada.
- 3.9 Manejo de Inventarios.
- 3.10 Ubicación de la Empresa
- 3.11 Mano de Obra Requerida.
- 3.12 Procedimiento de Mejora Continua.
- 3.13 Programa de Producción.

IV. ORGANIZACIÓN.

- 4. Definición.
 - 4.1 Objetivos del Área de Organización.
 - 4.2 Estructura Organizacional.
 - 4.3 Funciones Especificas por Puesto.
 - 4.4 Captación de Personal.
 - 4.4.1 Reclutamiento.
 - 4.4.2 Selección.
 - 4.4.3 Contratación.
 - 4.4.4 Inducción.
 - 4.5 Desarrollo del Personal.
 - 4.6 Administración de Salarios.
 - 4.7 Evaluación del Desempeño.
 - 4.8 Relaciones de Trabajo.

4.9 Reglamento interno de trabajo

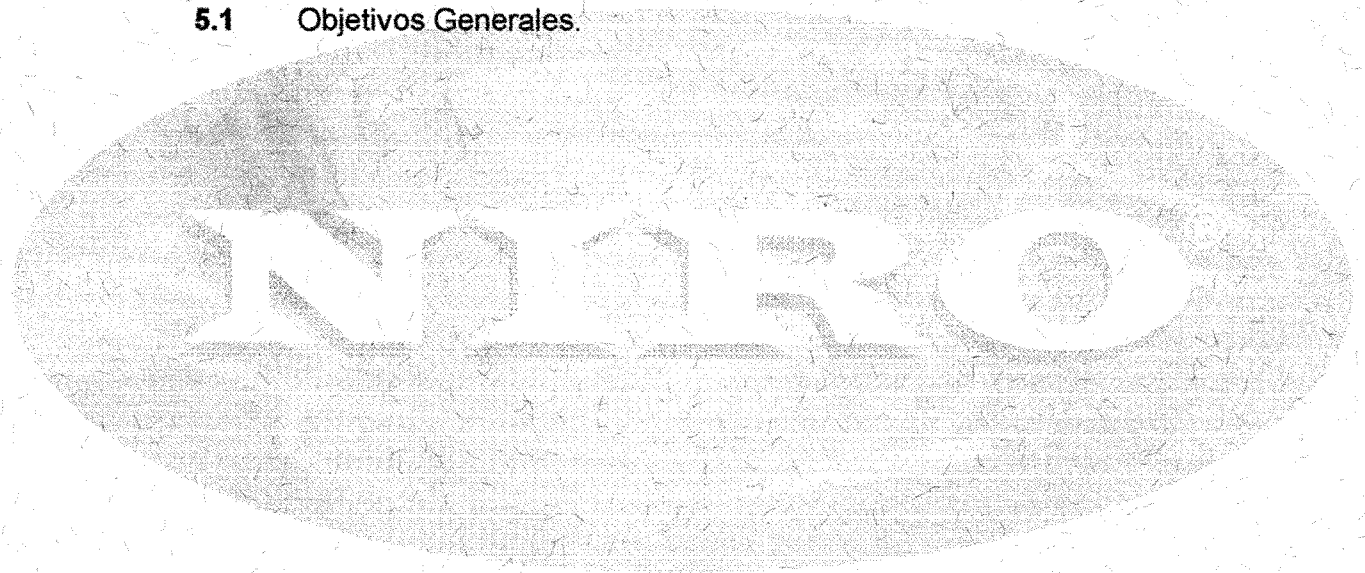
4.10 Marco legal.

ANEXOS

V. FINANZAS.

5. Definición.

5.1 Objetivos Generales.



INTRODUCCIÓN.

La formación de una empresa como tal no es tarea fácil se deben tener en cuenta muchos factores los cuales permiten analizar el mercado en el cual se va a incursionar, a través de cada paso a seguir correctamente en el Programa Emprendedor se da una muestra de cómo será todo el proceso de la elaboración, ejecución, elaboración, introducción y por último la finalización del producto o servicio el cual saldrá al mercado.

Todo esto es para que se tenga ÉXITO en el desarrollo de cada proyecto y que se vea que en verdad existe una rentabilidad real, además de ser viable al momento de llevarlo a cabo, demostrando así que verdaderamente si se puede formar empresa en el país a pesar de todos los inconvenientes externos ya sean que nos afecten directa o indirectamente a cada uno de nosotros.

El desarrollo de este proyecto ha dejado diferentes enseñanzas desde la parte inicial, pasando por todo el proceso de elaboración y formación de la empresa, hasta llegar a su culminación.

Al momento de formar, diseñar, crear un producto o servicio, es necesario tener la disposición, las ganas para sacar a delante la idea, el aporte de cada persona del grupo de trabajo el cual de estar siempre unido para un buen desarrollo en todo el proceso.

I. NATURALEZA DEL PROYECTO.

1. INTRODUCCIÓN.

1.1 GENERACION DE LA IDEA.

PRODUCTO O SERVICIO	CARACTERISTICAS	NECESIDAD O PROBLEMA QUE SATISFACE
1. Lavado de autos puerta a puerta	Equipo de lavado de autos a domicilio.	Evitar llevar el carro hasta el sitio de lavado. No existe en el mercado.
2. Enciclopedia interactiva	Permite al usuario interactuar con la información.	Conocer u aprender mas acerca de un tema especifico.
3. Pantallas de información	Facilidades para el turista de reservar hotel, hasta el mismo día de arribo.	No existe en los terminales de las principales ciudades del país.
4. Agencia dedicada al turismo histórico	Conocimiento, cultura y esparcimiento	Necesidad de viajar a sitios diferentes
5. Sellos para documentos	Sellos de seguridad, para la documentación importante	Los que existen en el mercado no son seguros.
6. Agencia dedicada al turismo de ferias y fiestas	Viajes claves a sitios feriales del país	Viaje económico y enriquecedor
7. Turismo para niños	Diversión, conocimiento y descanso para los pequeños	Un viaje educativo y divertido
8. Multi-Detergente	Limpiador en crema para diferentes superficies	Quita manchas instantáneo muy practico.
9. Practica cartera con luz	Alumbrado automático en el interior de la cartera	No existe en el mercado.
10. Servi-car.	Automóvil de turismo con bar incluido	Mayor comodidad para los pasajeros
11. Bebida energética	Multi-vitamínico e hidratante	Hidrata y proporciona vitaminas
12. Agencia de eventos extremos	Se especializa en todo tipo de actividades de alto riesgo	Lugar de información exacta sobre estas actividades

1.2 EVALUACION DE LA IDEA.

CRITERIOS IDEAS	NIVEL DE INOVACION	MERCADO POTENCIAL	CONOCIMIENTO TECNICO	REQUERIMIENTO DE CAPITAL	TOTAL
1.Lavado de autos puerta a puerta.	4	2	3	3	12
2.Enciclopedia interactiva	4	3	2	1	10
3.Pantallas de información	2	3	3	2	10
4.Agencia dedicada al turismo histórico	3	2	3	2	10
5.Sellos para documentos	2	2	3	2	9
6. Agencia dedicada al turismo de ferias y fiestas	2	3	3	4	12
7.Turismo para niños	1	2	3	2	8
8.Multi-Detergente	3	4	3	3	13
9.Practica cartera con luz	4	3	4	4	15
10.Servi-car.	3	2	2	1	8
11.Bebida energética	2	3	3	4	12
12.Agencia de eventos extremos	2	3	3	2	10

1.3 DESCRIPCION DE LA IDEA.

El producto es una cartera con luz interna el cual esta elaborado con materiales de cuero de alta calidad que satisfacen las tendencias actuales que existen en el mercado dirigido a la vida moderna, descomplicada y casual. Esta luz proviene de la parte lateral del bolso con un interruptor el cual le permite a la dueña dar uso de la luz cuando lo necesite o crea más conveniente, este sistema eléctrico esta protegido para que al momento de algún golpe no se dañe, ni afecte su sistema eléctrico, aparte de esto cuenta también con la posibilidad de cambiar las baterías que proporcionan energía para el sistema de alumbrado, para el buen funcionamiento y duración de **LIGHT BAG**. Manejando un estilo moderno que lo hace diferente a los productos que están en el mercado, y prestando un excelente servicio para todas la personas que lo utilicen.

1.4 JUSTIFICACION.

Desde los inicios de la creación de los bolsos para las mujeres han surgido diferentes tipos y estilos según los gustos de cada cual y lo más importante de las necesidades para la cual se piense utilizar, algunos se utilizan solo para fiestas, reuniones de trabajo, llevar cosméticos, para viajes etc.

Con una característica que siempre tendrán todos los bolsos del mundo, al ser oscuro en su interior, desorganizados y que representan un verdadero desafío para sus dueñas a la hora de encontrar las tarjetas, la pestañina, el lápiz labial, las llaves, los esmaltes etc.

Observando esta necesidad decidimos crear un bolso que no sea igual a todos los demás y que proporcione ayuda a la hora de encontrar todas las pertenencias que están dentro del bolso, **LIGHT BAG** es una cartera de alta calidad por su mano-factura y cuero, con un valor agregado como lo es la luz que sale desde su interior, correcto la **LUZ** que pertenece a la cartera como un accesorio mas en la misma.

1.5 NOMBRE DE LA EMPRESA.

ATRIBUTO // NOMBRE	DESCRIP TIVO	ORIGINAL	ATRACTI VO	CLARO	SIGNIFICA TIVO	AGRADA BLE	TOTAL
ORION	2	3	3	4	2	4	18
NIRO	4	3	4	3	3	3	20
FACTORY	3	2	4	3	2	4	18
REDBAG	3	2	3	3	3	3	17

Nombre seleccionado: **BOLSOS NIRON.**

1.6 DESCRIPCION DE LA EMPRESA.

BOLSOS NIRO, Será una empresa de tipo manufacturero, la cual se encuentra ubicada en la Calle 17 Sur No. 21^a - 77, específicamente en la zona industrial del barrio Restrepo donde se encuentran desde fabricas de calzado, bolsos, billeteras y todo lo que tiene que ver con la marroquinería, almacenes especializados en la venta de insumos para la fabricación de todo tipo de

productos en cuero, bodegas de almacenamiento para todos los proveedores de las diferentes empresas entre otros.

Especializados en todo lo que tiene que ver con el gremio del cuero en Bogotá, la empresa como tal forma parte de la industria de cueros, también nuestra empresa hace parte de la tecnología y la electrónica; visto debemos utilizar varios sistemas de electricidad para desarrollar el sistema para las carteras, enfocándonos dentro del área de la elaboración de carteras para dama.

1.7 MISION.

BOLSOS NIRO, ofrecer un producto de calidad creando una satisfacción a todos nuestros clientes, para lograr la lealtad de los mismos, buscando siempre ser líderes en la innovación del mercado de los cueros.

1.8 VENTAJAS COMPETITIVAS.

- La tecnología
- Exclusividad
- Novedad
- Moda
- Producto netamente Colombiano
- De un bajo costo en el mercado
- Practicidad
- Comodidad

1.9 ANALISIS DE LA INDUSTRIA.

Teniendo en cuenta el gran mercado que se mueve a nivel nacional e internacional en la industria del cuero, hablando a nivel general incluyendo todos los productos fabricados por las mismas empresas; se encontraron varios estilos de bolsos de diferentes tamaños, colores, estilos con materiales de toda clase en Jean, sintéticos, cueros, bambú y demás variaciones que se tiene en el mercado de los bolsos para dama. Siendo la más reciente innovación vista una la manufactura de la marroquinería y la tecnología.

1.10 CALIFICACIONES PARA ENTRAR AL AREA.

El grupo de trabajo para el desarrollo de este proyecto de bolsos con luz incorporada en su interior cuenta con cuatro (4) estudiantes de Adm. de Aerolíneas y Agencias de Viajes con los conocimientos administrativos en la formación de empresas , un ingeniero electrónico con amplios conocimientos en el desarrollo sistemas eléctricos, destacando la innovación de todos los materiales a utilizar por el mismo.

ÁREAS	1	2	3	4	5
MERCADEO				X	
PUBLICIDAD			X		
ADMINISTRACION				X	
FINANZAS			X		
CALIDAD			X		

1.11 APOYOS.

➤ CONTADOR

Dr. Moises Andres Arguello.
Independiente

➤ ABOGADO

Dr. Maria Elena Hurtado
Independiente

➤ INGENIERO ELECTRONICO

Marlon Andre Navarro Álvarez
Estudiante.

➤ DISEÑADOR GRAFICO

Juan Carlos Gutiérrez
Empresario

➤ EMPRESARIO INDUSTRIAL

Jhon Jairo Martínez
Gerente

2 MERCADEO.

Se encarga del proceso de planear las actividades de la empresa en relación con el precio, la promoción, distribución y venta de bienes y servicios de la misma, con base en las preferencias del consumidor, de forma tal, que permitan crear un intercambio de empresa y consumidor, que satisfaga los objetivos de los clientes y de la propia organización.

Teniendo en cuenta que es un producto innovador se hace necesario realizar una investigación de mercados, donde se evalúa el concepto del producto en los posibles compradores.

2.1 OBJETIVOS DE LA MERCADOTECNIA.

Corto Plazo (1 año): Nuestro producto busca tener un reconocimiento dentro del mercado de los bolsos a nivel local es decir dentro de la ciudad de Bogotá, obteniendo unas ventas de 300 unidades al mes.

Mediano Plazo (2 año): Llegar a ofrecer nuestro producto en almacenes de cadena y tiendas especializadas donde se obtenga un incremento de ventas superior a 330 unidades al mes.

Largo Plazo (3 años): Permanecer en el mercado con un alto reconocimiento y tener ubicado nuestro producto en las principales ciudades del país, sin dejar serradas las puertas de los mercados potenciales en el exterior con ventas de 370 unidades al mes.

2.2 INVESTIGACION DE MERCADO

Las decisiones que se toman en el área de mercadotecnia, y en otras áreas de la empresa, deben buscar la satisfacción del cliente del mismo mercado, para esto es necesario conocer las necesidades del mismo y como puede satisfacerse. Para todo esto se debe realizar un estudio de mercados, el cual proporciona información clave y valiosa para la misma.

2.2.1 TAMAÑO DEL MERCADO: Busca establecer de manera objetiva y con base en información de fuentes confiables, cuantos posibles clientes puede tener la empresa, donde están y quienes son, para ello se requiere obtener algunos detalles de los futuros clientes.

SEGMENTACION DEL MERCADO

Segmentación Psicográfica: El producto esta dirigido a mujeres que se caracterizan por llevar un nivel de vida moderna y actual, donde normalmente trabajan, estudian y además se adaptan fácilmente a los cambios que ofrece la tecnología y que les gusta ir a la vanguardia. Son innovadoras, practicas y descomplicadas.

Segmentación Geográfica: Inicialmente los esfuerzos estarán enfocados a darnos a conocer en la ciudad de Bogotá teniendo en cuenta, que esta ciudad dividida en estratos socioeconómicos, tomaremos como nuestro nicho de mercado los estratos 4,5 y 6.

Segmentación Demográfica: Esta dirigida a las personas pertenecientes a los estratos 4,5 y 6; Según el censo realizado por el **DANE** en el año 94 y proyectado al 2004, aproximadamente nos da una población de 8.543.221 personas las cuales están representadas en 5.711.475 mujeres.

Además el perfil de cada consumidor esta representado por mujeres dinámicas, con alto poder adquisitivo que normalmente distribuyan su tiempo en actividades de oficina, estudio entre otras.

2.3 ESTUDIO DE MERCADO

2.3.1 OBJETIVO DE MERCADO

Al haber realizado las diferentes investigaciones del mercado de la marroquinería, mirando los diferentes productos que existen, mirando los estilos, formas y demás; se observa que los bolsos con luz incorporada es atractivo para las personas, que el producto en si satisface varias necesidades dentro del nicho de mercado de los bolsos con la innovación ya mencionada, la satisfacción del la necesidad, deseo y la solución de un problema.

Satisfacción de una Necesidad: El bolso con luz es un producto de uso diario para las actividades de cualquier mujer en especial en lugares oscuros o en horas de la noche, sin contar lo practico del mismo.

Segmentación Demográfica: Esta dirigida a las personas pertenecientes a los estratos 4,5 y 6; Según el censo realizado por el **DANE** en el año 94 y proyectado al 2004, aproximadamente nos da una población de 8.543.221 personas las cuales están representadas en 5.711.475 mujeres.

Además el perfil de cada consumidor esta representado por mujeres dinámicas, con alto poder adquisitivo que normalmente distribuyan su tiempo en actividades de oficina, estudio entre otras.

2.3 ESTUDIO DE MERCADO

2.3.1 OBJETIVO DE MERCADO

Al haber realizado las diferentes investigaciones del mercado de la marroquinería, mirando los diferentes productos que existen, mirando los estilos, formas y demás; se observa que los bolsos con luz incorporada es atractivo para las personas, que el producto en si satisface varias necesidades dentro del nicho de mercado de los bolsos con la innovación ya mencionada, la satisfacción de la necesidad, deseo y la solución de un problema.

Satisfacción de una Necesidad: El bolso con luz es un producto de uso diario para las actividades de cualquier mujer en especial en lugares oscuros o en horas de la noche, sin contar lo practico del mismo.

Satisfacción de un Deseo: Satisface el deseo para poder sobresalir entres las demás mujeres e impactar en la sociedad que la rodea como tal, obteniendo una aceptación dentro del genero de las mujeres actuales y sofisticadas.

Solución de un Problema: Facilita la búsqueda de los diferentes objetos personales que se encuentra ubicados dentro del bolso como lo son llaves, lápiz labial entre otros.

La información que se desea obtener a través del estudio del mercado es:

- Conocer la aceptación del producto en el mercado.
- Identificar que características prefieren (diseño, color , material etc).
- Investigar con que frecuencia usaran el bolso, nuestros posibles clientes.
- Cuanto están dispuesto a pagar por cada bolso.
- Conocer en que lugar les gustaría encontrarlo.

2.3.2 ENCUESTA TIPO



ENCUESTA

Somos estudiantes de la corporación universitaria Unitec, de VI semestre de Administración de aerolíneas y agencias de viajes. Estamos adelantando una investigación para evaluar el impacto que podría tener un nuevo producto en el mercado llamado BOLSOS NIRO. Por lo anterior solicitamos su colaboración respondiendo las siguientes preguntas.

SEÑALE LA RESPUESTA EN LA CASILLA CORRESPONDIENTE

Nombre
Rango de edad

A.	18-25 años	B.	26-32
C.	33 años y mas		

Sexo

A.	F	B.	M
----	---	----	---

1. ¿Con que frecuencia a utiliza usted bolsos?

a.	Siempre
b.	En ocasiones
c.	Rara vez

2. ¿En que lugares acostumbra a comprarlos?

a.	Centros comerciales
b.	Boutiques
c.	Almacenes especializados
d.	Venta ambulante
e.	Otro cual?

3. ¿Qué es lo que mas le llama la atención de un bolsos?

a.	Diseño
b.	Color
c.	Material
d.	Otro cual?

4. ¿Qué tonalidad prefiere sus bolso(s)?

a.	Oscuro
b.	Claros
c.	fuertes

5. ¿Qué tipo de material prefiere para sus bolso(s)?

a.	Cuero
b.	Micro fibra
c.	Charol
d.	Cuerina
e.	Otro cual?

6. ¿Conoce usted alguna tienda de bolsos colombiana?

a.	Si
b.	No
c.	Cual?

7. ¿Ha tenido alguna vez algún inconveniente para encontrar algún objeto dentro de su bolso por falta de luz?

a.	Si
b.	No

8. ¿Ha escuchado o ha visto en el mercado un bolso que tenga luz al interior?

a.	Si
b.	No

9. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar, teniendo en cuenta lo que este bolso proporciona?

a.	150.000 – 250.000
b.	251.001 – 350.000
c.	351.001 – en adelante

10. ¿Qué frase describiría mejor su intención de compra?

a.	Definitivamente lo compraría
b.	Podría comprarlo o no
c.	Definitivamente no lo compraría

MUCHAS GRACIAS

2.3.3 APLICACIÓN DE ENCUESTA

Toda la información obtendrán mediante entrevistas personales en Centros Comerciales, Universidades, Oficinas entre otros.

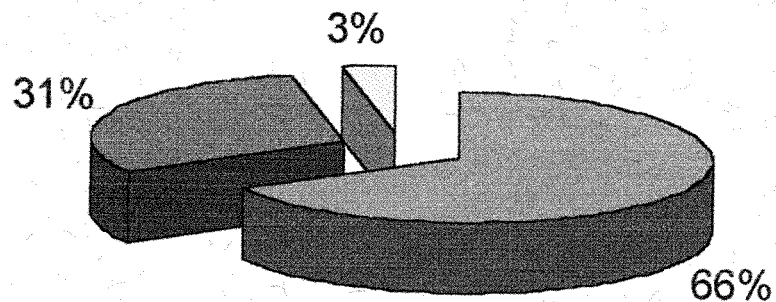
A mujeres entre un rango de edad entre los 18 y los 33 años y más, entre el 28 de febrero y el 13 de marzo del 2004.

El numero de encuestas aplicar será de 400, donde nos cubre gran parte del mercado potencial a grandes rasgos, donde las encuestas serán dirigidas a mujeres, los encuestadores serán los integrantes del grupo.

2.3.4 RESULTADOS OBTENIDOS

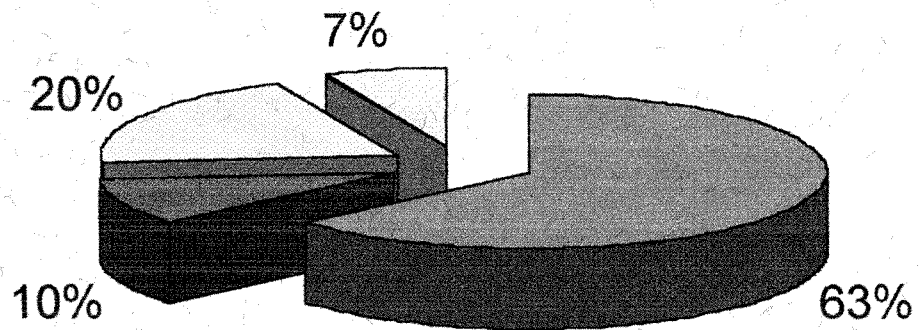
1. ¿Con que frecuencia a utilizado usted bolsos ?

A. siempre:	264
B. en ocasiones:	123
C. rara vez:	13



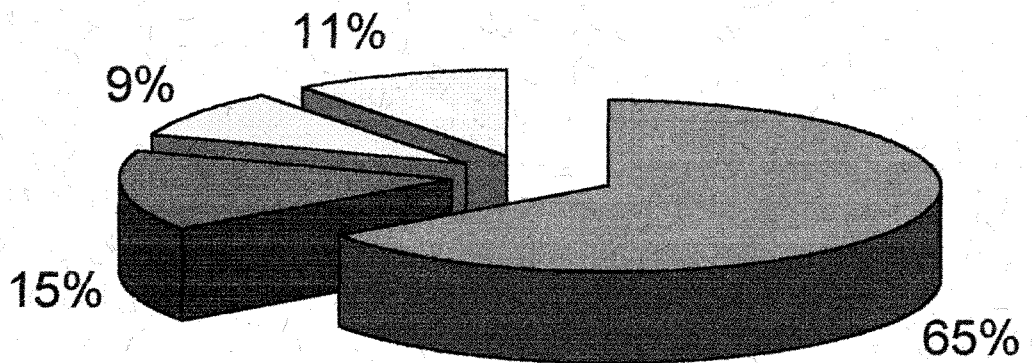
2. ¿En que lugares acostumbra ha comprarlos ?

A. Centros Comerciales:	254
B. Boutiques:	39
C. Almacenes Especializados:	80
D. Venta Ambulante:	27



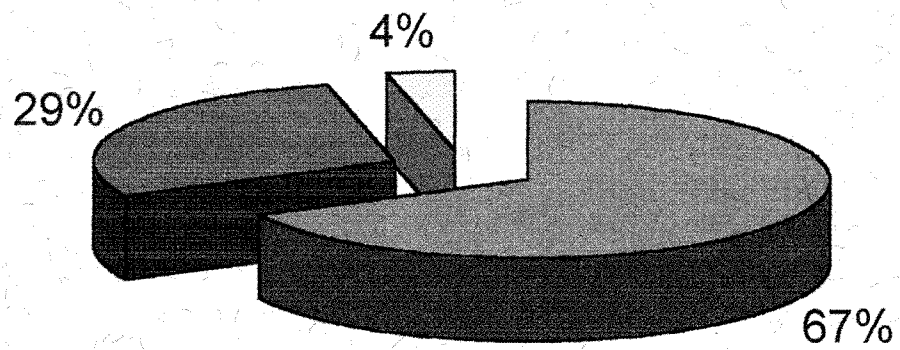
3. ¿ Que es lo que mas le llama la atención de un bolso ?

A. Diseño:	260
B. Color:	61
C. Material	37
D. Otros:	42



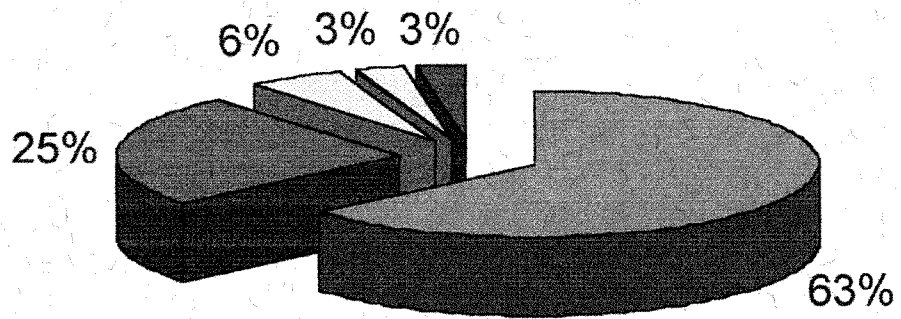
4. ¿ Que tonalidad prefiere sus bolso(s) ?

A. Oscuro:	270
B. Claros:	116
C. Fuertes:	14



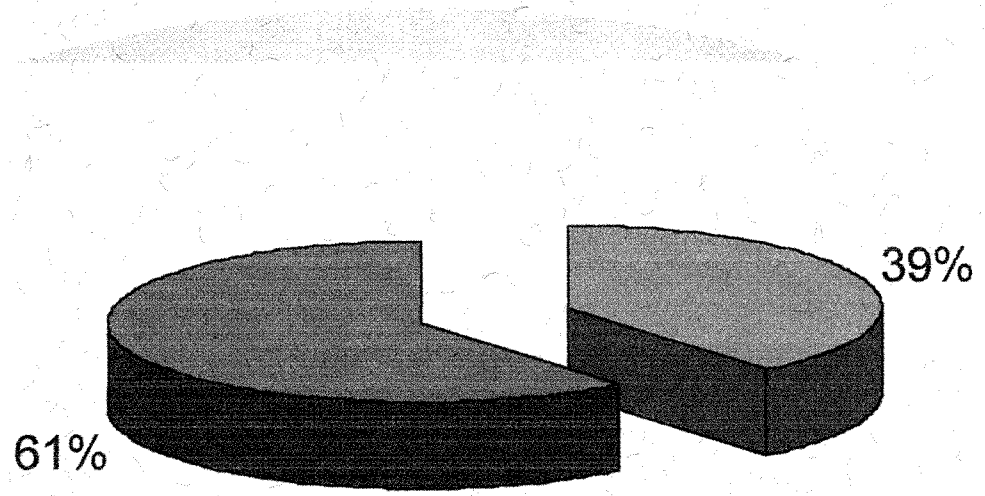
5. ¿ Que tipo de material prefiere para sus bolso(s) ?

A. Cuero:	256
B. Micro Fibra:	99
C. Charol:	23
D. Cuerina:	11
E. Otros:	11



6. ¿ Conoce usted alguna tienda de bolsos colombiana ?

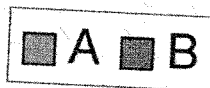
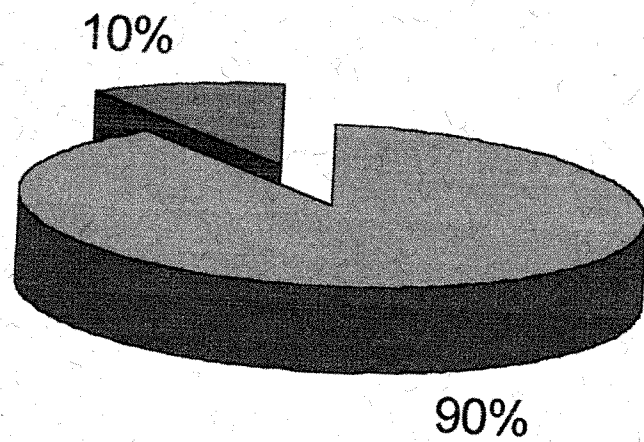
A. Si: 157
B. No: 243



■ A ■ B

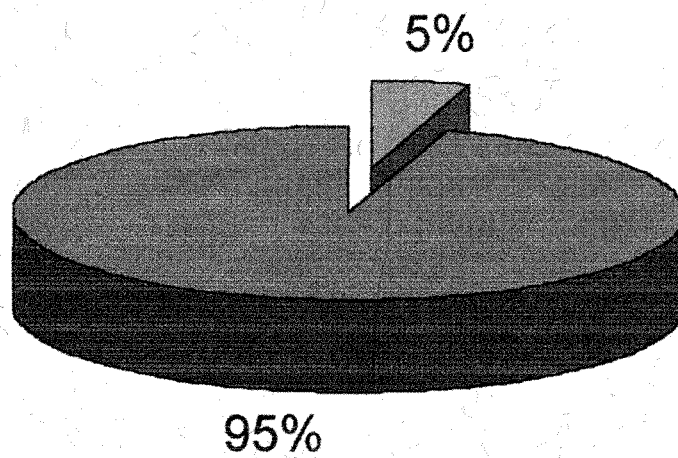
7. ¿ Ha tenido alguna vez algún inconveniente para encontrar algún objeto dentro de su bolso por falta de luz ?

A. Si: 359
B. No: 41



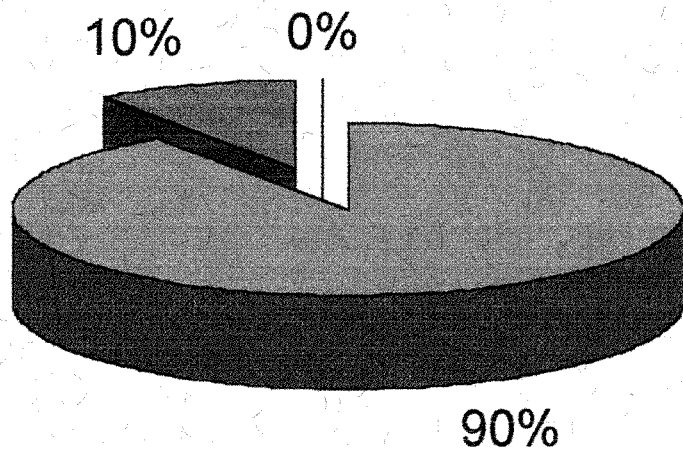
8. ¿ Ha escuchado o ha visto en el mercado un bolso que tenga luz al interior ?

A. Si:	19
B. No:	381



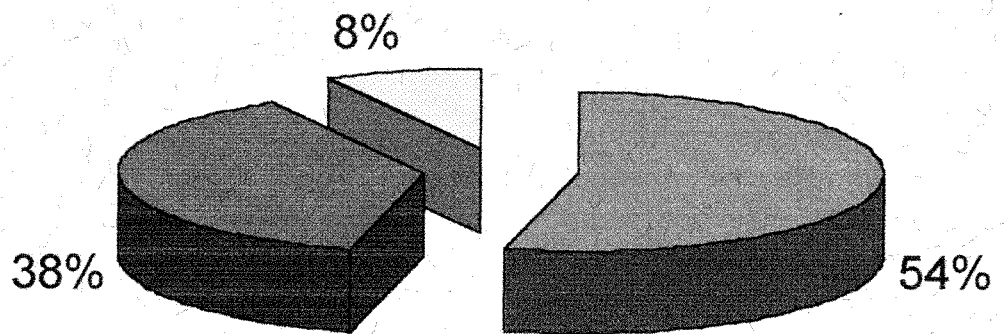
9. ¿ Que precio estaría a pagar, teniendo en cuenta lo que este bolso proporciona ?

- | | |
|---------------------------|-----|
| A. 150.000 – 250.000 : | 361 |
| B. 251.001 – 350.000: | 39 |
| C. 351.001 – en adelante: | 0 |



10. ¿ Que frase describiría mejor su intención de compra ?

A. Definitivamente lo compraría:	215
B. Podría comprarlo o no:	152
C. Definitivamente no lo compraría:	33



2.3.5 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

Con base en los resultados obtenidos hemos visto que la mayoría de las mujeres les gusta usar bolsos en el transcurso de las actividades diarias fuera de casa, que prefieren los bolsos elaborados en cuero, de colores preferiblemente oscuros, las mujeres buscan encontrar en el mercado de los bolsos que sean prácticos, cómodos y elegantes

Los cuales puedan servir para cualquier tipo de evento ya sea formal o no formal. Las mujeres encuestadas estarían dispuestas a pagar entre \$150.000 y \$250.000 por cada bolso. La adquisición del producto la preferirían en los Centros Comerciales y almacenes especiales a su conveniencia. Con base en la encuesta se pudo analizar que al ingresar a la industria del cuero un producto de tal innovación obtendrá una gran acogida entre las mujeres.

2.4 DISTRIBUCIÓN Y PUNTOS DE VENTA

El manejo que le daremos a nuestro producto en la parte de distribución será de manera directa hacia el consumidor final, consideramos que es el mejor método para llegar a reducir costos de distribución sin necesidad de llegar a manejar diferentes intermediarios, o tener que realizar algún tipo de alquiler de vehículos, contratación de conductor y ayudante, costos de mantenimiento de este; donde se pueda perder un control directo con el producto, con las políticas de precio, calidad del producto con base a los deseos del cliente.

Así mismos no perder un contacto directo con el consumidor final para poder atender todas sus inquietudes y sugerencia con respecto a nuestro producto. Nuestro producto será ubicado puntos estratégicos; estos puntos de venta estarán en áreas comerciales.

La manera en la que se distribuirá el producto será gracias a que el padre de uno de los integrantes del grupo, nos colaborara prestándonos una camioneta en días específicos para realizar el despacho de los diferentes pedidos solicitados por cada uno de los puntos de ventas, y gracias a esto la reducción de costos es muy grande, visto solo exigen el pago del consumo del combustible.

2.5 PROMOCION DEL PRODUCTO

2.5.1 PUBLICIDAD

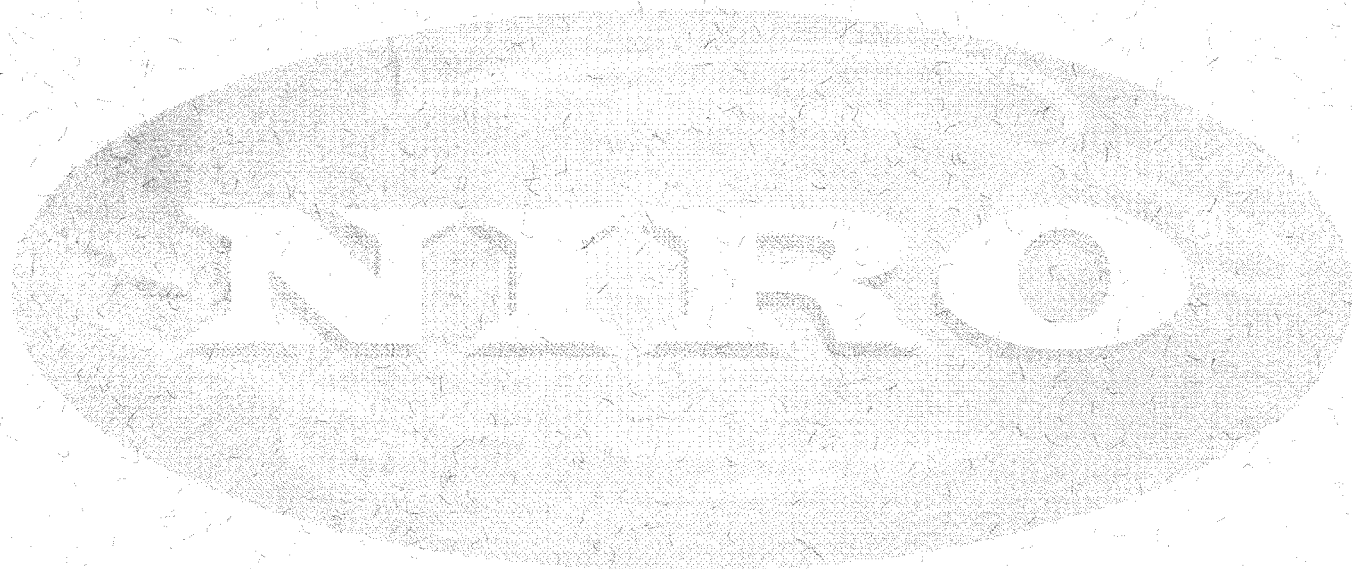
La publicidad que manejara bolsos NIRO inicialmente para tener un reconocimiento del producto **LIGHT BAG** como tal serán:

- Avisos publicitarios en el periódico EL TIEMPO .
- Volantes llamativos.
- Afiches

Toda la publicidad que se manejara será una agresiva para poder llegarle a todas las personas posibles, en todo el manejo publicitario se hará alusión a la calidad del cuero, su sofisticado modelo e innovación del producto.

Escogimos el periódico EL TIEMPO para publicar nuestro aviso, teniendo en cuenta el reconocimiento que tiene este entre la población Colombiana y la cantidad de gente que lo adquiere, así podemos llegar a muchas personas a la vez un solo día a nivel nacional, todo esto justifica la inversión del aviso publicitario.

Otro de los medio a utilizar son los volantes; fueron escogidos teniendo en cuenta que es uno de los medios mas eficaces para llegar al publico a través del cual se ofrece una mejor información acerca del producto y a un menor costo.



• AVISO PUBLICITARIO EN EL TIEMPO

LIGHT BAG

Bolso en cuero, elegante, con luz interior



Av. 15 No. 123-54
Tels.: 436 5284 - 445 6259

50% de descuento
los dos
primeros días.

- VOLANTE



LIGHT BAG


Bolso en cuero,
elegante, con luz interior

50% de descuento
los dos
primeros días.

NUNERO


Av. 15 No. 123-54
Tels. 436 5284 - 445 6258

- AFICHE



**LIGHT
BAG**

Bolso en cuero,
elegante,
con luz interior.



Av. 15 No. 123-54
Tels.: 436 5284 - 445 6259

- **PRESUPUESTO PARA LA PUBLICIDAD**

En cuanto a el presupuesto de publicidad tenemos:

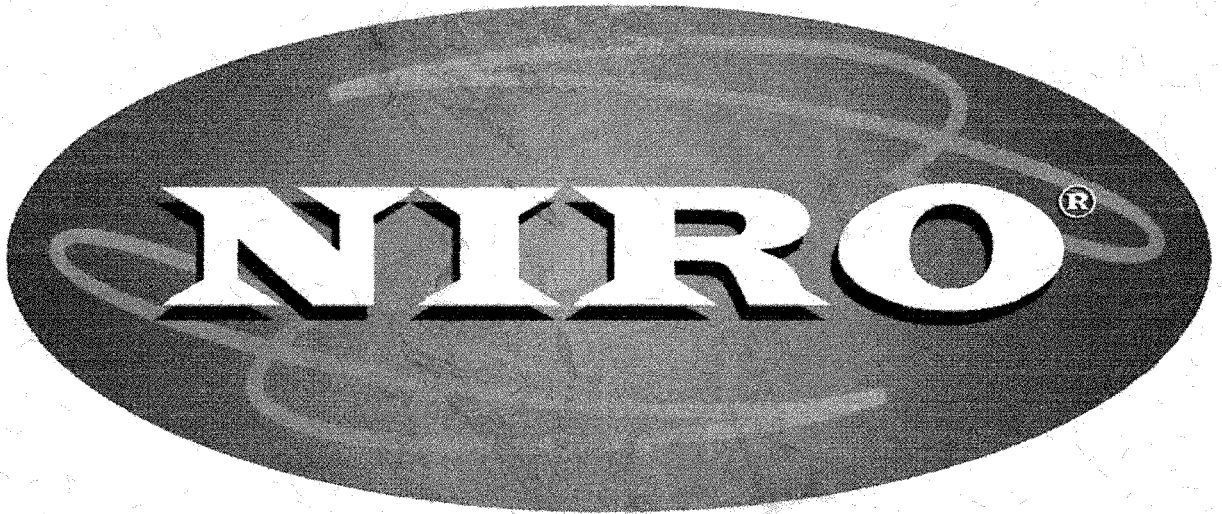
\$ 50.000	para la impresión de 1.000 volantes.
\$ 650.000	para la impresión de 50 afiches
\$ 6.100.000	para avisos publicitarios en EL TIEMPO.

Esto hace un total de \$ 6.800.000 en gastos de publicidad, propaganda y otros

2.5.2 PROMOCION EN VENTAS


La promoción que se realizara dentro de la empresa NIRO Ltda. Inicialmente no será ninguna, después de haber pasado un tiempo provisional y que se observe que el producto si tiene un posicionamiento dentro del mercado de los cueros y todo lo que tiene que ver con la marroquinería. Sea pensado que al momento de sacar al mercado un promoción se buscara que en l dos (2) días todas las personas tengan un descuento del 15% sobre el valor de la compra.

2.5.3 MARCAS



Este es el logotipo seleccionado para la empresa de bolsos NIRO Ltda.; donde todo producto elaborado por nuestras fabricas tendrá en alto relieve impresa la imagen de la misma y poder tener éxito en el reconocimiento en todos que realice NIRO Ltda.

2.5.4 ETIQUETAS

LIGHT BAG Bolso en cuero, elegante con luz interior	
RECOMENDACIONES <ul style="list-style-type: none">● No usar detergentes ni blanqueadores● No usar esponjas fuertes● Limpie con un paño húmedo si es necesario	<ul style="list-style-type: none">● Sacar pronto los artículos mojados● Evitar el contacto con gasolina o grasa● No lavar en máquina <p>PRODUCTO HECHO EN COLOMBIA</p>
 <p>NIRO</p> <p>MARROQUINERIA</p> <p>CLL 17S 21-77 B RESTREPO</p>	LIGHT BAG

2.5.5 EMPAQUE



2.6 FIJACION Y POLÍTICAS DE PRECIO

Para la entrega de la fijación de precios se debe tener una percepción de lo que aproximadamente se puede llegar a necesitar para poder elaborar el producto elegido; estableciendo una aproximación tentativa de los precios de cada uno de los valores, y dando a conocer los costos fijos y los costos variables que se tendrán dentro de la empresa.

Costos Variables = CV (materia prima por unidad de producto, costos de fabricación, etcétera).

Costos Variables por unidades (1)

Cuero Davincci	\$ 27.8400.
Seda Impermeable	\$ 640.
Cremalleras EKA	\$ 520.
Hilo	\$ 250.
Broche imanado	\$ 180.
Lamina de Cobre	\$ 3.000.
Led Blanco	\$ 5.000.
Pilas	\$ 19.500.

TOTAL \$ 66.930.

$66.930 * 300 \text{ unidades / mes} = 20.079.000 * 12 \text{ meses} = 240.948.000$

.....TOTAL. = 240.948.000

Costos Fijos = CF (gastos de oficina, gastos administrativos y todos aquellos que no se puedan asociar directamente a la fabricación de cada unidad de producto o presentación de servicios de la empresa).

Costos Fijos Mensuales

Arrendamientos	\$ 27.600.000
Sueldos de Administración	\$ 30.000.000
Gastos de Administración	\$ 9.480.000
Sueldos de Ventas	\$ 8.592.000
Publicidad, Propaganda	\$ 6.800.000
EPS, ARP, etcétera	\$ 22.144.176

TOTAL \$ 104.616.146

Políticas de Precio :

- En el corto plazo no se piensa pagar comisión por venta, ya que cada vendedora tiene su sueldo fijos ya establecido
- No se dará crédito bajo ninguna circunstancia, para los clientes
- Los descuentos se darán según la temporada establecida previamente por los directivos y socios
- Se entregara bonos de compra, para cada cliente.

2.7 PLAN DE INTRODUCCIÓN DEL MERCADO

La introducción de nuestro producto al mercado, como ya hemos dicho anteriormente, se realizará en local ubicado estratégicamente en frente del Centro Comercial Unicentro en la **Calle 125 No. 14ª - 50**, porque fue ahí donde realizamos los estudios de mercado,

Además lanzar el producto no implica un alto riesgo, ya que según las encuestas , habrá una buena demanda. También creemos pertinente que en un año, la empresa estará en capacidad de abrir dos puntos de venta. Mas adelante , si nuestro producto logra una aceptación significativa, podremos ampliar nuestra línea de productos, nuevos diseños , materiales ,sin dejar de lado el valor agregado.

También contaremos con cliente fijo el cual no realiza pedidos mensuales recogiendo directamente en la fabrica, donde el lo distribuye por todo el eje cafetero del país. Con el tiempo se realizara una promoción la cual consiste en llevar el producto personalmente a los encargos de nuestros puntos de venta, para que lo conozcan, iniciando así su comercialización y posterior venta. En cuanto a la publicidad, vamos a utilizar medios impresos como la repartición de volantes en los centros comerciales ya mencionados y en lugares mas frecuentados por personas de un nivel socioeconómico alto.

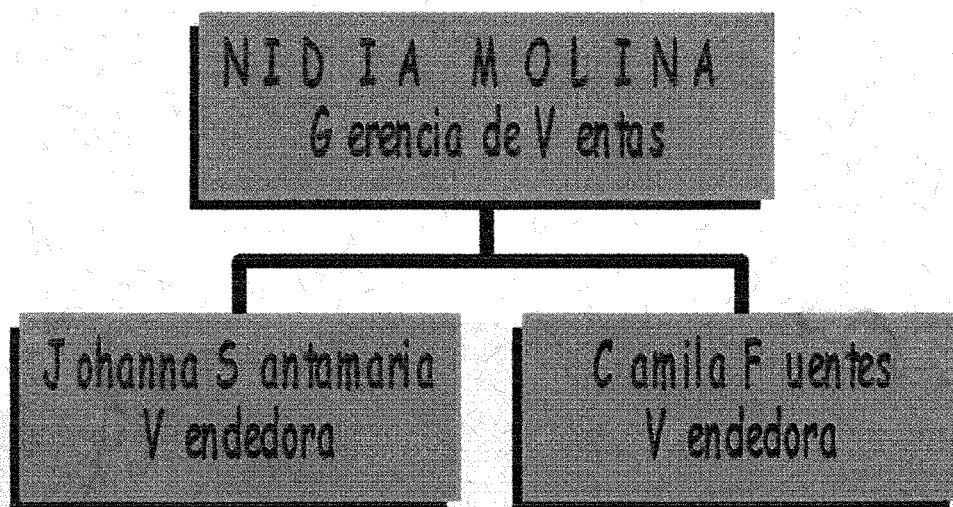
Otros medios de utilizar son los periódicos , se encontrara en periódicos como ELTIEMPO ,sección BOGOTA, los días sábados durante dos meses, ya que inicialmente nuestro mercado inicialmente esta dirigido a esta ciudad. Respecto al presupuesto , el costo de la publicidad asciende a \$ 6.800.000 en cuanto a la promoción, se estima que esta se ofrecerá por un periodo de dos días , con el 30% de descuento en nuestros puntos de venta. El precio del producto será de \$150.000 al consumidor final.

2.8 RIESGOS Y OPORTUNIDADES DEL MERCADO

RIESGOS	ACCIONES A REALIZAR
1. Que el producto no pueda desplazar otras marcas que ya están en el mercado.	1. Diseñar y desarrollar campañas promocionales y de tipo informativo.
2. Que las encuestas no hayan sido representativas.	2. Aplicar una segunda encuesta.
3. Que la información manejada no sea 100% confiable debido a que no se haya respondido a conciencia (encuesta).	3. Diseñar de forma adecuada la encuesta, de manera que las preguntas sean directas y no requieran mucho tiempo.
4. Que una empresa de marroquinería bien establecida se robe la idea y lance el producto en grande.	4. Desarrollar campañas tendientes a fomentar lealtad de marca y patentar el producto.
5. No tener la suficiente capacidad instalada para responder a una alta demanda del producto.	5. Tomar créditos a largo plazo.

OPORTUNIDADES	ACCIONES A IMPLEMENTAR
1. Es innovador (no existe en el mercado).	1. Dar a conocer esta ventaja a través de publicidad.
2. Es un producto de uso frecuente.	2. Aprovechar esta oportunidad para ingresar con fuerza en el mercado.
3. El producto se va a manejar en diferentes diseños y materiales.	3. Por introducción se maneja una sola línea de productos.
4. Tiene un valor agregado que no se encuentra actualmente en el mercado.	4. Resaltar esta característica.

2.9 SISTEMA Y PLAN DE VENTAS (ADMINISTRACIÓN)



- A las vendedoras no se les pagara ningún tipo de comisión por ventas visto tiene un sueldo fijo establecido
- Los bonos de compra establecidos para los clientes estarán dentro del 5 y 15 % .
- Descuentos para los clientes dentro del 20 % dentro de su compra inicial
- Cuando se determine en forma mas precisa los costos de producción y se elabore la evaluación financiera, se determinara el volumen real de ventas.

	Proporción Puntos de Venta de las Ventas	Ventas Mensuales (unidades)	Sueldo del Vendedor
Local Principal	30%	300	358.000

2. PRODUCCIÓN

2.1 OBJETIVOS DE LA PRODUCCIÓN.

Objetivos a corto plazo: Al iniciar labores en los primeros meses se elaboran como mínimo 15 bolsos diarios y se cortarán 10 moldes diarios hasta optimizar los procesos. Para un total de 300 bolsos terminados al mes y una producción de 3600 unidades al año. Elaborar un pronóstico y presupuestos de compras de acuerdo con las necesidades de producción.

Objetivos a mediano plazo: Las características del producto irán de acuerdo a las exigencias de las posibles clientes y se tomarán en cuenta los otros productores "competencia" pero sólo lo que concierne a la fabricación del bolso, ya que el valor agregado no tiene competencia en el momento.

Se espera un incremento de los niveles de producción a 3888 unidades de bolsos terminados al año, lo cual se producirán 324 bolsos al mes.

Objetivos a largo plazo: Se espera un incremento de la producción mensual a 363 unidades de bolsos terminados al mes, para un total de 4355 anual.

2.2 ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO.

Nuestra fabricación de bolso con luz interior será elaborada en:

- Cuero Davincci negro 58 decímetros con peso de 9 onzas
- Cremallera metálica de 25cms EKA número 5

- Seda impermeable 20cms
- Broche imanado (1)
- Hilo

CueroDavincci

Cuero Nana

Hilo

Cremallera

La iluminación electrónica del bolso:

- Lámina de cobre de 10x15cms
- Led chorro de luz blanca en plástico, cada uno con un diámetro de 5mm. Este dispositivo se alimentara con un voltaje de 5 voltios proporcionado por:
- 3 Pilas extraplanas redondas de un diámetro de 2cms cada una.
- Cable de teléfono

Lámina de cobre

Se va a empacar en una bolsa plástica transparente para protegerlo de cualquier imprevisto que afecte su calidad.

El bolso llevara su respectiva etiqueta con información completa del producto: (empresa productora, información completa sobre cuidados a tener)

la textura del bolso es suave y liviana. Teniendo en cuenta el sistema de alumbrado del bolso, este requiere de una garantía especial.

El sello se hará en alto relieve, este ira en la parte inferior derecha del bolso.

El bolso se elaborará en diferentes tamaños, diseños y materiales.

DURABILIDAD: Nuestros bolsos tienen larga duración ya que está elaborado en cuero Davincci de 9 onzas, y sus costuras están elaboradas en hilo de buena calidad. Permite el mantenimiento de la matriz de Led en caso de algún imprevisto .

USOS : Nuestro bolso está elaborado en cuero Davincci el cual es de muy buena presentación, el color negro, es apropiado para uso diario y se deja combinar fácilmente, además su iluminación interior es de color blanco el cual no pierde la elegancia que lo caracteriza .Estamos haciendo de la portadora de este una vida mas cómoda y moderna.

CARACTERÍSTICAS INTRÍNSECAS Y EXTRÍNSECAS

ETIQUETA

- No usar detergentes ni blanqueadores
- No usar esponjas fuertes
- Limpie con un paño húmedo si es necesario
- Sacar pronto los artículos mojados
- Evitar el contacto con gasolina o grasa
- No lavar en máquina

HECHO EN COLOMBIA

MARROQUINERIA NIRO CLL 17S 21-77 B. RESTREPO

2.3 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN.

la producción mensual de Marroquinería Niro, será de 300 unidades , esto debido que los días laborales serán de 5 días a la semana, la producción diaria será de 15 unidades de bolsos terminados; elaborándose 3 bolsos diarios por cada operario.

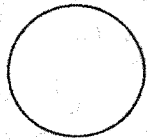
Tiempo requerido para la producción de (1) un bolso:

	<u>Tiempo en minutos</u>
1. selección del cuero y corte del mismo	20
2. desbastado del cuero	10
3. cortar el molde ya seleccionado	20
4. costura plana "cierre de fuelles" cremalleras, forro e implementación de matriz de Led	50
5. costura de cierre en maquina de codo derecho	25
6. plasmado de sello en alto relieve	05
7. etiquetado	15
8. terminación y empackado en bolsa transparente	10

tiempo total del proceso de elaboración 1 bolso: 155 (2 hr. 35 min.)

2.4 FLUJO-GRAMA DEL PROCESO.

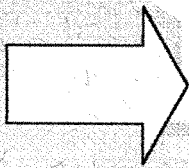
Para implementar el desarrollo del proceso productivo



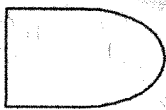
OPERACIÓN



INSPECCIÓN



TRANSPORTE



DEMORA



ALMACENAMIENTO

ACTIVIDAD**TIEMPO (minutos)**

a. inicio	0
b. limpiar sitio de trabajo	30
c. seleccionar cuero a utilizar	10
d. seleccionar hilos	05
e. corte de cuero (manual)	20
f. desbastado de cuero	10
g. armar trabajo en la mesa (moldes)	05
h. costura plana (cierre de cremallera, forro)	10
i. costura de cierre (cierre de fuelles) máquina de codo	15
j. implementación de sistema de iluminación	20
k. ensamble de cremalleras	10
l. plasmar sello en alto relieve	05
m. recoger producción del día	15
n. etiquetado	15
o. control de calidad	05
p. empacar	10

Tiempo total**175 min.**

a. 0 min.

b. 30 min.

c. 10 min.

d. 05 min.

e. 20 min.

f. 10 min.

g. 05 min.

h. 10 min.

i. 15 min.

j. 20 min.

k. 10 min.

l. 05 min.

m. 15 min.

n. 15 min.

o. 05 min.

p. 10 min.

Tiempo total

185 minutos (3 hr. 5 min.)

2.5 CARACTERÍSTICAS DE LA TECNOLOGÍA.

Marroquinería NIRO como microempresa manejará máquinas industriales de segunda mano, con las cuales se elaborarán nuestros bolsos.

Respecto a la parte electrónica del bolso, estaremos asistidos por el ingeniero electrónico el Ing. Marlon André Navarro, de quien obtendremos todo su apoyo.

Para la producción de los bolsos en cuero Davincci , se requiere una maquina devastadora, tres maquinas de costura plana, una maquina de codo derecho, una maquina estampadora, también se hará uso de un multímetro para medir voltaje "luz interior del bolso".

Se ofrecerán diferentes opciones de bolsos NIRO para nuestras clientas como: elaborado en cuero Davincci de colores negro, café, beige; se ofrecería también en cuero Napa de color negro y azul índigo.

Esto se lleva a cabo para contrarrestar el surgimiento de nuevos productos con similares características al nuestro.

2.6 EQUIPO E INSTALACIONES.

En nuestra industria se utilizarán los siguientes equipos:

Maquinaria

Muebles y encerados

Muebles y encerres	cantidad		valor
<u>Maquinaria</u>	<u>cantidad</u>	<u>marca</u>	<u>costo</u>
Máquina devastadora	1	fortuna italiana	1'200'000
Máquina de costura plana	3	singer	2'400'000
Máquina de codo derecho (costura)	1	paff	1'100'000
Máquina estampadora	1	oversen alemana	600'000
Máquina zigzadora	1	Elg	<u>500'000</u>

Total 5'800'000

Mesas	6		\$ 205'000
Sillas	4		\$ 42'000
Computador	1		\$ 1'200'000
Teléfono	2		\$ 180'000
Estante	2		\$ 370'000
Tijeras	5		\$ 53'700
sello en zinc alto relieve	1		\$ 15'000

Total 2'965'700

Los servicios : **para la producción de bolsos NIRO se requiere de energía eléctrica.**

instalaciones necesarias: para la producción se cuenta con un espacio de 100mts.² espacio suficiente para la magnitud de la empresa.

Mantenimiento: el mantenimiento del equipo se realizara de la siguiente manera:

- limpieza de las maquinas (1) una vez por semana
- limpieza de las mesas de corte 4 veces al día
- limpieza del piso de producción 3 veces al día

Materiales indirectos

Servicios públicos:

- Acueducto y alcantarillado
- Energía eléctrica
- Teléfono
- Impuesto predial
- Seguros
- Mantenimiento de maquinaria
- Depreciación de la maquinaria

La instalación cuenta con un área aproximada de 100mts.² siendo este el espacio suficiente para la producción de los bolsos.

El local para la comercialización del producto cuenta con un área de 4 x 5 mts².

2.7 MATERIA PRIMA.

2.7.1 NECESIDADES DE LA MATERIA PRIMA.

la materia prima necesaria para la para la producción de un bolso con las siguientes medidas: de ancho 30cmts, profundo / alto 18cmts, grosor 7cmts y 68cmts de correa.

Cantidad estimada para la producción por unidad:

<u>Descripción</u>	<u>cantidad</u>	<u>unidad medida</u>	<u>valor total</u>
Cuero Davincci	58	decímetros	27'840
Seda impermeable	20	centímetros	640
Cremallera EKA #5	25	centímetros	520
Hilo	1.58	metros	250
Broche imanado	01	unidad	180
Lámina de cobre	10x15	centímetros	3'000
Led blanco de chorro	25	unidades	15'000
Pila de 2.5 voltios extraplana	03	unidades	19'500

Total estimado por la producción de (1) bolso

66'930

2.7.2 IDENTIFICACIÓN DE PROVEEDORES Y COTIZACIÓN.

La materia prima es de proveedores nacionales, debido a que en Colombia se produce gran calidad de cuero e insumos para la marroquinería.

Nuestros proveedores se caracterizan por su cumplimiento, calidad, bajos costos y su localización esta cerca de nuestra punto de fabrica, lo cual nos facilita y baja costos al transportar la materia prima .

Algunos de nuestros proveedores:

<u>Materia prima</u>	<u>proveedor</u>
• Cuero Davincci	distribuidora de cueros ORION
• Cuero Napa	distribuidora de cueros San Benito Almacén Cueros del Restrepo Almacén de Curtiembres San Benito
• Seda impermeable	Herrajes la 18 Ltda. insumos para La marroquinería.
• Cremalleras	Herrajes y cremalleras para Marroquinería.
• Broche imanado	Herrajes del Sur
• Lamina de cobre	Tekcien Ltda.
• Pilas	Electro componentes Ltda.
• Led blanco de chorro	Electro componentes Ltda.
• Logo Etiqueta	Grafito Publicidad Publicidad Deimos s.a.

2.8 CAPACIDAD INSTALADA.

Marroquinería NIRO está en la capacidad de producción así:

<u>Periodo</u>	<u>cantidad de producto</u>
1 día	15 bolsos elaborados
1 semana	75 bolsos terminados
1 mes	300 bolsos terminados

2.9 MANEJO DE INVENTARIOS.

Marroquinería NIRO ha establecido como política de inventarios, manejar un volumen mediano de almacenamiento en cueros ya que esta materia prima requiere de un almacenamiento especial.

Sin embargo se opto por tener un almacenamiento de la demás materia prima necesaria para la producción de bolsos como son los herrajes.

La reserva equivalente a 1 mes de producción, es decir para 100 unidades.

El inventario del producto terminado se efectuara cada mes.

2.10 UBICACIÓN DE LA EMPRESA.

Nuestra empresa esta ubicada en el barrio El Restrepo en la calle 17 sur N° 21ª- 77. La ubicación seleccionada por la empresa, marroquinería NIRO fue escogida por ser una zona industrial y por su cercanía con los distribuidores de cuero del mismo barrio el Restrepo y la fácil adquisición de materia prima y la distribución del producto terminado.

Esta ubicación facilita el arribo de los operarios de la fabrica, los cuales fueron seleccionados teniendo en cuenta su lugar de domicilio.

2.11 MANO DE OBRA REQUERIDA.

Marroquinería NIRO cuenta con 5 operarios, cada uno se encarga del manejo de la maquinaria y el ensamble electrónico correspondiente.

Para la confección de los bolsos se requiere como habilidad del operario el manejo y conocimiento de la maquinaria utilizada en la empresa.

Estos operarios se dividen en turnos, 2 en horas de la mañana y 2 en horas de la tarde. Cada turno es de 5 horas.

El operador 1 se encarga de supervisar y dar apoyo a los demás operadores, dirigir el aseo y limpieza de los muebles utilizados durante la confección.

2.12 PROCEDIMIENTO DE MEJORA CONTINUA.

El recurso a utilizar para la mejora continua de la producción de bolsos NIRO, es un bodegaje de materia prima, la cual permite tener siempre a disposición la materia prima a utilizar durante el proceso de fabricación que esta en constante actividad.

Se realizaran encuestas a las clientes para conocer su opinión acerca del producto, precio, calidad y los posibles requerimientos o maneras de mejorar el mismo. Estas encuestas serán dirigidas, se llevaran a cabo en el punto de venta.

En el proceso de elaboración se llevara especial cuidado; se evaluara la eficiencia de los operadores, esto para mejorar la capacidad y calidad de la producción.

2.13 PROGRAMA DE PRODUCCIÓN.

Estamos en la capacidad de producir 5 bolsos diarios para un total de 120 bolsos terminados al mes, esto debido a que los días laborales serán de lunes a viernes. Para la elaboración de un bolso con medidas 30cm x 18cm se requieren los siguientes materiales:

<u>Producto</u>	<u>cantidad</u>	<u>unidad medida</u>
Cuero Davincci	58	decímetros
Seda impermeable	20	centímetros
Cremallera EKA #5	25	centímetros
Hilo		
Broche imanado	01	unidad
Lámina de cobre	10x15	centímetros
Led blanco de chorro	25	unidades
Pila de 4 voltios extraplana	03	unidades

<u>Actividad</u>	<u>personal encargado</u>	<u>periodo de realización</u>
1. acondicionar el área de trabajo	Ivonne Pinzòn	7 al 11 de junio de 2004
2. seleccionar y controlar el personal	Ivonne Pinzòn	7 al 11 de junio de 2004
3. contactar proveedores	Noemí Munar	7 al 11 de junio de 2004
4. compra de equipos	Nydia Molina	7 al 11 de junio de 2004
5. pruebas de producción	Noemí Munar	12 al 13 de junio de 2004
6. adquisición de materia prima	Nydia Molina	14 de junio de 2004
7. adiestramiento de personal	Ivonne Pinzòn	14 de junio de 2004

Número total de días anteriores de la fecha de inicio labores 7 días

Fecha de inicio de labores 15 de junio de 2004

3. ORGANIZACIÓN

3.1 OBJETIVOS DEL ÁREA DE ORGANIZACIÓN.

Nuestra empresa tiene como objetivo dividir de manera optima las actividades necesarias para trabajar eficientemente en equipo; basado en los valores y principios de: Respeto, cooperación, honestidad, rapidez y equidad para lograr un sentido de pertenencia para los integrantes de la misma.

BOLSOS NIRO construirá el concepto de equidad de la marca ya que se ha conseguido una imagen, una actividad y disposición positiva hacia la marca, una preferencia basada en una promesa concreta como lo es el de adornar y satisfacer las necesidades de cada mujer y buscar el reconocimiento y la calidad por la cual trabajamos.

Capacitar a nuestros empleados para que cumplan con las diferentes labores que requiere nuestra industria, de esta forma no se vera afectada el área de producción. Proporcionar un ambiente de trabajo en el cual el personal pueda actuar unido por un bien común. Distribuir de forma equitativa y justa el trabajo de los empleados.

3.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

OBJETIVOS DE MERCADEO

- ❖ Ofrecer la mejor alternativa en cuanto a la calidad, precio y cumplimiento de nuestros productos a nuestros clientes.
- ❖ Mantener una publicidad adecuada para el reconocimiento de los productos ante el mercado.

OBJETIVOS AREA DE FINANZAS

- ❖ Llevar una buena contabilidad en la empresa.
- ❖ Efectuar los pagos de nomina a todos los miembros de la empresa y a tiempo

OBJETIVOS DE PRODUCCIÓN

- ❖ Uno de los objetivos de producción a largo plazo es aumentar nuestra producción en un 50%.
- ❖ Tener una gran variedad de productos en cuero, perfeccionando cada vez mas la calidad de estos

AREA DE RECURSOS HUMANOS

- ❖ Tener un buen sistema de capacitación para los empleados, brindándoles una buena motivación para que su estadía en la empresa sea agradable.
- ❖ Mantener buenas relaciones obrero-patronales.
- ❖ Cumplir con las prestaciones.

DESCRIPCIÓN DEL CARGO

❖ **GERENCIA GENERAL:**

La gestión del gerente general debe estar basada en principios morales y humanos, debe tener vocación de servicio como la responsabilidad social. Estará encargado de las relaciones públicas de la sociedad en las cuales se encuentra. El Gerente General estará al tanto en los procesos de personal, financiera, Mercadeo y producción para determinar en cualquier instancia cambios o procedimientos necesitados por la compañía.

❖ **SECRETARIA GENERAL:**

Es la persona que se encargará de recopilar toda la información en la asociación en cuanto a llamadas, cartas y otros. Será el apoyo administrativo para las Gerencias de la Asociación, y bajo su responsabilidad estará el manejo de archivo de la oficina. En este cargo la persona deberá atender las

necesidades del jefe inmediato que en este caso será el gerente general, además de llevar la agenda de las reuniones importantes, las fechas en las cuales se llevaran a cabo las reuniones con los demás jefes de departamentos o proveedores.

❖ **JEFE DE MERCADEO Y VENTAS:**

Será la mano derecha de la Gerencia General, en cuanto a la promoción y publicidad se refiere. Bajo su responsabilidad se buscara la forma publicitaria del servicio, estará al tanto mediante investigaciones mensuales para el cambio o colocación de nuevos precios de acuerdo al mercado. Además bajo su responsabilidad estará el manejo de los procesos de Gestión y calidad del producto a comercializar, deberá estar pendiente del cumplimiento en cuanto a volúmenes y tiempos de entrega.

Este tendrá a su cargo 1 (uno) publicista que se encargara de el reconocimiento del producto en el mercado mediante la publicidad y 4 (cuatro) vendedoras las cuales estarán en los dos locales dos por cada local, ellas estarán encargadas de hacer y motivar al cliente en la compra son una parte importante de la empresa puesto que por medio de ellas, de su creatividad y habilidad para las ventas tendremos resultados favorables para la compañía.

❖ **JEFE FINANCIERO:**

La persona designada en este cargo manejará todo el proceso financiero y contable de la organización. Deberá encargarse de la custodia y manejo de inversiones de la Asociación, buscando siempre un buen margen de rentabilidad en las ventas. Tendrá a su cargo un contador quien será su apoyo para la parte contable.

❖ **JEFE DE PRODUCCIÓN:**

La persona designada a este cargo maneja todo lo relacionado con la producción de los productos de la empresa, además de el control de calidad de el cual debe estar muy pendiente a su cargo tendrá 6 (seis) operarios los cuales se encargaran del manejo de las maquinas, la transformación de la materia prima, el producto terminado y el almacenamiento de este listo para llevarlos a los puntos de ventas, además de 2 (dos) ingenieros electrónicos que se encargaran de la parte eléctrica de LIHG BAG y un diseñador que se encargara de los diferentes diseños de bolsos que se sacaran al mercado.

❖ **JEFE DE RECURSOS HUMANOS:**

Esta persona estará encargada de todo el personal de la compañía, deberá velar por el bienestar de todos los miembros de esta familia, estará encargada de la motivación, reclutamiento, entrevistas, selección, inducción y recibimiento de los nuevos empleados.

3.3 FUNCIONES ESPECIFICAS POR PUESTO.

- ❖ **GERENTE:** Es la parte de la empresa que se hará cargo de la administración , el control y el desarrollo de la empresa, cuidando que las distintas áreas de la empresa lleven a cabo, de la mejor manera posible sus funciones dentro de la misma, es decir, que cumplan con sus objetivos de manera que el desempeño de la empresa en general sea de alta calidad y satisfactoria.

FUNCIONES ESPECIFICAS:

- 1) Coordinar a los diferentes equipos de trabajo.
- 2) Orientar la dirección de la empresa.
- 3) Determinar y planear la proyección de la empresa en la industria.
- 4) Definir y planear metas y objetivos, determinando que quiere lograr la empresa, como y cuando lograrlo a los diferentes plazos.
- 5) Controlar y ampliar la ventaja competitiva de la empresa.

- ❖ **MERCADEO Y VENTAS:** Se ocupara de las estrategias de mercadeo, como son: publicidad, promoción y ventas para difundir de manera practica el producto y acrecentar las ventas estimulando en los clientes el deseo o la necesidad de adquirirlo.

FUNCIONES ESPECIFICAS:

- 1) Elaborar un plan de trabajo.
- 2) Elaborar estrategias de promoción
- 3) Elaborar estrategias de publicidad y ventas para difundir de manera mas rápida el producto.
- 4) Evaluar el mercado potencial.

- 5) Planear el sistema de distribución.
- 6) Definir el mercado meta.
- 7) Planear y definir metas de este departamento.

❖ **FINANZAS:** En esta área se pretende manejar de manera eficiente las operaciones financieras que ocurran dentro de la empresa, mantener la contabilidad, reportar los estados financieros.

FUNCIONES ESPECIFICAS:

- 1) Presenta un balance general, estado de resultados y flujo de efectivo, indicadores financieros.
- 2) Realizar comparaciones con periodos anteriores y realiza proyecciones financieras.
- 3) Lleva a cabo pago de impuestos y tramites legales.
- 4) Planear y controlar todas las actividades del área contable y financiera de la empresa.

❖ **PRODUCCIÓN:** En esta área se dirige las funciones relacionadas con el proceso de producción de los bolsos, como son: elegir la materia prima (cuero, hilo, bombillos, cables, baterías, etc...), cuidar del proceso de corte del cuero, proceso de confección, proceso de formación, proceso eléctrico y de marcado. Regular la frecuencia de compra de materia prima y la disponibilidad del producto cuando se le solicite.

FUNCIONES ESPECIFICAS:

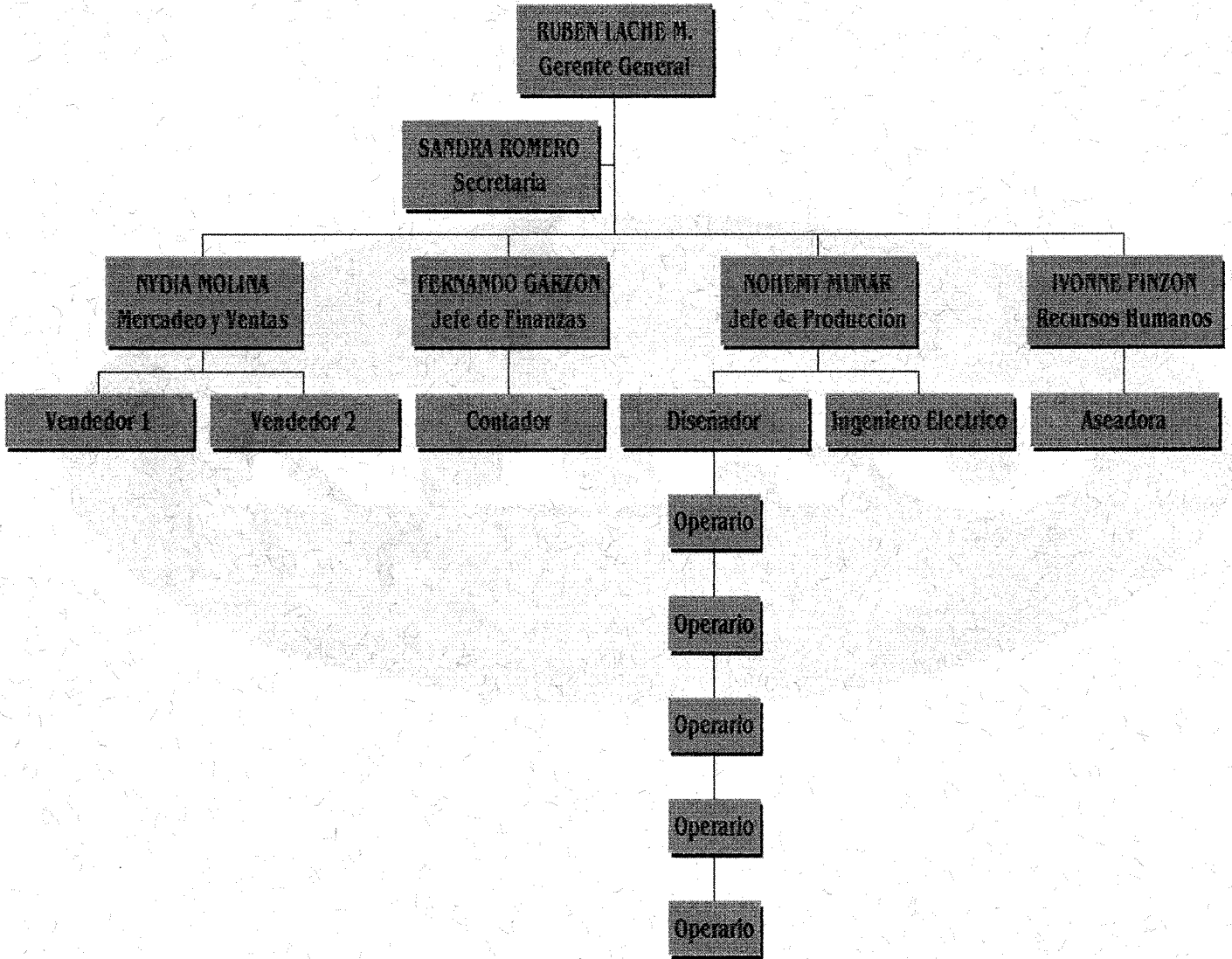
- 1) Elegir la materia prima.
- 2) Planear y definir metas de producción.
- 3) Determinar los niveles de producción con base en las estimaciones de la demanda.

❖ **RECURSOS HUMANOS:** La persona responsable de esta área se encargara de las relaciones laborales, del reclutamiento de personal y adiestramiento. Así mismo, deberá instruir a las personas encargadas de la elaboración del bolso en el área de producción, inculcándoles el concepto de calidad y rapidez en dicho proceso, además de capacitarlas. Se hará cargo de la inducción a la empresa y de las relaciones dentro de ella.

FUNCIONES ESPECIFICAS:

- 1) Responsabilizarse de las relaciones laborales, encargándose que sean cordiales y respetuosas.
- 2) Realizar el proceso de inducción, adiestramiento y capacitación.
- 3) Planear y definir metas de este departamento.
- 4) Evaluar el desempeño laboral.
- 5) Cumplir con los requisitos legales para el registro adecuado del personal.
- 6) Llevar a cabo todo el proceso de reclutamiento y selección de personal.

ORGANIGRAMA



3.4 CAPTACIÓN DE PERSONAL.

3.4.1 RECLUTAMIENTO.

La selección de personal la haremos por medio de avisos publicitarios de prensa y convocatorias; el anuncio en el periódico dirá lo siguiente:

“Se solicita personal técnico con buena presentación personal, experiencia en el manejo de maquinaria industrial, de corte y confección de cuero.

Interesados llevar hoja de vida con fotografía reciente a la dirección Calle 17s N° 21ª - 77 BARRIO RESTREPO”.

3.4.2 SELECCIÓN.

La selección de personal se realizara por medio de entrevistas, pruebas psicotécnicas y desempeño en producción de bolsos. Ivonne Pinzón la encargada de el área de recursos humanos será quien lleve a cabo la entrevista. Noemí Munar encargada de el área de producción será quien lleve a cabo las pruebas.

3.4.3 CONTRATACIÓN.

La empresa maneja un contrato a termino indefinido, pagando prestaciones sociales exigidas por la ley , mas los sueldos establecidos por la empresa.

3.4.4 INDUCCIÓN.

El proceso de inducción de la compañía, se realizara a todos los empleados, ya que para BOLSOS NIRO es fundamental que las personas se sientan identificadas con la compañía. El primer día que la persona ingresa a la empresa se le invitara a la oficina principal, allí se le entregaran folletos que contengan la misión, visión valores de la compañía, políticas, reglas y organigrama, haciendo énfasis de la ubicación que tendrá el cargo que desempeñara.

Luego se le hará entrega de la dotación necesaria para realizar sus labores; posteriormente se le presentara la parte administrativa de la compañía, luego se le mostrara su puesto de trabajo y las funciones a realizar, de esta manera se podrá dar inicio a las labores asignadas. Este proceso de inducción estará a cargo de Ivonne Pinzón Jefe del área de recursos humanos.

3.5 DESARROLLO DEL PERSONAL.

BOLSOS NIRO tendrá un total de 23 empleados, de los cuales 11 trabajaran en el área de producción (uno como responsable del área). Se dará el adiestramiento internamente, proporcionado por Noemí Munar jefe de producción. Este adiestramiento tendrá la duración de un día.

Con respecto a la capacitación, se comenzara a otorgar dependiendo del interés de avance que tenga el trabajador en su puesto. Los cursos que se asignaran consistirán en: uso adecuado de maquinas industriales, control de calidad y motivación personal.

3.6 ADMINISTRACIÓN DE SALARIOS.

CARGO	SALARIO	PRESTACIONES 49,625 %	TOTAL
GERENTE	800000	397560	1197560
SECRETARIA	400000	198760	598760
MERCADEO	600000	298170	898170
FINANZAS	600000	298170	898170
PRODUCCION	600000	298170	898170
REC. HUMANOS	600000	298170	898170
VENDEDORA 1	358000	177108	535108
VENDEDORA 2	358000	177108	535108
CONTADOR	400000	198780	598780
DISEÑADOR	400000	198780	598780
INGENIERO ELECTRONICO	400000	198780	598780
ASEADORA	358000	177108	535108
OPERARIO 1	358000	177108	535108
OPERARIO 2	358000	177108	535108
OPERARIO 3	358000	177108	535108
OPERARIO 4	358000	177108	535108
OPERARIO 5	358000	177108	535108

3.7 EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO.

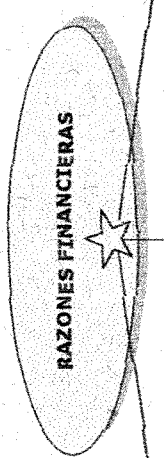
BOLSOS NIRO tiene un sistema de evaluación que se hace semana a semana para medir el desempeño de los trabajadores y el cumplimiento de los objetivos ya que cada procedimiento se califica llevando un control de su jefe inmediato.

3.8 RELACIONES DE TRABAJO.

Con el fin de mantener un clima organizacional adecuado que redunde de beneficios mutuos entre trabajador-empleador, tendrá una política de direccionamiento de puertas abiertas, es decir que el cuerpo administrativo estará siempre dispuesto a escuchar las inquietudes, sugerencias y reclamos de sus empleados. De esto se desprende que los directivos mantendrán una comunicación permanente con los empleados de la empresa.

Los pagos de los salarios a los empleados se efectuarán puntualmente cada 15 o 30 de cada mes o al día hábil siguiente y siempre se pagará la cantidad acordada.

BOLSOS NIRO tendrá una cartelera donde se colocará avisos de interés común como aniversarios, cumpleaños, avisos, circulares y/o informes para que estén actualizados de los cambios que la empresa efectuó. Ofrecerá para los empleados una celebración de fin de año.



LIQUIDEZ

RAZON CORRIENTE	ACTIVO CORRIENTE	
	PASIVO CORRIENTE	
	192.764.005	
	78.864.527	
RAZON CORRIENTE AÑO 1		
		2,44

	292.107.589	
	84.972.978	
RAZON CORRIENTE AÑO 2		3,44

	441.558.569	
	108.353.045	
RAZON CORRIENTE AÑO 3		4,08

ENDEUDAMIENTO

NIVEL ENDEUDAMIENTO	PASIVO TOTAL	X 100
	ACTIVO TOTAL	
	90.115.679	
	209.528.135	
NIVEL ENDEUDAMIENTO AÑO 1		X 100
		43,01

	97.895.374	
	308.120.149	
NIVEL ENDEUDAMIENTO AÑO 2		X 100
		31,77

	125.400.385	
	457.019.559	
NIVEL ENDEUDAMIENTO AÑO 3		X 100
		27,44

RENTABILIDAD

MARGEN NETO UTILIDAD	UTILIDAD NETA	X 100
	VENTAS NETAS	
	79.412.455	
	540.000.000	
MARGEN NETO UTILIDAD AÑO 1		X 100
		14,71

	90.812.319	
	627.336.576	
MARGEN NETO UTILIDAD AÑO 2		X 100
		14,48

	121.394.399	
	758.826.322	
MARGEN NETO UTILIDAD AÑO 3		X 100
		16,00