

FACULTAD DE  
**ECONOMÍA Y  
NEGOCIOS**  
UNIVERSIDAD DE CHILE

**CUTARNAS**

-Confort Moderno-

PLAN DE MARKETING PARA OPTAR AL GRADO DE MAGÍSTER EN MARKETING

Parte II

Alumnos:

Gilberto Yañez

Profesor: Eduardo Torres

## TABLA DE CONTENIDO

Resumen Ejecutivo.....	3
Plan a Futuro.....	4
Propuesta De Valor.....	4
Objetivo De Venta.....	4
Mercado Objetivo.....	5
Objetivos Y Estrategia De Marketing.....	5
Estrategias De Posicionamiento.....	6
Marca.....	7
Posicionamiento Deseado.....	7
Mezcla De Marketing.....	8
Producto.....	7
Precio.....	9
Plaza.....	10
Promoción.....	12
Brief de la Campaña.....	20
Implementación y control.....	23
Plan de ventas.....	24
Carta Gantt.....	25
Conclusiones.....	26
Bibliografía.....	27
Anexos.....	28

## RESUMEN EJECUTIVO

Cutarnas, Confort Moderno es una mejora de un producto ya existente como lo es la cutarra panameña la cual a través de los años se han mantenido con un mismo diseño y en dos tonos de colores como el chocolate y amarillo. Mencionado esto cabe resaltar que en la actualidad están presentando un cambio en sus diseños siendo más atractivos, llamativos y modernos.

La cutarra se remonta al tiempo de cristo, en donde utilizaban sandalias de cuero tejidas y se ha ido adaptando a través de la historia, los materiales para su confección se han mantenido intactos siendo el cuero de ganado para conseguir un color chocolate o cuero de caballo para conseguir un color amarillo, así como también la utilización del mangle.

Cutarnas busca satisfacer a los diferentes nichos de mercado con sus modelos de sandalias modernas de buen diseño, a su vez con sus mejores atributos como lo son comodidad y precio. Se han creado tres diseños para satisfacer estas necesidades de nuestro mercado objetivo el cual es mujeres de 18 a 45 años de edad, del segmento moderno y tradicional.

Los colores que tendrán las sandalias de cutarnas serán en tonos tierras como: chocolate, marrón y beige, también en tonos metálicos como: plateado, dorado, cobre, plomo. Utilizando la misma materia prima, pero adaptándolos a una nueva tendencia en el uso del calzado tradicional.

La estructura de este plan es dar a conocer el entorno dentro del análisis situacional, industria del calzado, análisis completo de sus principales competencias como lo son: Sante Cutarras, Cutarrizate, Molala, Cutarra Creations, Roxy y Boltio. Cada una de estas marcas con atributos diferentes las cuales a algunas de ellas las hace atractivas para el consumidor, así como también pueden ser mal percibidas, se presentará el posicionamiento actual de las marcas antes mencionadas, análisis del consumidor y el FODA según estos resultados.

La siguiente parte de este plan es el marketing mix, posicionamiento deseado para la marca de Cutarnas, también se presentarán presupuesto, implementación y control.

## **PLAN A FUTURO**

### **PRODUCTO**

Cutarnas es una mejora de las cutarras de origen panameño, impactando la moda femenina gracias a su buen diseño, precio y comodidad. Los materiales utilizados como lo son cuero de ganado y el mangle hacen que esta línea de sandalias se mantenga dentro de lo que son consideradas cutarras, pero de manera modernas y a la vanguardia. Te brinda una sensación de comodidad debido a que son hechas a tu medida, el diseño y colores de su preferencia se verán plasmados en este calzado. No obstante, el diseño permite que el pie esté ventilado creando una sensación mucho más agradable para el usuario, las mismas son resistentes a sol, agua y tienden a ser muy duraderas por los materiales que se utilizan.

Podemos asegurar que este producto ha sido aprobado por los consumidores dentro del territorio nacional.



### **PROPUESTA DE VALOR**

La propuesta de valor de Cutarnas Confort Moderno, consiste en tener los mejores diseños en base a lo tradicional ofreciendo diseños atractivos para que la mujer de hoy se sienta cómoda y a la vanguardia en todo tipo de ambiente.

### **OBJETIVO DE VENTA**

Ofrecer 3 modelos de sandalias modernas estilos cutarras, a un precio de US\$50.00 cada una, se proyecta vender un total de 30 pares por modelos lo que equivale un total de 90pares mensuales, para este volumen de ventas el ingreso mensual sería de US\$4,500.00 y anualmente sería de US\$54,000.00 alcanzando un 10% en la participación de mercado.

## **MERCADO OBJETIVO**

El mercado objetivo está compuesto por mujeres entre 18 a 45 años, con un nivel socioeconómico medio alto ABC+ que representan 13.4% del total de la población, ellas usan cutarras o sandalias con frecuencia ya que les gusta para diferentes ocasiones. Los atributos que son más valorados por las mujeres son, buen diseño, precio y comodidad.

Mia Vittoria es una mujer nacida en la provincia de Herrera que vive con pasión el autóctono folclore panameño. Tiene 25 años de edad y es de clase social media alta que actualmente está haciendo su último año de licenciatura. Ella participa de las diferentes festividades tradicionales en los diferentes puntos del país como el festival de la mejorana, festival de la pollera. Disfruta de carnavales y fiestas patrias siempre acompañada con unas sandalias que reflejen sus creencias y costumbres con un buen diseño y de una manera que es distinta a todas las demás.

## **OBJETIVOS Y ESTRATEGIA DE MARKETING**

- Al final del primer año tener presencia en los siguientes puntos de venta:
  1. MiniDiabloRosso
  2. Bellini
  3. Shoebox de Albrook
  4. BBB de Multiplaza o Altaplaza
  
- Al final del primer año el 15% por ciento del mercado objetivo perciba las sandalias xx como sandalias como de buen diseño.
  
- Ser el Top of Mind de nuestro mercado objetivo, que piensen en las Cutarnas de confort moderno en vez de cutarras.
  
- Aumentar la presencia en mercados artesanales, ferias culturales y eventos de promoción.

## **ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO**

Implementar una estrategia comparativa, debido a que se hará una mejora de la cutarra que se está vendiendo hoy en día, estaremos dándole un modelo más atractivo una sandalia más cómoda que no deje de ser percibido en parte de su diseño con una cutarra por eso comparamos ambos productos.

### **Atributos**

- Buen diseño.
- Variedad de colores.
- Cómodas al momento del uso.
- Sensación de descanso en las pisadas.
- Confeccionada por artesanos, 100% a mano.
- Evita transpiración de los pies por ser sandalias abiertas.
- Hechas con cuero y mangle, lo cual las hace más resistentes.
- Sentimiento de apego a lo tradicional.

### **País de origen**

Las Cutarnas Confort Moderno, son de origen panameño.

### **Personalidad de la marca**

- Modernas
- Frescas
- Originales
- Innovadoras
- Emocionantes
- Exclusivas
- Cómodas

## MARCA

### CUTARNAS

#### Logo y lema



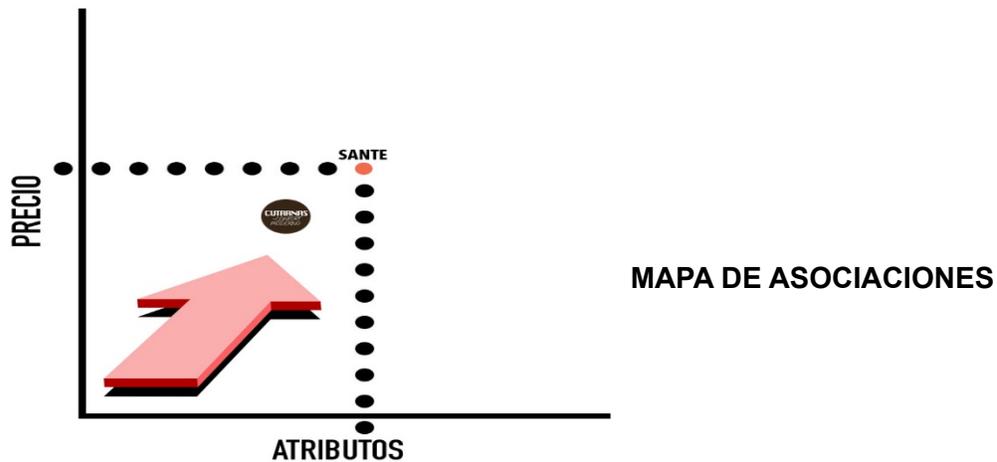
#### Colores de Sandalias

Los colores principales de la marca serán principalmente los colores tierras (chocolate, marrón, beige), seguido de los metalizados (dorado, plateado, cobre, plomo).



## POSICIONAMIENTO DESEADO

Como nos dimos cuenta en la tabla de posicionamiento anterior buscamos que la marca Cutarnas sea lo más cercana a la marca de mejor percepción en cuanto a atributos y precios.



## MEZCLA DE MARKETING

### Producto

Cutarnas: Son cutarras modernas por eso su nombre Cutarnas. En este proyecto buscamos mejorar el producto ya existente para llegarle a distintos segmentos.

### Características

- Es un tipo de Sandalias hechas en cuero de origen panameño para damas.
- Variedad de colores tradicionales por los distintos diseños y colores que se consiguen junto con el cuero.
- Aumento en la respirabilidad del pie por ser un calzado abierto.
- Versatilidad en cuanto a los distintos usos que se le pueden dar.
- El tejido se cambia para alejarnos de lo tradicional y modernizar el calzado.

- Calzado ligero y fresco.
- Las suelas de cuero se adaptan mejor a las temperaturas veraniegas.

## Material

**Cuero:** piel tratada mediante curtido, la piel utilizada para la confección de estas sandalias es el cuero de ganado en dónde el mismo es secado y luego rasurado utilizando agua caliente y algún material filoso para luego introducirlo a una tina con agua y cal logrando la eliminación de malos olores.

## Colores

Para estas sandalias estamos manejando distintos tipos de colores como:

- Chocolate
- Marrón
- Beige
- Dorado
- Plateado
- Cromo
- Cobre

## Modelos



## Empaque

Por motivo de regulación en cuanto a bolsas plásticas por las leyes panameñas, el empaque será en bolsas biodegradables con el logo de la marca.

## PRECIO

Los precios para Cutarnas van de acuerdo con sus atributos más importantes como lo son: buen diseño, comodidad y precio. Tomando en cuenta el ingreso de nuestro mercado objetivo el precio de las sandalias será de US\$50.00 al público. Estos precios ya tienen contemplados, temporadas especiales, participación de eventos, fechas especiales, eventos de moda para dar a conocer sus productos. Se manejará pedidos especiales que pueden ir de US\$ 50.00 hasta US\$150.00

**PLAZA**

En la distribución utilizaremos medio de transporte terrestre, desde las casas artesanales en el interior del país hasta llegar a los diferentes puntos de ventas en la ciudad. los locales comerciales tienen la responsabilidad de mantenerse en comunicación con el que le sule de los productos para que puedan mantener una buena rotación de inventario y no quedarse sin sandalias.



- La casa artesanal de Cutarnas estará ubicada en Las Tablas provincia de Los Santos, los artesanos empaclaron las sandalias en cajas por tallas y diseños, para facilitar la distribución con sus respectivas facturas.

- Una vez empacada las sandalias, se enviará por medio de transporte terrestre, con una duración aproximada de 48 horas de entrega.
- Cutarnas contará con un depósito para guardar las mercancías que no puedan estar en su totalidad para los minoristas ya que no cuenta con el espacio suficiente (aplica para los mercados artesanales).
- Los precios y cantidad de inventario serán negociados directamente con los representantes de la marca.

En Panamá los diferentes canales de distribución para este tipo de mercado se hacen a través de mercados artesanales, seguidos de tiendas de calzados ubicados en los diferentes centros comerciales del País.

Cutarnas se podrá encontrar en la siguiente tienda minorista:

### **Mercado de Artesanías Panamá Viejo**



Este mercado cuenta con alrededor de 49 artesanos, todos con un puesto de venta contribuyendo al mejoramiento de este sector significativamente. Este edificio fue construido por la Autoridad de Turismo de Panamá, ubicado en el sector de Panamá Viejo.

### **SuperMini DiabloRosso**



Es una Tienda Boutique, ubicada en el lobby del Hotel Sortis que se especializa en la venta de artículos tipo souvenirs como ropa, zapatos, joyas,

calcomanías, obras de arte y manualidades de artesanos que combinan influencias tradicionales con lo moderno.

### **Bellini**



Almacén de calzado con más de 20 años en el mercado panameño, ofrecen una gama de Calzados, Zapatillas, Sandalias, Carteras y Accesorios. Ubicado en Albrook Mall, westland mall y Multiplaza.

### **Shoebox**



Almacén de calzado que maneja una diversidad de marcas, estilo de calzado para toda la familia. Ubicadas Albrook Mall, El Dorado Mall, Westland Mall.

### **BBB Shoes & Boots**



Tienda con una gran variedad de calzado para damas, caballeros y niños., cuenta con una trayectoria de más de 50 años en la industria del calzado en Panamá. Ubicada en Albrook Mall, El Dorado Mall, Westland Mall, Multiplaza Pacific.

## **PROMOCIÓN**

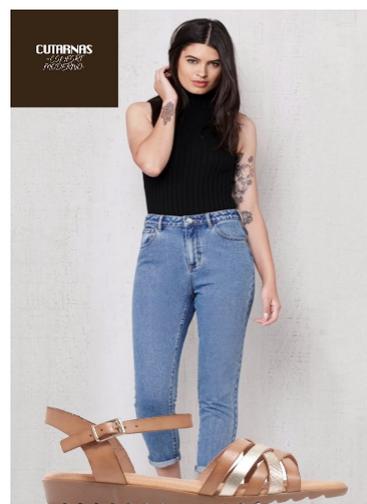
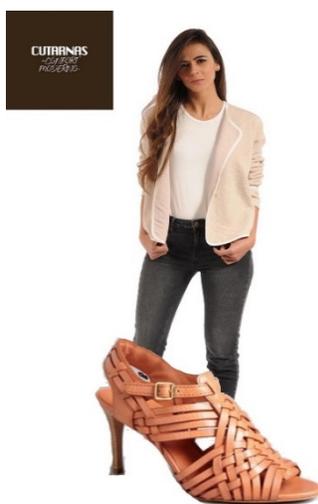
### **Comunicación**

Para la comunicación vamos a estar enfocándonos en tres atributos importantes para nuestras sandalias modernas: el buen diseño, la comodidad y el precio. Creemos relevantes estos puntos porque son los atributos que valora el mercado objetivo. Es de suma relevancia tener presente que nuestro mercado objetivo son las mujeres de 18 a 45 años con un nivel económico ABC+ que usan este tipo de sandalias en diferentes ocasiones y que valoran el buen diseño. En base a lo mencionado anteriormente se plantea el siguiente plan de comunicación:

### Objetivos de la Comunicación

- Comunicar el buen diseño, comodidad y precio que tienen la marca Cutarnas, logrando que alrededor del 55% del mercado objetivo tenga presente estos atributos al finalizar el año.
- Implementar más pantallas digitales y gigantografías cerca de mercados artesanales y centros comerciales para posicionarnos como una marca diferente que piensa fuera de la caja.

### Publicidad



Campañas que aparecen en las diferentes revistas y gigantografía dentro del territorio nacional.

- **Revistas**



**Ella:** Es una revista semanal que se inserta cada viernes como suplemento de La Prensa. Esta cuenta con la mayor circulaci3n del pa'is y es le'ida por m'as de 771 mil 971 personas como gu'ia en temas de actualidad para la mujer paname'na, la misma se ha convertido en un referente de moda, tendencias, promociones y compras.



**Mia:** Es una revista semanal femenina que brinda las 'ltimas tendencias de moda, consejos de belleza, destinos excitantes, personajes reconocidos de la sociedad paname'na y notas de actualidad



**Debut:** Revista de Luxury LifeStyle que refleja de manera 'nica el sofisticado estilo de vida del paname'no de hoy. Este cuenta con distribuci3n gratuita en Panam'.



**Selecta:** Considerada la revista elegida entre los hispanos exclusivos, ya que ofrece informes de calidad y constantes durante más de tres décadas. Con una trayectoria de 22 años, llevando lo mejor del mundo social y empresarial de Panamá. SELECTA se ha convertido en la puerta de entrada entre el mercado de lujo de alta gama y sus consumidores, presentando las mejores cosas de la vida: lo último en moda de alta gama, tecnología, automoción, navegación, relojes, joyas, viajes y los eventos sociales más exclusivos del mundo están todos dentro de sus páginas.



**Pauta:** Fue publicada por primera vez en el año de 1991 siendo pionera en su categoría, al abordar temas corporativos, especializados en negocios, economía y empresas vinculando siempre los sectores más activos del desarrollo de Panamá. Su público es de 50% hombres, 50% mujeres que sean profesionales estudiantes de maestrías, entre 21 y 30 años. Distribuyen alrededor de 11 mil ejemplares de los cuales 7 mil son entregados a sus respectivos suscriptores.



**Mundo Social:** Es la revista posicionada como #1 de eventos sociales y empresariales dentro del país, desde 1997 Pioneros de la Industria Editorial de Panamá.



**Lobby:** Es una revista de alto impacto con contenido nacional e internacional, un estilo propio, exclusivo y una visión original del estilo de vida. Es un referente en cuanto a: alta moda, lifestyle, gastronomía, belleza, autos y accesorios de lujo; complementados con información del acontecer artístico y cultural contemporáneo.

- **Televisión**

Entrevistas tipo reportaje en los programas con mayor audiencia y de mayor popularidad, para dar a conocer el producto y sus atributos.



**Jelou! (TVN):** Jelou es un programa revista con expertos en los temas que te interesan. Seremos #LoPrimeroEnTuVida con contenido de variedad y entretenimiento.



**Tu Mañana (Telemetro):** La mejor compañía del día, con temas de salud, familia, nutrición, entretenimiento, mascotas, psicología, legal, decoración, moda, limpieza y belleza. En vivo, de lunes a viernes a las 9:00 a.m., para llenar tu mañana y estar en la mejor compañía con Michelle Simons, Alex Medela, Karen Chalmers, Carolina Fabrega, Richie Goldoni y la chef Delyanne Arjona.



**Ellas y Tu (TVN):** Luego de sus casi 19 años al aire, “Ellas y tú” es el programa de moda más visto en la televisión local y uno de los pioneros en la televisión panameña.



**El Ají de tu Vida (NexTV):** Programa de información y entretenimiento, temas de alto interés para un público que le gusta mantenerse informado. Cuentan con variados segmentos de salud, psicología, farándula, moda; los últimos acontecimientos nacionales e internacionales en los segmentos de debate noticioso y el sabor original de la cocina, todo esto acompañado de la divertida personalidad de presentadores como: Sara Bello, Amael Candanedo, Marcela Amor Barnes.



**Panama Street Style (OyeTV):** La moda es efímera, el estilo es para siempre! Es un blog de moda y estilo presentado por Debbie Kuzniecky desde mayo 2017, también cuentan con una versión de radio que se puede sintonizar los días miércoles 1 a 2 pm por power 92.1 FM



**A lo panameño (Telemetro):** El mejor programa de tv que resalta las costumbre y tradiciones de Panamá.



**Hecho en Panamá (TVN):** programa de televisión panameño basado en nuestro folclore y la música típica, emitido los sábados a las 7:00 PM. Es uno de los programas de televisión más antiguos del país con 32 años en el aire desde 1987 conducido históricamente por su creador Óscar Poveda.

## **INTERNET**

Implementar estrategias de posicionamiento SEO y SEM por medio de Google Ads así como la compra programática de publicidad en Redes Sociales como Facebook, Instagram, Twitter y YouTube. Con estos medios logramos tener un alto control sobre el awareness, la venta, y el control del mensaje, aparte que los píxeles de seguimiento con los que cuentan la mayoría de estas plataformas, nos permite volver a impactar a los consumidores una vez haga clic en nuestra publicidad o contenido pagado.

## **MARKETING DIRECTO**

Entrega de cupones de descuento en las ferias y mercados artesanales.

## RELACIONES PÚBLICAS

Envío de paquete personalizado con las sandalias a líderes de opinión e influencers para que den a conocer nuestros productos mediante sus principales medios de comunicación y redes sociales, se le enviara a figuras públicas como:



Carolina Dementiev, ex miss panamá universo, modelo, asesora de imagen, presentadora de televisión del programa Jelou.



Alexa Chacón, experta en moda, modelo, presentadora de televisión y también embajadora e imagen de diferentes marcas en el país,



Roseta Bordanea: modelo, cantante, presentadora de televisión.



Stepahnie de Roux: ex miss panamá, modelo, asesora de imagen, presentadora de televisión.



Ana Gabriela Moreno: presentadora y dueña del programa de Ellas y Tu con Ana Gabriela, asesora de imagen, empresaria y modelo.



Ingrid de Ycaza: presentadora de televisión, modelo, cantante, compositora y actriz.

- **FERIA Y EVENTOS**

**Expo Mujer:** feria en donde se exponen diferentes temas de interés para la mujer actual, se presentan las últimas tendencias y tips para mejorar la calidad de vida y ofrecerle productos o servicios para su día a día.

**Fashion Week Panamá:** evento realizado en el mes de octubre, es uno de los más concurridos a nivel nacional ya que se presentan los diseñadores más reconocidos y a su vez se monta una exhibición de diferentes productos para darlos a conocer a los consumidores dándoles la oportunidad de adquirirlos a los mejores precios del mercado.

**Ferias Artesanales en Panamá:** evento con más de 30 años de trayectoria organizada por el MICI en donde podemos encontrar los más reconocidos artesanos en el cual se les ofrece la facilidad a los consumidores de adquirir diferentes tipos de artesanías a precios accesibles en un solo lugar.

**Mercaditos Artesanales:** ubicados en los diferentes centros comerciales en fechas específicas, donde se reúnen artesanos y diseñadores para ofertar sus productos a los consumidores que se encuentren en el punto de referencia.

## **BRIEF DE LA CAMPANA**

### **Objetivos de marketing:**

- Al final del primer año tener presencia en los siguientes puntos de venta:
5. MiniDiabloRosso

6. Bellini
7. Shoebox de Albrook
8. BBB de Multiplaza o Altaplaza

- Al final del primer año el 15% por ciento del mercado objetivo perciba las sandalias xx como sandalias como de buen diseño.
- Ser el Top of Mind de nuestro mercado objetivo, que piensen en las Cutarnas de confort moderno en vez de cutarras.
- Aumentar la presencia en mercados artesanales, ferias culturales y eventos de promoción.

**Objetivos de la comunicación:**

- Comunicar el buen diseño, comodidad y precio que tienen la marca Cutarnas, logrando que alrededor del 55% del mercado objetivo tenga presente estos atributos al finalizar el año.
- Implementar más pantallas digitales y gigantografías cerca de mercados artesanales y centros comerciales para posicionarnos como una marca diferente que piensa fuera de la caja.

**Concepto creativo del producto:**

- Es una sandalia moderna estilo cutarra para dama que te permite estar cómoda en un calzado moderno, a muy bien precio sin olvidar que son 100% hechas en Panamá lo cual brinda un sentimiento de apego a una marca nacional.
- A nuestro público objetivo queremos incentivarlo a que utilice sus Cutarnas porque ofrecen una experiencia diferente en cada pisada.

- Queremos dar fe al mensaje: CUTARNAS, CONFORT MODERNO PARA LA MUJER DE HOY.
- 

### **Estrategia de marketing**

**Producto:** Cutarnas son sandalias modernas estilo cutarras, con un buen diseño 100% hechas en Panamá, que brindan comodidad y frescura gracias al diseño abierto de las cintas entrelazadas que dejan el pie al descubierto permitiendo su respirabilidad.

**Plaza:** la venta de las cutarnas se realiza mayormente por medio de los mercados artesanales y adicionalmente en ciertas tiendas seleccionadas dentro del mall, por ser un producto diferente.

**Precio:** Las cutarnas tendrán un precio aproximado de US\$50.00, pero esto no será mencionado en la campaña publicitaria, haremos énfasis en los atributos del producto principalmente buen diseño y comodidad.

**Promoción:** ferias artesanales y mercaditos para dar a conocer las cutarnas. En segundo lugar, queremos tener presencia en distintos puntos de la ciudad con vallas publicitarias digitales y gigantografía.

### **Situación del mercado y publicidad**

Actualmente el mercado panameño cuenta con las cutarras como un producto que refleja las tradiciones panameñas, pero no se maneja con publicidad pagada todas las ventas que tienen los artesanos que las fabrican las obtienen de manera orgánica.

### **Comportamiento y actitud del público hacia el producto**

Al enfocarnos en realizar un upgrade de producto nos damos cuenta que en la actualidad no hay una sandalia como la de nosotros. Según la encuesta realizada alrededor de un 80% de los encuestados manifestó que compraría las cutarnas.

### **Frases propuestas para utilizar**

- CUTARNAS, CONFORT MODERNO PARA LA MUJER DE HOY.

- CUTARNAS A UN PASO DE LA COMODIDAD.
- LAS CUTARNAS SON PARTE DE TI.
- SIEMPRE TU, SIEMPRE FRESCA. CUTARNAS CONFORT MODERNO.
- CONFORT MODERNO CON LA TRADICION DE SIEMPRE, CUTARNAS.

## **IMPLEMENTACIÓN Y CONTROL**

### **Objetivo No.1**

Al final del primer año tener presencia en los siguientes puntos de venta:

- MiniDiabloRosso
- Bellini
- Shoebox de Albrook
- BBB de Multiplaza o Altaplaza

### **Objetivo No.2**

- Al final del primer año el 15% por ciento del mercado objetivo perciba las sandalias xx como sandalias como de buen diseño.

### **Objetivo No.3**

- Ser el Top of Mind de nuestro mercado objetivo, que piensen en las Cutarnas de confort moderno en vez de cutarras.

### **Objetivo No.4**

- Aumentar la presencia en mercados artesanales, ferias culturales y eventos de promoción.

**Publicidad:** Llegar a una meta quincenal de 50 escaneos publicitarios por persona y a una meta mensual de 100 personas como mínimo.

**Posicionamiento Web:** Realizar un chequeo semanal donde se audite el contenido comunicacional y de carácter orgánico de la página web y de las redes sociales para manejar un mensaje lo más uniforme posible.

**Relaciones Publicas:** Por mes, concretar 20 citas, entrevistas y/o video llamadas con influencers, líderes de opinión y testimonios de éxito para que sean embajadores de CUTARNAS.

## PLAN DE VENTAS

El plan de ventas anuales está enfocado en los meses con mayor rotación de inventario por las distintas festividades que se celebran en el país como fiestas patrias, semana santa, festival de la mejora y de la pollera. Las temporadas bajas serían los meses de: enero (30 pares por modelo), mayo (30 pares por modelo), junio (25 pares por modelo), diciembre (25 pares por modelo). Los meses con mayor rotación son: febrero (35 pares por modelo), marzo (40 pares por modelo), abril (50 pares por modelo), julio (45 pares por modelo), agosto (50 pares por modelo), septiembre (70 pares por modelo), octubre (120 pares por modelo), noviembre (200 pares por modelo).

PLAN DE VENTAS												
MODELOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DIEMBRE
Modelo 1	30	35	40	50	30	25	45	50	70	120	200	25
Modelo 2	30	35	40	50	30	25	45	50	70	120	200	25
Modelo 3	30	35	40	50	30	25	45	50	70	120	200	25
Total	4,500.00	5,250.00	6,000.00	7,500.00	4,500.00	3,750.00	6,750.00	7,500.00	10,500.00	18,000.00	30,000.00	3,750.00

**TOTAL DE VENTA ANUAL: 108,000.00**

## CARTA GANTT

Detalles de la carta Gantt para Cutarnas –Confort Modero

## CALENDARIO DE ACTIVIDADES

Actividades planeadas para el 2020

EVENTOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
PROMOCION TELEVISIÓN												
PROMOCIÓN REVISTAS												
EXPO MUJER												
MERCADITOS ARTESANALES												
FERIA DE ARTESANIAS												
INTERNET												
MARKETING DIRECTO												
RELACIONES PUBLICAS												

## PROYECCIÓN DE PRESUPUESTO ( MENSUAL Y ANUAL)

Mes	Ventas	Costos	% costos	Ingresos	
				Mensuales	
Enero	\$ 4,500.00	\$ 2,542.50	57%	\$ 1,957.50	
febrero	\$ 5,250.00	\$ 2,861.25	55%	\$ 2,388.75	
Marzo	\$ 6,000.00	\$ 3,180.00	53%	\$ 2,820.00	
Abril	\$ 7,500.00	\$ 3,817.50	51%	\$ 3,682.50	
Mayo	\$ 4,500.00	\$ 2,542.50	57%	\$ 1,957.50	
junio	\$ 3,750.00	\$ 2,223.75	59%	\$ 1,526.25	
julio	\$ 6,750.00	\$ 3,498.75	52%	\$ 3,251.25	
agosto	\$ 7,500.00	\$ 3,817.50	51%	\$ 3,682.50	
Septiembre	\$ 10,500.00	\$ 5,092.50	49%	\$ 5,407.50	
Octubre	\$ 18,000.00	\$ 8,280.00	46%	\$ 9,720.00	
noviembre	\$ 30,000.00	\$ 13,380.00	45%	\$ 16,620.00	
Diciembre	\$ 3,750.00	\$ 2,223.75	59%	\$ 1,526.25	
<b>TOTALES</b>	<b>\$ 108,000.00</b>	<b>\$ 53,460.00</b>	<b>50%</b>	<b>\$ 54,540.00</b>	

## **CONCLUSIONES**

De este trabajo de tesis podemos concluir lo siguiente:

En base a las ventas proyectadas con nuestros tres distintos posibles modelos de cutarnas modernas, podemos destacar que las ventas van a variar en base al modelo de cutarnas personalizado porque la horma y el tejido del mismo se ajusta al pie del cliente para obtener mayor comodidad.

El modelo de cutarna flat sería el que puede lograr la mayor cantidad de ventas seguido por el modelo de cutarnas con tacón. Noviembre y Marzo serían los meses con mayor cantidad de ventas por fechas como Fiestas Patrias y Semana Santa.

## BIBLIOGRAFÍA

Movimiento Otro Camino Panamá Emite Su Posición Sobre El Primer Trimestre Del Gobierno

TVN Noticias - [https://www.tvn-2.com/nacionales/politica/Movimiento-Otro-Camino-posicion-trimestre-Gobierno-Laurentino-Cortizo\\_0\\_5419707997.html](https://www.tvn-2.com/nacionales/politica/Movimiento-Otro-Camino-posicion-trimestre-Gobierno-Laurentino-Cortizo_0_5419707997.html)

Proyecciones De La Economía En Panamá Para 2019

Silvia Pellicer - <https://www.gogetit.com.pa/blog/economia-en-panama-para-2019/>  
<http://www.contraloria.gob.pa/assets/informe-trimestral-al-30-sept-2018.pdf>

El Calzado De Cuero Ya Es Artículo De Lujo

[https://www.centralamericadata.com/es/article/home/El\\_calzado\\_de\\_cuero\\_ya\\_es\\_articulo\\_de\\_lujo](https://www.centralamericadata.com/es/article/home/El_calzado_de_cuero_ya_es_articulo_de_lujo)

Panamá - Población 2018

<https://datosmacro.expansion.com/demografia/poblacion/panama>

Población De Panamá

Countrymeters.info - <https://countrymeters.info/es/Panama>

Bayano Digital - <https://bayanodigital.com/cultura/las-cutarras-panamenas/>

## ANEXOS

### Página 1

Conoces las Cutarras? \*

- sí
- no

Seleccione sus preferencias al momento de comprar unas cutarras modernas estilo sandalias: \*

- Diseño
- Comodidad
- Forma
- Popularidad
- Tradición

En que ocasiones utilizaría unas cutarras modernas estilo sandalias: \*

- Fiestas tradicionales
- Trabajo
- Eventos
- Ocasión especial
- Uso diario

¿Que te motivaría a comprar unas cutarras modernas estilo sandalias ? \*

- Moda
- Calidad
- Diseño
- Precio
- Exclusividad

¿En donde suele adquirir cutarras?

- Tiendas
- Mercado de Artesanías
- Boutique
- Redes Sociales
- online (Pagina Web)

¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por unas cutarras modernas estilo sandalias? \*

- Entre \$10-\$20
- Entre \$21-\$30
- Entre \$31-\$40
- Entre \$41-\$50
- Entre \$51-\$60

¿Cuándo compra sandalias cuales son los colores acostumbra a comprar? \*

- Colores Neutros (Blanco, gris y negro)
- Colores Tierra (Chocolate, marrón, beige)
- Colores fríos ( verde, azul, morado)
- Colores Calidos (rojo, amarillo, naranja)
- Colores Metalizados (dorado, plateado, plomo, cobre)

¿Con que frecuencia compra Sandalias? \*

- 1 mes
- 3 meses
- 6 meses
- 9 meses
- 1 año

¿La altura del tacón es un factor importante en la decisión de compra de sus sandalias? \*

- sí
- no

Usa sandalias de tacón por: \*

- Gusto
- Moda
- Necesidad
- Trabajo
- Estiliza

La idea de cutarras modernas con tacón intercambiable es? \*

- Pésima idea
- Mala idea
- Ni en acuerdo / Ni en desacuerdo
- Buena idea
- Excelente idea

## Página 1

Hola somos estudiantes de la Universidad de Chile y estamos realizando una encuesta sobre Sandalias Modernas estilo cutarras para nuestro proyecto de tesis.

### Selecciona tu sexo: \*

Hombre

Mujer

### Selecciona tu rango de edad: \*

Menos de 18 años

18-25 años

26-35 años

26-45 años

46-60 años

mas de 60 años

### De las siguientes marcas de sandalias modernas estilo cutarras, cuáles conoces? \*

La Casa de la Cutarra

Cutarrizate

Roxy

Cutarras Creations

Molala

Sante Cutarras

Boltio

Cutarras DP

### Para tí, cuales son las variables relevantes de decision de compra en esta categoría de productos? \*

Precio

Buen Diseño

Comodidad

Tradición

Popularidad

Otro

Evaluar las variables relevantes para cada una de las marcas. Coloca de 1 al 7, donde 1 es muy poca representación de la marca y 7 es mucha representación de la marca. \*

	Sante Cutarras	Cutarrizate	Molala	Cutarras Creations	La Casa de la Cutarra	Cutarras DP	Roxy	Boltio
Buen Diseno	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>				

Tradicion	<input type="text"/>							
Popularidad	<input type="text"/>							
Comodidad	<input type="text"/>							
Precio	<input type="text"/>							

#### Evaluación de Pares de Marca

Responde en términos de la similitud o diferencias entre los pares de marca, en una escala del 1 al 7, en donde 1 es muy similar o muy cercano y 7 es muy diferente o muy lejano. \*

	1	2	3	4	5	6	7
Sante Cutarras vs Cutarrizate	<input type="radio"/>						
Sante Cutarras vs Molala	<input type="radio"/>						
Sante Cutarras vs Cutarras Creations	<input type="radio"/>						
Sante Cutarras vs La Casa de la Cutarras	<input type="radio"/>						
Sante Cutarras vs Cutarras DP	<input type="radio"/>						
Sante Cutarras vs Roxy	<input type="radio"/>						
Sante Cutarras vs Boltio	<input type="radio"/>						
Cutarrizate vs Molala	<input type="radio"/>						
Cutarrizate vs Cutarras Creations	<input type="radio"/>						
Cutarrizate vs La Casa de la Cutarras	<input type="radio"/>						
Cutarrizate vs Cutarras DP	<input type="radio"/>						
Cutarrizate vs Roxy	<input type="radio"/>						
Cutarrizate vs Boltio	<input type="radio"/>						
Molala vs Cutarras Creations	<input type="radio"/>						
Molala vs La Casa de la Cutarras	<input type="radio"/>						
Molala vs Cutarras DP	<input type="radio"/>						
Molala vs Roxy	<input type="radio"/>						
Molala vs Boltio	<input type="radio"/>						
Cutarras Creations vs La Casa de la Cutarras	<input type="radio"/>						
Cutarras Creations vs Cutarras DP	<input type="radio"/>						
Cutarras Creations vs Roxy	<input type="radio"/>						

Cutarras Creations vs Boltio	<input type="radio"/>						
Cutarras DP vs Roxy	<input type="radio"/>						
Cutarras DP vs Boltio	<input type="radio"/>						
Roxy vs Boltio	<input type="radio"/>						

**Responder las siguientes preguntas en una escala de 1 al 7, donde 1 es muy en desacuerdo y 7 es muy de acuerdo\***

	1	2	3	4	5	6	7
Cuando compro esta categoría me preocupo mucho del precio	<input type="radio"/>						
Siempre compro lo más barato	<input type="radio"/>						
Para mí es muy importante el buen diseño	<input type="radio"/>						
Yo tengo una marca preferida en esta categoría, que siempre compro	<input type="radio"/>						
Yo normalmente recomiendo la marca que prefiero a mis amigos	<input type="radio"/>						
Yo conozco piezas publicitarias de distintas marcas de esta categoría	<input type="radio"/>						
Me gusta probar marcas nuevas en esta categoría	<input type="radio"/>						
Si mi marca favorita no está disponible en el momento de comprar, vuelvo en otra oportunidad	<input type="radio"/>						
Cuando compro siempre en esta categoría me fijo en la variedad de diseños	<input type="radio"/>						
Me preocupa la comodidad de las sandalias al momento de la compra	<input type="radio"/>						
Me preocupo por comprar una marca conocida en esta categoría	<input type="radio"/>						
El precio es una buena forma para medir la calidad de esta categoría	<input type="radio"/>						