



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

OPCIÓN DE GRADO I

AZAHÍ

AUTORES

ELIDA ANDREA CALDERÓN

Estudiante Administración De Empresas

ADRIANA MARIA LOAIZA MARÍN

Estudiante Administración De Empresas

GINA CONSTANZA GUTIÉRREZ RODRIGUEZ

Estudiante Administración De Empresas

PROFESOR

JUAN CARLOS BERNAL

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

BOGOTÁ

2018

[Escriba aquí]



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

DEDICATORIA

Este proyecto se lo dedicamos a DIOS, por permitirnos lograr cada una de nuestras metas las cuales hemos establecido durante nuestras vidas, por brindarnos salud y sabiduría para trabajar en ellas.

A nuestras familias, que son fuente de admiración y ejemplo a seguir, quienes con su apoyo y esfuerzo han aportado los mejores consejos y valores para que cada día seamos mejores personas.

[Escriba aquí]



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

AGRADECIMIENTOS

Primero que todo expresamos nuestro reconocimiento a DIOS por brindarnos la vida y la oportunidad de llevar a cabo nuestras metas.

A nuestro docente Juan Carlos Bernal Guarnizo, quien con sus conocimientos, dedicación y apoyo permitieron el buen desarrollo del proyecto.

A la universidad y al equipo de docentes que fueron parte fundamental en la formación académica y personal inculcando valores que nos permitieron construir bases sólidas para afrontar con éxito la vida profesional.

A nuestros compañeros que demostraron amistad y trabajo en equipo.

[Escriba aquí]

TABLA DE CONTENIDO

Introducción	7
¡Error! Marcador no definido.	
9	
Justificación	10
11	
Que es?	11
En qué consiste?	11
De donde nace la idea?	11
12	
Visión	13
14	
15	
Político	15
Económico	15
Socio cultural	16
Tecnológico	16
Ecologico	16
Legal	17
Encuesta	18
Metodología del estudio de mercados	22
¡Error! Marcador no definido.	
¡Error! Marcador no definido.	
[Escriba aquí]	



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

Producto:	18
Precio:	19
Plaza:	19
Promoción:	19
Pirámide de Maslow	24
Stakeholdres	25
Marketing Mix	26

¡Error! Marcador no definido.

TABLA DE IMÁGENES

Ilustración 2 Resultado pregunta 1 Encuesta	26
Ilustración 3 Resultado Pregunta 2 Encuesta	26
Ilustración 4 Resultado pregunta 3 Encuesta	26
Ilustración 5 Resultado pregunta 4 Encuesta	27
Ilustración 6 Resultado pregunta 5 encuesta	27
Ilustración 7 Resultado pregunta 5 encuesta	28
Ilustración 8 Resultado pregunta 7 Encuesta	28
Ilustración 2 Resultado pregunta 8 Encuesta	29
Ilustración 3 Resultado Pregunta 9 Encuesta	29
Ilustración 4 Resultado pregunta 10 Encuesta	29
Ilustración 5 Resultado pregunta 11 Encuesta	30



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

INTRODUCCIÓN

Dentro de este mundo globalizado, las empresas para sobrevivir y las nuevas inversiones que ingresan al mercado para poder desarrollarse, deben de orientar sus esfuerzos a ofrecer servicios de valor agregado o nuevas formas de comercializar los productos, hacia canales de distribución más accesibles a los compradores, pero manteniendo la calidad y los niveles de precios.

Ante esto, las oportunidades para nuevas empresas que contemplen esta idea como la base para ingresar al mercado, podrán tener amplias fortalezas si las aprovechan para usarlas en su beneficio. Así se tiene que como principio se han concebido dos ideas de negocio que se originan en la explotación de un método, el cual dirige una mayor comercialización por medio de la adecuación creativa de nuestros puntos de venta, así como la asesoría de moda personalizada en cada uno de ellos.

Por lo que se presenta una opción diferente al mercado existente, a partir de una línea de vestuarios femeninos con cortes innovadores y de gran calidad, de tal forma que satisfagan la necesidad de belleza y novedad a nuestros clientes; es por eso que introduciremos al mercado nacional una línea de productos con diseños originales de marca propia "Azahi", dirigida al público femenino, que tome como fuente las tendencias actuales de la moda y el diseño y las combine con excelentes acabados y materiales cuidadosamente seleccionados.



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

OBJETIVO GENERAL

Implementar un plan de negocio para la creación y puesta en marcha de la empresa AZAHI, la cual se dedicará a diseñar prendas de vestir para mujeres, buscando satisfacer a los clientes por su calidad y comodidad.

[Escriba aquí]



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Tener eficacia en despacho de mercancía hacia nuestros puntos de venta y en la rotación de mercancía.
- Contar con una excelente exhibición de nuestros productos en cada punto de venta.
- Ser líderes nacionales en la confección y comercialización de prendas para dama.

[Escriba aquí]



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

JUSTIFICACIÓN

La moda ocupa un papel muy importante en la sociedad, que no solo permite definir un estilo y diferenciarse entre los demás, si no que permite expresar y definir la personalidad de las mujeres, comunicar visualmente sus intereses y gustos. Infortunadamente la depresión es un trastorno mental que afecta a 350 millones de personas en todo el mundo, según estimaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS), donde las mujeres tienen más probabilidad de padecer esta enfermedad, siendo la influencia del contexto, es decir el papel de las mujeres, influenciadas por marcar estilos de personas famosas o reconocidas, sin saber que no toda la ropa o prendas de vestir son para todas, dado las proporciones físicas de cada una. Este proyecto busca generalizar y marcar una tendencia diferente, con asesoría personalizada.

[Escriba aquí]

IDEA DE NEGOCIO

¿Qué es?

Una empresa que diseña confecciona, vende y distribuye prendas para dama, con tendencias vanguardistas, frescas y cómodas, buscando un enfoque sofisticado, femenino y estilizado.

¿En qué consiste?

AZAHÍ es una marca colombiana que diseña prendas de vestir pensado especialmente en cada una de las diferentes siluetas. Buscando resaltar la belleza de la mujer, brindando una experiencia de compra única, ofreciendo diseños de imagen personalizada, también para aquellas personas que no desean acercarse a nuestros puntos de venta creamos la APP (AZAHÍ) con la cual queremos brindarles un buen servicio, donde podrán escanear su cuerpo la cual dará las medidas exactas, además del modelo de ropa que más te favorece, esta idea es con el fin de que las clientas al ver los catálogos o en las redes sociales, nuestros diseños tengan una solución más acertada a la hora de la compra online.

¿De dónde nace la idea?

Por medio de nuestra experiencia como mujeres que somos, hemos pasado por la frustrante situación de colocarnos una prenda de vestir la cual no nos queda igual a la de otras mujeres y allí la idea de cambiar el estilo de nuestras prendas y proporcionar una prenda única para cada tipo de silueta, además poseemos conocimientos en la parte de confección y ventas.



MISIÓN

AZAHÍ Diseños, diseña, confecciona y comercializa prendas para dama, buscando evolucionar en el estilo de la mujer de hoy, con asesoría personalizada, con un enfoque sofisticado y elegante donde cada mujer pueda transmitir su feminidad sensualidad a través de una prenda de vestir.

[Escriba aquí]



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

VISIÓN

Para el año 2023 AZAHI, pretende obtener el reconocimiento como marca a nivel nacional con proyección en el mercado Latinoamericano, cumpliendo con los estándares internacionales de calidad, con prendas cómodas, enfocado en la mujer de hoy.

AZAHI contara con personal capacitado y comprometido para lograr la satisfacción del cliente a nivel de compra y de servicio.



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

VALORES CORPORATIVOS

RESPECTO

Actuamos bajo principios éticos y normas empresariales, que permiten obtener un compromiso con el país y la convivencia en sociedad.

SERVICIO

Escuchamos, atendemos y resolvemos las necesidades de ellas con el fin de cumplir con sus expectativas.

SOLIDARIDAD

Estamos comprometidos con el trabajo de la comunidad que tengan la mejor disposición para realizar trabajos por un bien común y contribuir con el desarrollo socio económico

ANÁLISIS PESTEL

Político

- Protección ambiental mejorar significativamente el desempeño ambiental del país, En las calificaciones de cambio climático (con un peso del 25 por ciento en el EPI) y contaminación del aire (con un peso del 12,5), Colombia supera ampliamente a los otros países, mientras que en los otros campos nos encontramos en el promedio.
- Formalización y Generación de Empleo, busca generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas con el fin de aumentar beneficios y disminuir los costos de formalizarse.
- Fomento del comercio exterior, buscan impulsar a las importaciones y exportaciones por países, zonas económicas y sectores, con base en una clasificación interna, establecida por el Ministerio de **Comercio**, Industria y Turismo.
- La existencia de conflictos internos o con otros países actuales Colombia Ha vivido en los últimos cincuenta años atrapada entre los estertores de un conflicto interno con características absolutamente especiales, que le han traído consecuencias graves para su desarrollo y un costo en vidas humanas muy alto.

Económicos

- Análisis de datos macroeconómicos
- Evolución del PIB.
- Tasas de interés,
- La inflación,
- La tasa de desempleo,
- El nivel de renta
- Los tipos de cambio,

[Escriba aquí]



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

- El acceso a los recursos,

Socio cultural

- Evolución demográfica,
- La movilidad social
- Cambios en el estilo de vida.
- También el nivel educativo
- La religión,
- Las creencias,
- Los roles de género,
- Los gustos, las modas
- los hábitos de consumo de la sociedad.

Tecnológico

- APP AZAHI brinda servicio, escaneo cuerpo entero y este te da las medidas; este tipo Además a través de una plataforma de Ecommerce llamada Shopify, siendo la ventana de nuestros diseños, en forma de catálogos, con un manejo sencillo, donde daremos pautas estándar a la hora de escoger su talla y proporción de su cuerpo, desde cualquier medio tecnológico

Ecológico

- Conservación del medio ambiente,
- La legislación medioambiental
- El cambio climático
- Las variaciones de las temperaturas
- Los riesgos naturales
- Los niveles de reciclaje,
- La regulación energética y los posibles cambios normativos en esta área.

[Escriba aquí]



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

Legal

Toda la legislación que tenga relación directa con el proyecto, información sobre licencias, legislación laboral, propiedad intelectual, leyes sanitarias y los sectores regulados, etc.

[Escriba aquí]



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

ESTUDIO DE MERCADO

Encuesta

1. ¿Con que frecuencia compra ropa?
 - a. Cada 3 meses
 - b. Cada 6 meses
 - c. Cada 8 meses
 - d. Cada año
 - e. Ninguna de las anteriores

2. ¿Cuál es la prenda de vestir más buscada para comprar?
 - a. Jean
 - b. Pantalones
 - c. faldas
 - d. Blusas
 - e. Gabanes
 - f. Chaquetas

3. ¿Qué interés tiene en la moda?
 - a. Poca

 - b. Mucha
 - c. Refleja mi personalidad
 - d. Me gusta
 - e. Ninguna de las anteriores

[Escriba aquí]



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

4. ¿Cuál es el lugar más habitual donde compra su ropa?
 - a. Centros comerciales
 - b. Tiendas de barrio
 - c. Tiendas de marca
 - d. Revistas
 - e. Tiendas o páginas online
 - f. Todas las anteriores

5. ¿Cuánto dinero usted llega a gastar en un conjunto (jean o pantalón, blusa, chaqueta) de su preferencia?
 - a. Menos de \$100.000
 - b. Menos de \$200.000
 - c. Menos de \$300.000
 - d. Más de \$400.000

6. AZAHI es una marca colombiana que diseña prendas de vestir con tendencias vanguardistas, frescas y cómodas, buscando un enfoque sofisticado, femenino y estilizado pensado especialmente en cada una de las diferentes siluetas. Buscando resaltar la belleza de la mujer, brindando una experiencia de compra única, ofreciendo diseño de imagen personalizada o a través de la app la cual realiza un scanner a tú figura dando a conocer tus medidas exactas y diseños que más te favorecen, causando sobresalir en cualquier ocasión y reflejar toda la feminidad y sensualidad que hay en ti. Después de haber conocido esta idea de negocio, seleccione una respuesta.
 - a. Esta idea es creíble y realizable
 - b. Esta idea es novedosa
 - c. Esta idea es para personas como yo
 - d. Esta idea satisface mi necesidad
 - e. Si este producto saliera al mercado yo lo recomendaría

[Escriba aquí]



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

7. ¿Conociendo esta idea de negocio y no teniendo en cuenta el precio, al salir esta línea de ropa femenina al mercado, usted la compraría?
 - a. Definitivamente NO compraría
 - b. Seguramente NO compraría
 - c. No sabe si compraría o no
 - d. Seguramente compraría
 - e. Definitivamente compraría

8. Considera usted que \$60.000, \$80.000 o \$100.000 en un jean o blusa sofisticada, resaltando su figura, cómoda, es:
 - a. Es tan barato que dudaría de su calidad
 - b. Es un precio justo
 - c. En tan costoso que ya no lo compraría

9. ¿Qué prefiere usted en una prenda de ropa?
 - a. Que sea de buena calidad
 - b. Que tenga un buen diseño
 - c. Que sea de una marca conocida
 - d. Que sea cómoda
 - e. Que sea barata
 - f. Otro

[Escriba aquí]



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

10. ¿Alguna vez usted compro ropa online?

- a. SI
- b. NO

11. ¿Cuál fue su experiencia cuando compro ropa online?

- a. Buena
- b. Mala
- c. Regular

[Escriba aquí]



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

Metodología del Estudio de Mercados

La metodología que se utilizará para el estudio de este mercado será a través de las fuentes primarias ya que este modelo brinda más recursos y análisis de los resultados que queremos recolectar por esta razón usaremos una encuesta que está diseñada con una serie de preguntas abiertas y cerradas, esta encuesta será respondida por personas mayores de 25 años a 30 años.

MERCADO

PENTAGONO DE PERFILACIÓN DE CLIENTES

Ciclo de descubrimiento

TAM: Según cifras del Dane para 2017 el número de mujeres en Colombia fueron
24.925.492

SAM 4.068.770 población de mujeres en Bogotá

SOM 294.790 poblaciones de mujeres entre edades de 25 a 30 años

PÚBLICO OBJETIVO

Variables Demográficas

Estas variables dividen el mercado en relación a **cómo son** los consumidores a los cuales se quiero apuntar en términos cuantitativos.

1. Edad de 25 – 30 años
2. Solteras – casadas
3. Género femenino
4. Básico, profesional
5. Clase media baja - Clase media- Clase alta
6. Todas las razas

[Escriba aquí]



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

7. Religión todas
8. Nacionalidad todas

Segmentación

Variables geográficas

Estas variables dividen el mercado en relación con dónde se encuentran los consumidores a los cuales se quiere apuntar.

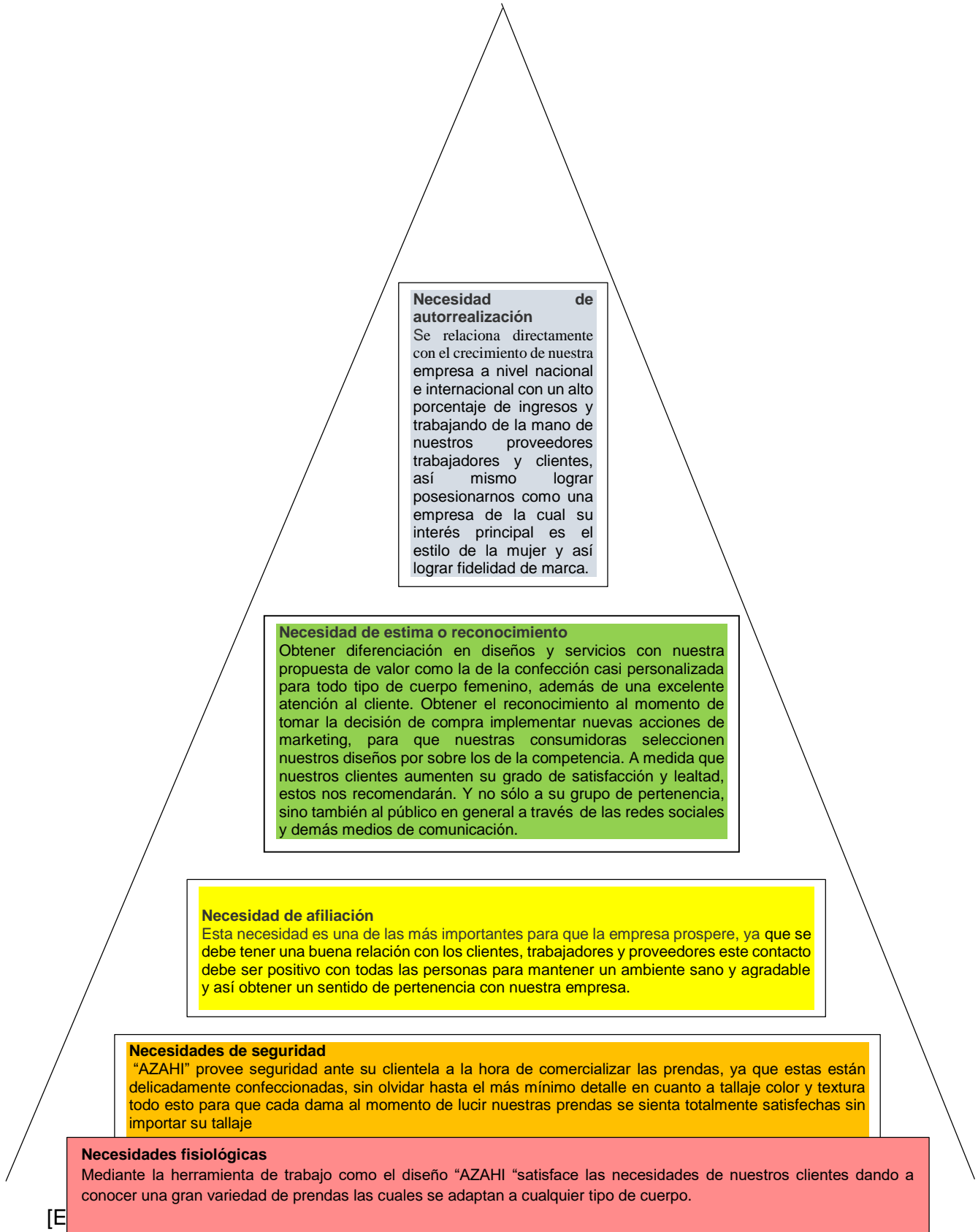
1. Colombia
2. Bogotá

[Escriba aquí]



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

PIRAMIDE DE LAS TEORIA DE LAS NECESIDADES DE MASLOW





Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

STAKEHOLDERS

Significa: participante – inversor-accionista=grupos de interés de una empresa

Este concepto viene de R. Edward Freeman: Todas aquellas personas o entidades que pueden afectar o son afectados por las actividades de una empresa.

También actores sociales que producto de las decisiones y objetivos de una empresa se pueden ver afectados de manera positiva o negativa.

En esto encontramos dos grupos de interés:

1. Primarios: Fundamentales para poder operar una organización. Ente estos tenemos:
 - Accionistas
 - Clientes
 - Proveedores
 - Trabajadores
2. Secundarios: Son aquellos que no participan directamente en el intercambio de una empresa, pero se pueden afectar por las acciones de estas. Se catalogan entre los competidores, los medios de comunicación y las ONG's.

Dentro de Nuestra Organización:

1. Stakeholders Primarios:
 - Accionistas: Andrea, Adriana, Gina
 - Clientes: Mujeres en rango de edades de 25 a 60 años.
 - Proveedores: Los insumos, materia prima, maquinaria, servicios públicos, para la confección de las prendas para mujer.
 - Trabajadores: Mujeres cabeza de hogar, operarios, vendedores.
2. Stakeholders Secundarios:
 - Competidores: Marcas reconocidas, almacenes de cadena, ventas informales.
 - Medios de comunicación: Radio, prensa, televisión, redes sociales.

Objetivos del Estudio de mercados

- Conocer la cantidad de posibles compradores que van a adquirir nuestro producto.
- Identificar la necesidad que tiene el cliente para poderla satisfacer.

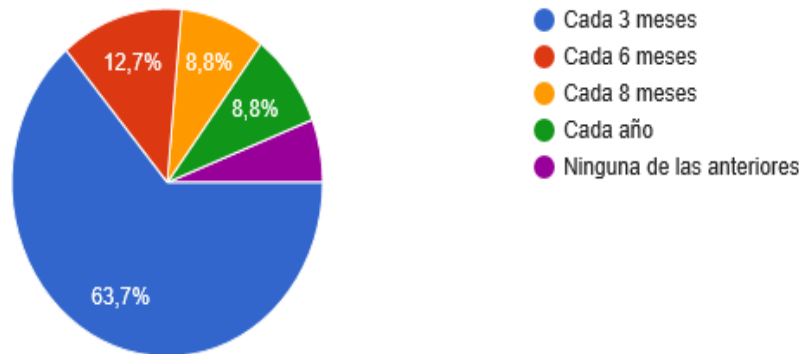
[Escriba aquí]



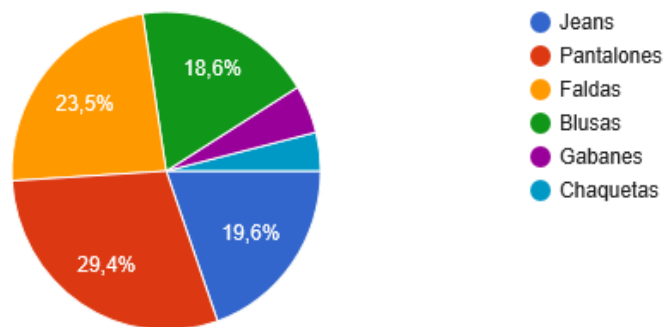
Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

Resultado de encuestas realizadas:

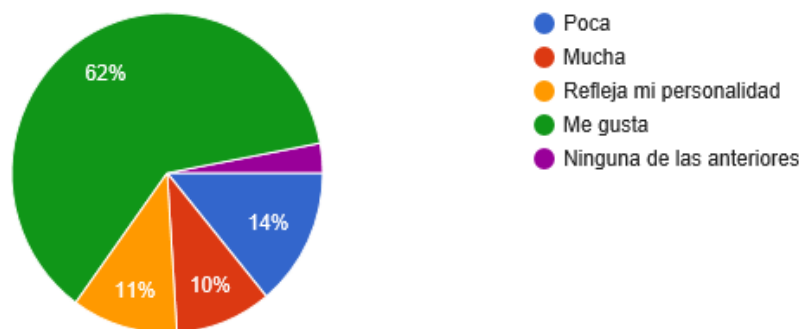
1. ¿Con que frecuencia compra ropa?



2. ¿Cuál es la prenda de vestir más buscada para comprar?



3. ¿Qué interés tiene en la moda?

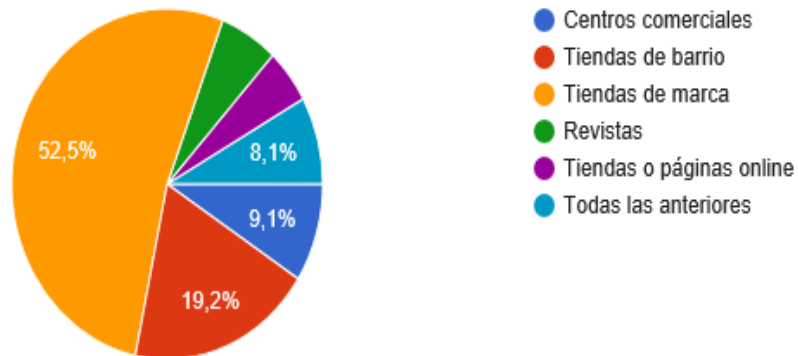


[Escriba aquí]

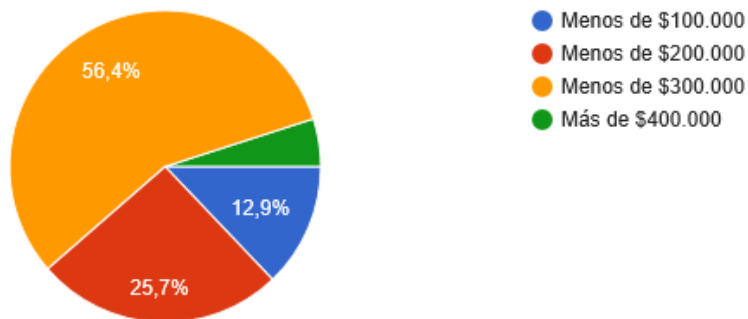


Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

4. ¿Cuál es el lugar más habitual donde compra su ropa?



5. ¿Cuánto dinero usted llegó a gastar en un conjunto (jean o pantalón, blusa, chaqueta) de su preferencia?



[Escriba aquí]

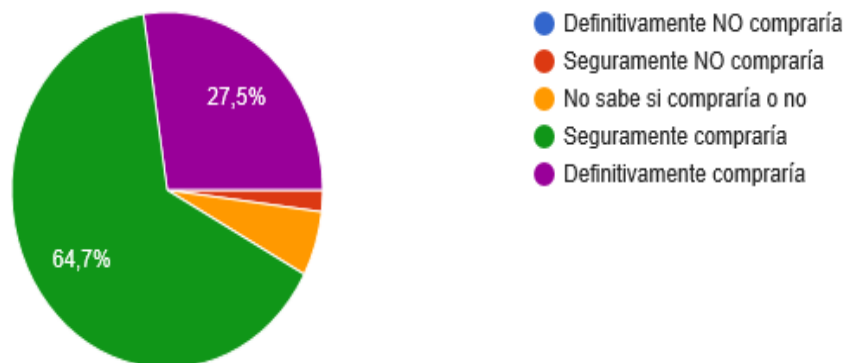


Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

6. AZAHI es una marca colombiana que diseña prendas de vestir pensadas especialmente en cada una de las diferentes siluetas. Buscando resaltar la belleza de la mujer, brindando una experiencia de compra única, ofreciendo diseños de imagen personalizada, también para aquellas personas que no desean acercarse a nuestros puntos de venta creamos la APP (AZAHI Diseños) con la cual queremos brindarles un buen servicio, donde podrán escanear su cuerpo la cual dará las medidas exactas, además del modelo de ropa que más te favorece, esta idea es con el fin de que las clientas al ver los catálogos o en las redes sociales, nuestros diseños tengan una solución más acertada a la hora de la compra online.



7. ¿Conociendo esta idea de negocio y no teniendo en cuenta el precio, al salir esta línea de ropa femenina al mercado, usted la compraría?

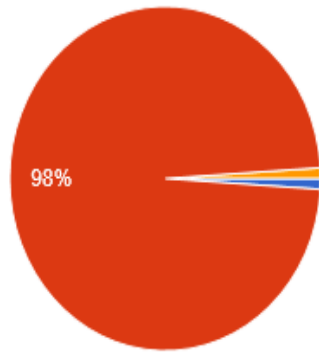


[Escriba aquí]



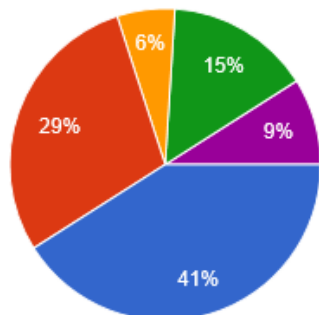
Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

8. Considera usted que \$60.000, \$80.000 o \$100.000 en un jean o blusa sofisticada, resaltando su figura, cómoda, es:



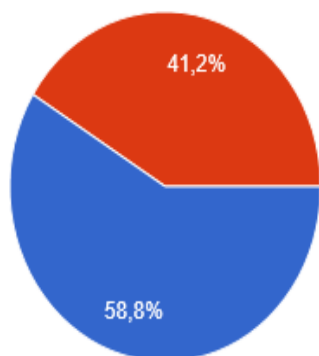
- Es tan barato que dudaría de su calidad
- Es un precio justo
- En tan costoso que ya no lo compraría

9. ¿Qué prefiere usted en una prenda de ropa?



- Que sea de buena calidad
- Que tenga un buen diseño
- Que sea de una marca conocida
- Que sea cómoda
- Que sea barata
- Otro

10. ¿Alguna vez usted compro ropa online?



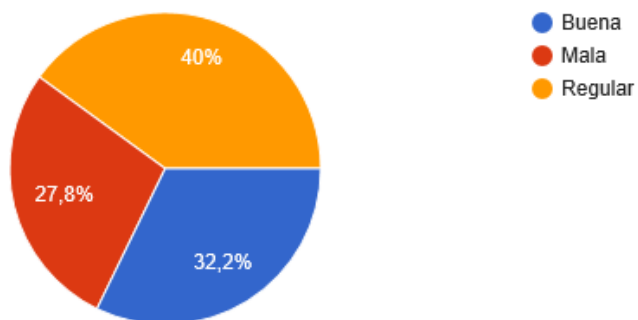
- SI
- NO

[Escriba aquí]



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

11. ¿Cuál fue su experiencia cuando compro ropa online?



[Escriba aquí]

MARKETING MIX

Producto:

Diseño, confección, venta y distribución de prendas para dama, con tendencias atrevidas, frescas y cómodas, buscando un enfoque sofisticado y femenino con nuevos diseños, telas de buena calidad a su vez la innovación en el servicio mediante la tecnología implementado la APP AZAHI.

Precio:

El precio se le asignara al producto de acuerdo a los costos de fabricación que genere la producción de la misma, de las políticas de la empresa y precios de la competencia. Las características que tengan las prendas de vestir se determinaran su valor ya que podrían ser caros o económicos. Las prendas de vestir son un producto de necesidad básica su precio será estándar de acuerdo a la competencia.

Plaza:

La Empresa estará ubicada en Bosa los puntos de venta se situaran en la zona , sur, y occidente de la ciudad de Bogotá

Promoción:

Esta es la forma en la que el nuestras prendas se darán a conocer ,para impulsar a las mujeres a que compren. Para alcanzar el éxito de la promoción es necesario la innovación, del marketing en implementarlo para obtener un reconocimiento por la marca. La publicidad en pagina web, Facebook, voz a voz, por radio etc.

[Escriba aquí]

PROCESO PRODUCTIVO

1. RECEPCIÓN Y ALMACENAMIENTO DE MATERIALES: Se recibe la muestra del vestido terminado, la tela cortada y las habilitaciones (adornos, cierres, botones y resortes, entre otras), así como una tabla de especificaciones.
2. INSPECCIÓN DE TELA Y HABILITACIONES: Se inspecciona la tela y sus habilitaciones, separando, en su caso, tallas y color, entre otros.
3. ÁREA DE COSTURA: Las piezas de tela se transportan al área de costura.
4. ENSAMBLE DE LAS PIEZAS DE TELA: Se realiza la confección de las distintas piezas cortadas : delanteros, espalda, mangas, forros, vistas y entretelas.
5. TRANSPORTE AL ÁREA DE ACABADO: Una vez cosido el vestido, se transporta al área de acabado.
6. ACABADO: En esta etapa se colocan al vestido las vistas, dobladillos, adornos, resortes y broches, de acuerdo con la tabla de especificaciones y a la muestra modelo del vestido.
7. INSPECCIÓN: Una vez terminada la prenda, se efectúa la inspección para verificar que no existan fallas..
8. PLANCHADO: La prenda se plancha con equipo industrial, realizando, si es que se requieren, dobleces especiales
9. EMPAQUE: El vestido se coloca en ganchos y, además, se cubre con un plástico para evitar que se ensucie o se manche durante su recorrido al cliente final.
10. TRANSPORTE AL ALMACÉN DE PRODUCTO TERMINADO: Este se realiza usando roperos móviles

Distribución del producto

El canal de distribución de las prendas, se hará por medio de nuestras tiendas especializadas en productos para dama, buscando siempre la innovación y adecuación creativa de los puntos de venta.

[Escriba aquí]



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

CONCLUSIONES

Nos podemos dar cuenta que una empresa para que tenga éxito y posicionamiento en el mercado, debe estudiar el mercado al que desea llegar, debe conocer su mercado meta además que todo lo investigado hace referencia al manejo que se debe hacer al momento de querer crear una empresa sólida.

Por todo esto podemos concluir que la aplicación de todos los conceptos y las corrientes de manera objetiva y analítica toma en cuenta siempre el sentido de innovación como la herramienta clave para el desarrollo sostenido del éxito en la dirección de las organizaciones.

[Escriba aquí]



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

BIBLIOGRAFIA

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion>

<http://www.scielo.org.co/pdf/cein/v25n2/v25n2a08.pdf>

<https://psicologiaymente.com/psicologia/piramide-de-maslow>

<https://www.obs-edu.com/int/blog-investigacion/marketing-y-comunicacion/stakeholders-ejemplos-para-entender-el-concepto>

[Escriba aquí]



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

[Escriba aquí]



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

[Escriba aquí]