



ASNIJ SAS

Stefanny Torres Linares

Laura Stephania Reinoso Zambrano

Instagram: @asnijsas

Facebook: Asnijsas

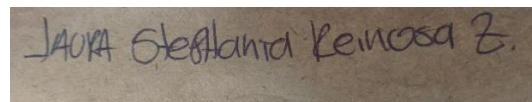
COMPROMISO DE AUTOR

Yo, LAURA STEHANIA REINOSA, STEFANNY TORRES, con cédula de Ciudadanía 1022381869, 1000213443 de Bogotá y alumnos del programa académico Contaduría pública, declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuántas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

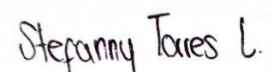
Firma: Laura Stehania Reinosa Zambrano

1022381869



Stefanny Torres Linares

1000213443



Resumen

Este es un proyecto que pretende arrancar con venta online y que paulatinamente se va a ir expandiendo a tiendas físicas que logren brindar a sus clientes directos e indirectos productos innovadores, exclusivos y de ser posible personalizados que las identifiquen con su personalidad y estilo de vida actual.

Introducción

ASNIJ S.A.S. es una empresa legalmente constituida por acciones simplificada y que se encuentra ubicada en la ciudad de Bogotá, pero con proyecciones a largo plazo de inaugurar sucursales en las ciudades principales del país. El objeto principal de nuestra sociedad es la venta y comercialización de accesorios para mujer, así mismo podrá realizar cualquier tipo de actividad económica lícita tanto en Colombia como en el exterior.

Objetivo general

IncurSIONAR en las ventas on-line una margen de éxito sostenible, brindamos precios competitivos en el mercado y Fomentar entre los empleados la fidelización de nuestros clientes a través de la venta de nuestros productos.

Objetivos Específicos

Establecerse en el mercado internacional y abrir sucursales en las principales ciudades del país.

Calcular la rentabilidad de la empresa para que sus ingresos sean mayores que sus gastos.

Satisfacer a los clientes de ASNIJ SAS ya que es la base de la empresa con ayuda de los empleados impulsándolos e impulsándolos al éxito tanto de ellos como de la compañía.

Ofreciendo unos productos de excelente calidad, con buenos precios y cada día mejorando, innovando los modelos de bisutería para generar buena competencia en el mercado.

Descripción de la idea de negocio

Empresa dedicada a la comercialización de accesorios para mujer, así mismo podrá realizar cualquier tipo de actividad económica lícita tanto en Colombia como en el exterior.

1.1 ¿Cuál es el producto o servicio?

El producto es bisutería y accesorios unisex.

1.2 ¿Quién es el cliente potencial?

Niñas y mujeres.

1.3 ¿Cuál es la necesidad?

La necesidad es estar cerca de nuestros clientes para conocer de primera mano sus necesidades y de esta manera poder ser los primeros en suplir sus carencias con nuestros productos.

1.4 ¿Como?

Estando atentos a los cambios de la moda, con el fin de estar actualizados en el mercado y de esta manera nuestras clientas encuentren siempre productos acordes a la actualidad.

1.5 ¿Porque lo preferirían?

Nos preferirían porque nuestros servicios son puerta a puerta y en nuestras redes sociales se encuentran las promociones.



2. Modelo de negocio

¿Como puede ser sostenible?

Este es un proyecto que pretende arrancar con venta online y que paulatinamente se va a ir expandiendo a tiendas físicas que logren brindar a sus clientes directos e indirectos productos innovadores, exclusivos y de ser posible personalizados que las identifiquen con su personalidad y estilo de vida actual

¿Cuáles son los costos para entregar una propuesta de valor?

Para hallar ello se necesitan los costos de la materia prima, y los activos que posee la empresa.

¿Quiénes son los clientes?

Se identifican a mujeres en edades entre las edades de 22 a 40 años, del sector empresarial y educativo y que se encuentran dentro de un estrato socioeconómico de estrato medio, quienes serán nuestras principales clientas potenciales y a su vez serán nuestra voz a voz en calidad y costos que les pueden brindar satisfacción en la búsqueda de sus prendas como complemento a su vestimenta diaria.



¿Como se puede generar relaciones con los clientes?

Aceptando quejas dudas y sugerencias dándoles una buena atención ofreciéndoles nuestros productos de buena calidad siendo honestos para generar confianza y fiabilidad para nuestros clientes.



¿Qué alianza estratégica se pueden generar?

Nuestros aliados son las redes sociales por medio de ellos tenemos nuestra tienda virtual que nos permite generar reconocimiento a nivel nacional e internacional.



¿Como se entrega la propuesta de valor?

Le comunicamos a nuestros clientes que nuestros productos son de buena calidad y precios asequibles, también les ofrecemos seguridad a la hora de la compra asegurando que los productos lleguen bien a su destino.



¿Como se generar ingresos y fuentes de financiación?

se generan ingresos con ayuda de amigos y familiares de las socias de la empresa, con nuestras promociones y publicidad en redes sociales. Las fuentes de financiamiento es el banco ya que con el obtenemos el flujo de la operación diaria de la empresa



¿Cuáles es la propuesta de valor?

La propuesta de valor de ASNIJ SAS, es ofrecer accesorios para dama asequible. ASNIJ SAS se ha esforzado para tener a sus clientes satisfechos. La estrategia se basa en adaptar diseños exclusivos para nuestros clientes, y con nuestra política de envío del producto ya que es con rapidez.



¿Cuáles son los procesos y recursos necesarios?

El recurso es el ser humano, con este proceso: trazar el molde en la lámina, doblado, corte, soldado, desbaste, accesorios, pulido, pintado y empacado.

2.2 ¿Cuál es su modelo de venta por internet?

Social selling

2.2.1 ¿Como captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

Se captarán con las redes sociales, tales como Facebook e Instagram, haciendo publicaciones de nuestros productos con buena calidad de imagen para que llame la atención de los clientes, responder rápidamente los mensajes que nos llegan, tales como preguntas o como tales pedidos que ya quieran hacer.

Invirtiendo en anuncios tanto en Instagram como en Facebook, también los captaremos con una conexión emocional, relacionadas con el matrimonio, amistad, etc.

2.2.2 ¿Como y que alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

Ofreceremos ofertas en los anuncios, en un mes x para un descuento del 30% en los productos, haciendo sorteos de los mejores clientes que tenga la empresa, si la compra lleva un monto de más de 100.000 pesos se les dará un obsequio.

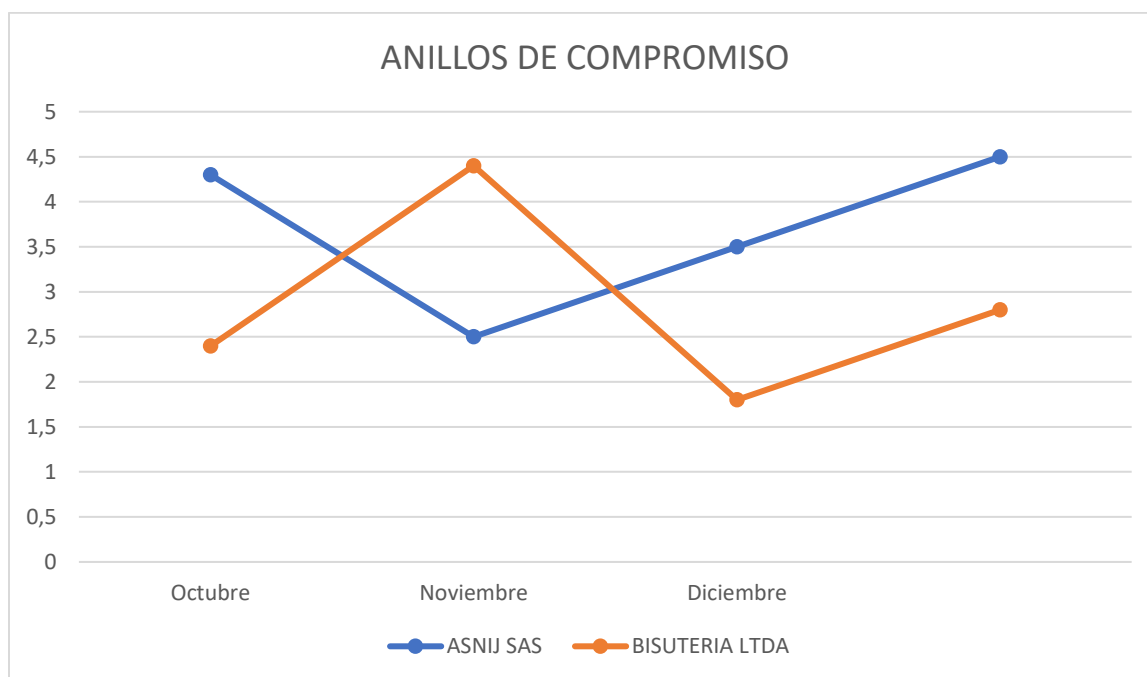
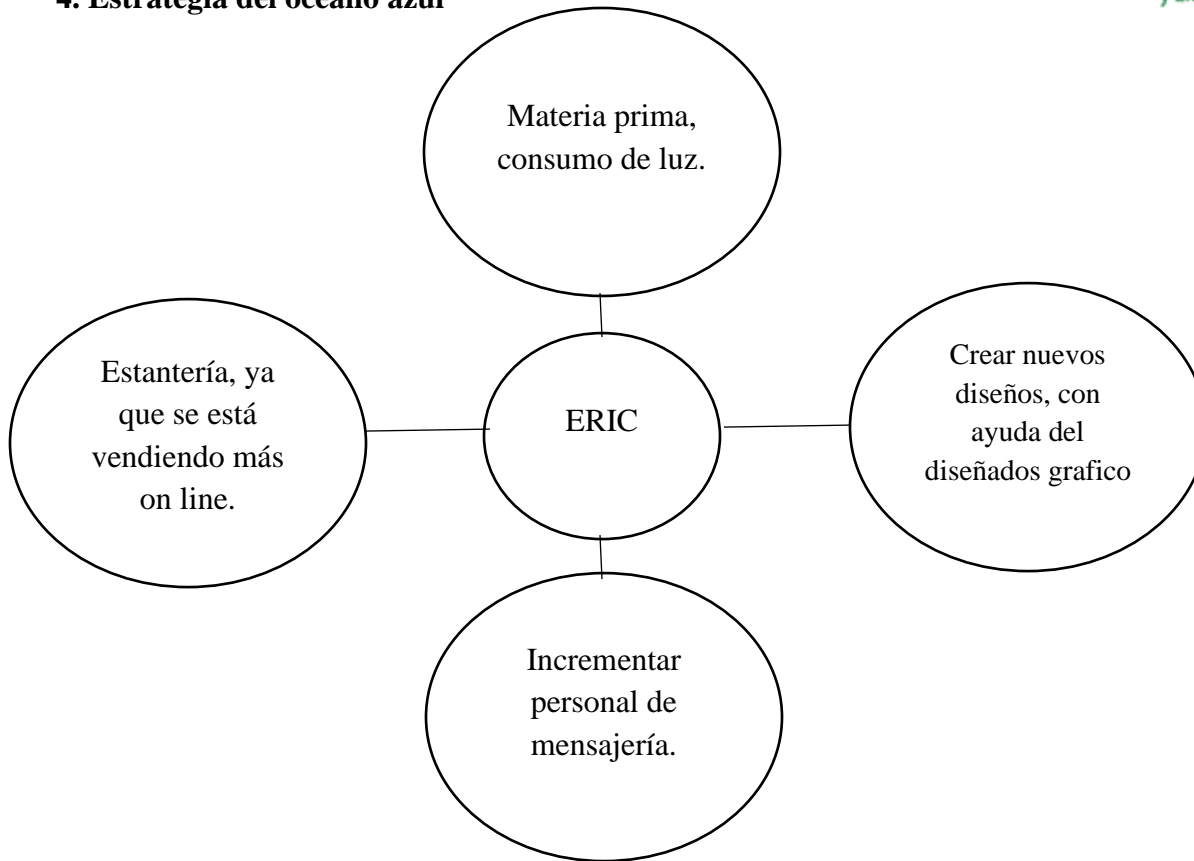
2.2.3 ¿Como cerrara la venta por Internet y cuales podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?

Se desactivarían las redes sociales, los medios de pago son: nequi, consignación bancaria o contra entrega.

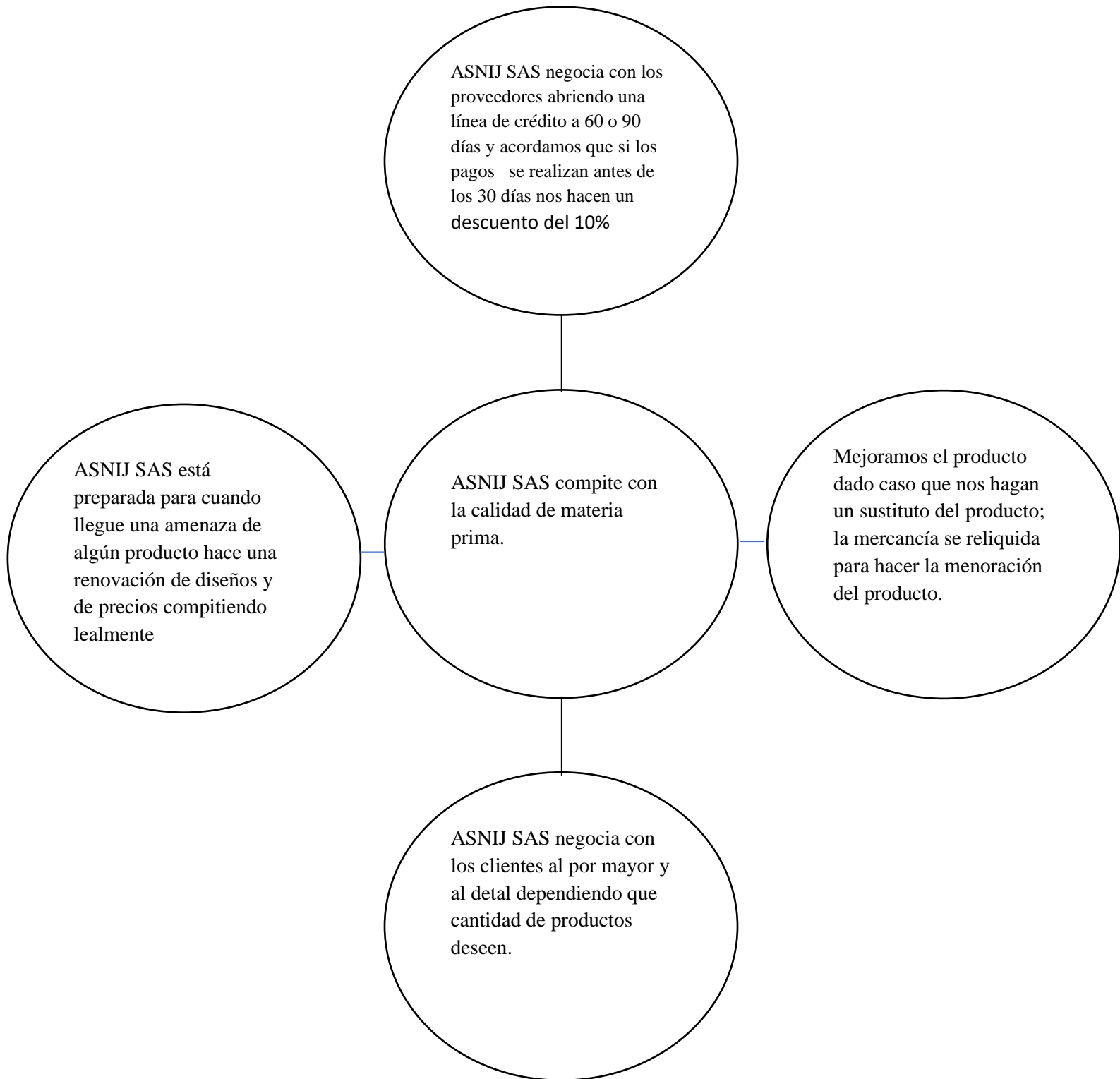
3. Innovación sostenible

	AGUA	ENERGIA	MATERIAS PRIMAS	EMISIONES	RESIDUOS
<p>El producto no tiene ecodiseño</p>	<p>Reciclamos el agua usando purificadores.</p>	<p>La empresa tiene paneles solares y también utiliza equipos como: guillotina manual, presas manuales, cautil inalámbrico, lijadoras manuales, pulidora.</p>	<p>La materia prima no se reduce, se utiliza las bolsas biodegradables, también se utiliza los químicos como platex de sapolio (limpieza de bisutería).</p>	<p>Se ha medido la huella de carbono y el resultado es que economizamos el agua con el purificador, la electricidad con utensilios manuales, el transporte con motos eléctricas y bicicletas.</p>	<p>No se recicla por que los productos que maneja la empresa no son ecológicos.</p>
<p>La campaña que hace en la empresa es utilizando la bolsa biodegradable que está elaborada de semillas de vegetales</p>		<p>Motos eléctricas Bicicletas</p>	<p>La empresa utiliza las redes sociales, con ayudas de tarjetas biodegradables.</p>		

4. Estrategia del océano azul



Cinco (5) fuerzas de Porter



Marketing MIX

5.1 Estrategias de producto para clientes

Núcleo

Nuestros productos estarán fabricados de piedras preciosas y de fantasía, en material de plata oro y cobre, acompañados de una limpieza en platex.

Calidad

Contamos con una gran variedad de productos en buenos materiales y a muy buen precio, describiendo las características del producto y mostrando productos de alto impacto, para así llamar la atención de los clientes.

Envase

A los clientes se les entregara el producto en bolsas biodegradables, acompañadas de nuestro logo.

Diseño

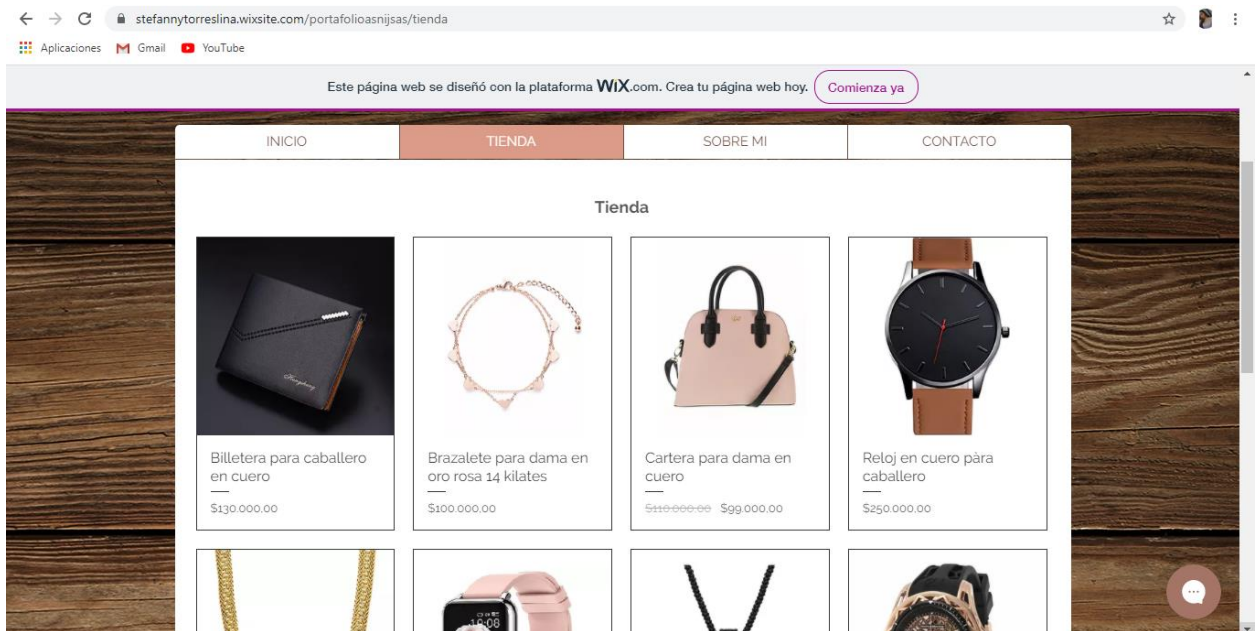
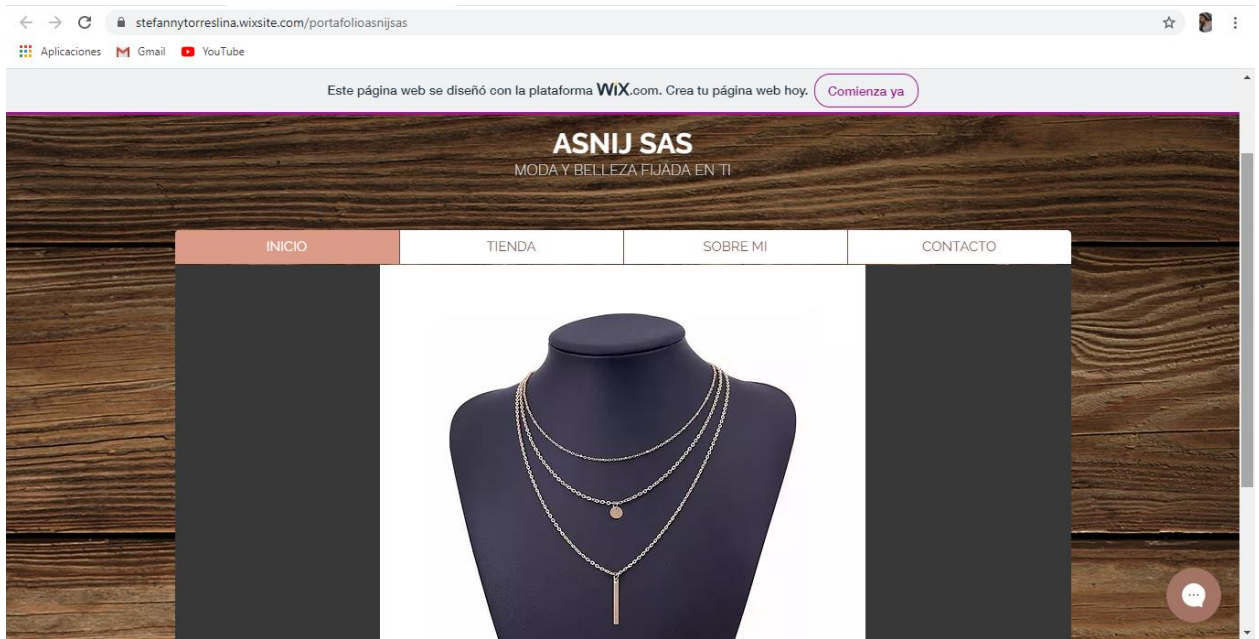
Los diseños de nuestros productos son variantes por temporadas, colecciones, además que hay clientes que traen su propio boceto de lo que quiere que se le fabrique.

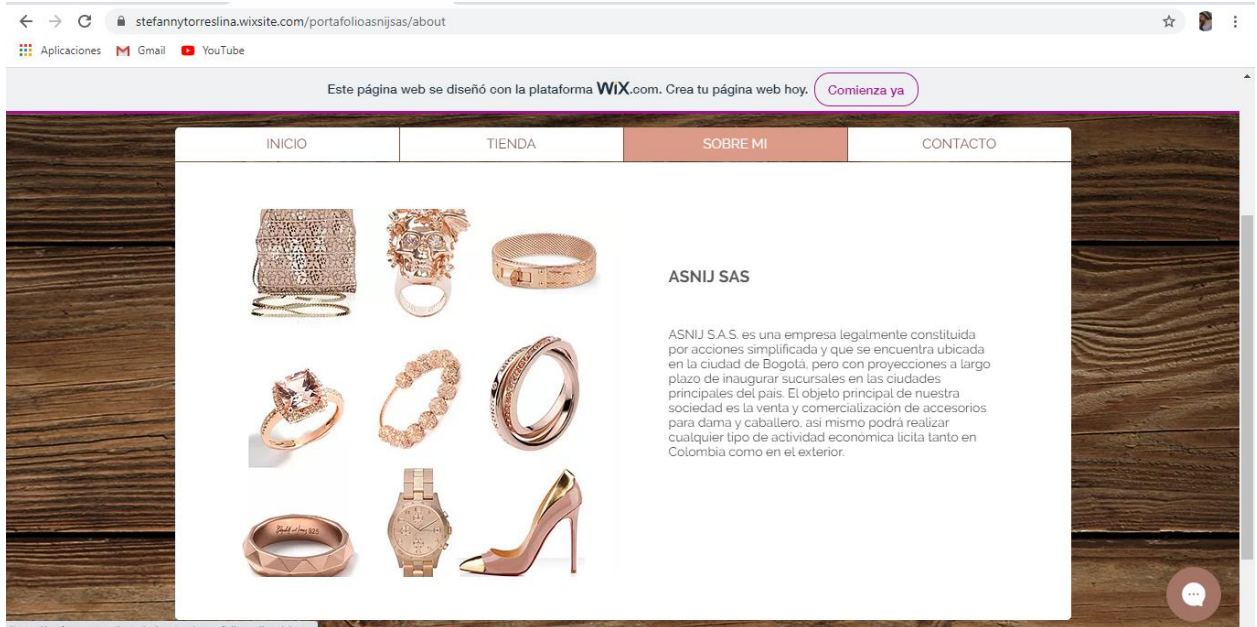
Servicio

A nuestros clientes se les brinda un buen servicio respecto a precios, atención y ética.

5.1.1 Portafolio

<https://stefannytorreslina.wixsite.com/portafolioasnijzas>





5.2 Estrategias de precios

Costos de producción (conjunto de aretes cadena y pulsera para dama 25 gramos de plata)

Costo unitario de materiales anillo de oro de 4 gramos \$ 98.000

Costo unitario mano de obra \$34.000

Costo unitario cif \$ 10.000

Costo unitario costo total \$142.000

La elaboración del producto de anillo de 4 gramos de oro sale por un valor de fabricación de

\$ 142.000

ASNIJ SAS utiliza marketing directo ya que no tenemos intermediarios, ya que los productos son de primera mano ya que somos comercializadores de nuestros productos fabricados.

MARKETING MIX						
Estrategia	Observamos a través de un análisis de resultados que esta población se verá beneficiada con nuestros servicios, ya que les estaremos ahorrando tiempo y desplazamiento.	Manejaremos un canal directo de distribución y de esta manera poder llegar al consumidor de manera más rápida y eficiente	Se apoyaría por medio de personal de mensajería y plataformas.	Se tiene en cuenta las fechas especiales en el año, como el día de la madre, padre, etc.	En el punto de venta (CR 52 38-4 BRR MUSU)	Igualdad de competencia en el mercado.
Producto	De promoción se enfocará en las redes sociales y dentro de las mismas se ofrecerán ofertas y promociones que serán llamativas para todo público	: trabajaremos con la estrategia de distribución exclusiva para poder tener un mayor control y menor número de intermediarios	Mano de obra	Fechas de nuevas colecciones.	En la fábrica de ASNIJ SAS.	Dependiendo el accesorio.
Precio	Esta es una estrategia pura, ya que es una opción de encontrar en el mercado un producto de calidad a un buen precio	Esforzándose con las ventas online y físicas con ayuda de las redes y publicidad.	Con préstamos bancarios.	Ofertas, descuentos.	Ala cuenta bancaria.	Siendo buenos competidores a comparación al costo de los productos.
Promoción y comunicación	Tenemos como estrategia las redes sociales y publicaciones masivas de nuestros productos, con lo cual serán vistos por más personas con la posibilidad de captar más ventas efectivas	Llegar por medio de plataformas digitales.	Redes sociales y pagina web, aparte de nuestros vendedores en la tienda física.	Haciendo comunicados por medio de las redes y pagina, las promociones o rebajas que estarán por algunas fechas.	En el establecimiento de punto de venta.	Depende de los costos de anuncios y folletos.

6. Desarrollo de marca

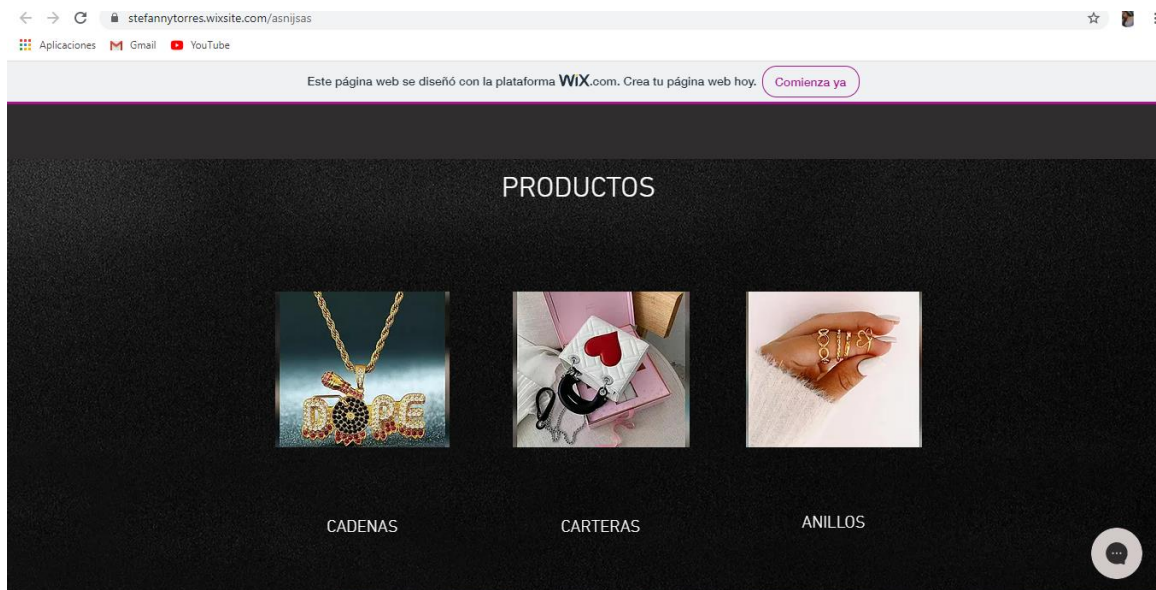
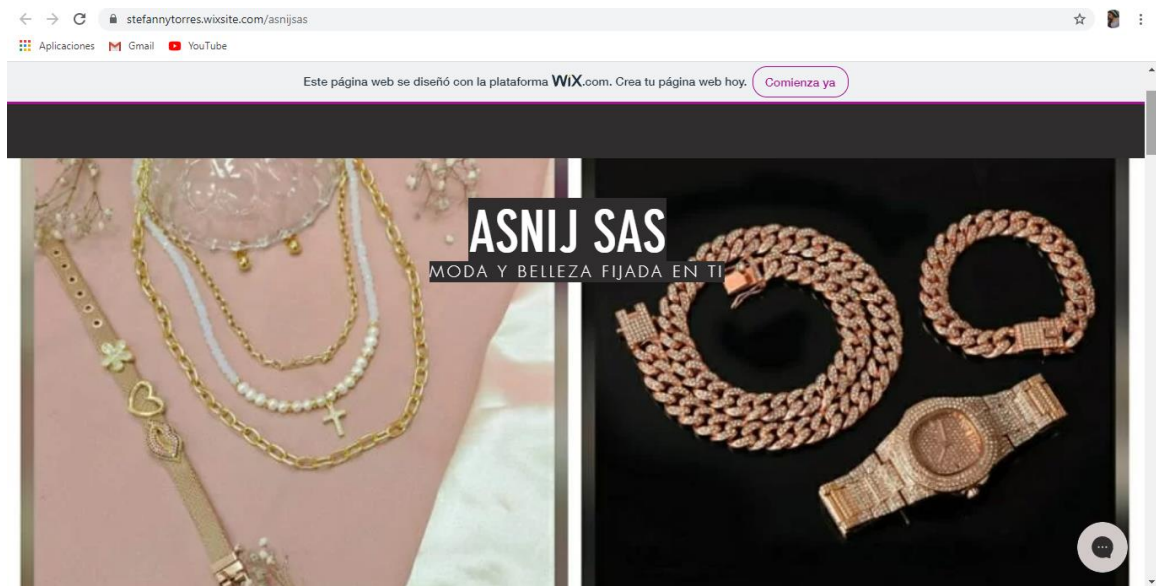
MATRIZ DE DESARROLLO DE MARCA		
Nombre de la idea:	ASNIJ SAS	
PASOS	OBJETIVOS	RESULTADO
Primer paso: diagnóstico del mercado	A. Identificación del sector	Sector secundario
	B. Identificar marcas de competencia	Gess, fossil, gucci
	C. Soluciones principales y alternativas	Ahorro de gastos de mantenimiento y ahorro de material y recursos externos.
	D. Tendencias de mercado	Big Data en el lugar de trabajo, la especialización del conocimiento, la diversidad de género, la evolución del marketing, el crecimiento de las Pymes.
	E. Arquetipo de la marca	Moda
Segundo paso: realidad psicológica de la marca	A. Percepción de las marcas de la competencia	Las otras marcas tienen más reconocimiento
	B. Identificar variables del neuromarketing	Nuestra marca se basa en el aspecto de neuromarketing ya que el logo es alusivo a lo que se vende.
Tercer paso: posicionamiento	A. Identificar top of mind	Joyas, carteras para dama y caballero
	B. Identificar top of heart	Los clientes visualizan que pueden comprar por tienda física o online
Cuarto paso: realidad material de la marca	Traducir nuestra propuesta de valor en la marca.	Nuestro logo muestra lo que se le ofrece al público.
Quinto paso: estrategia de comunicación	Desarrollar acciones continuas para la introducción de la marca en el mercado que están ligadas a la medición tecnológica y de redes sociales.	Los accesorios que manejamos son de buena calidad y estéticamente delicados para damas y niñas, y para los caballeros accesorios elegantes y de clase, con esto incentivamos a que nuestros productos sean apetitosos dándoles descuentos en cada compra.

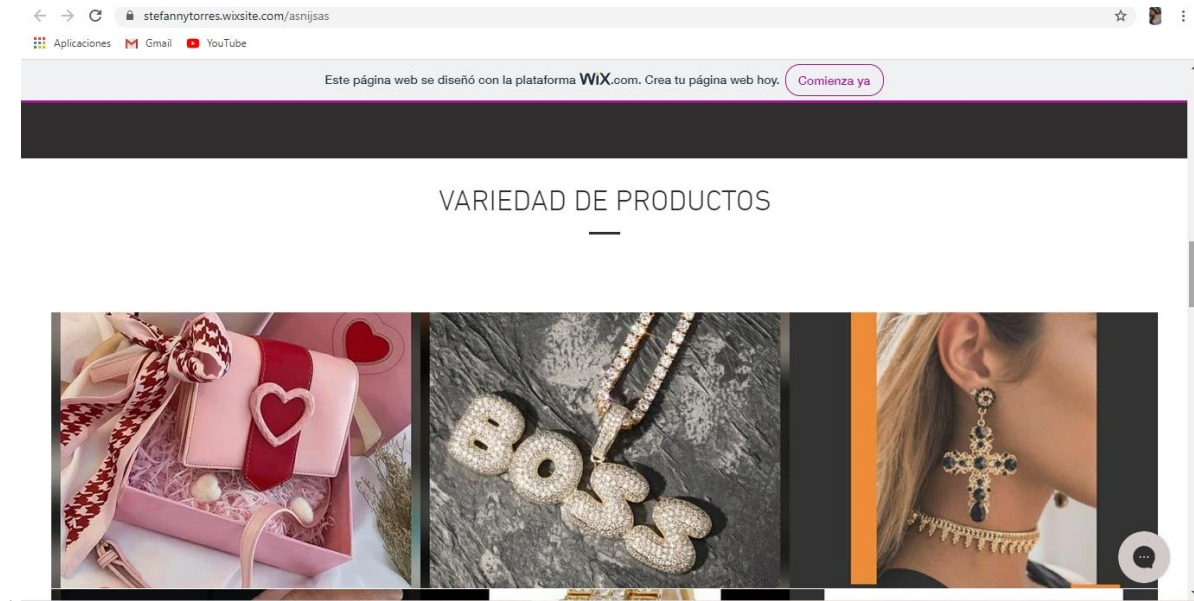
6.1 Logo

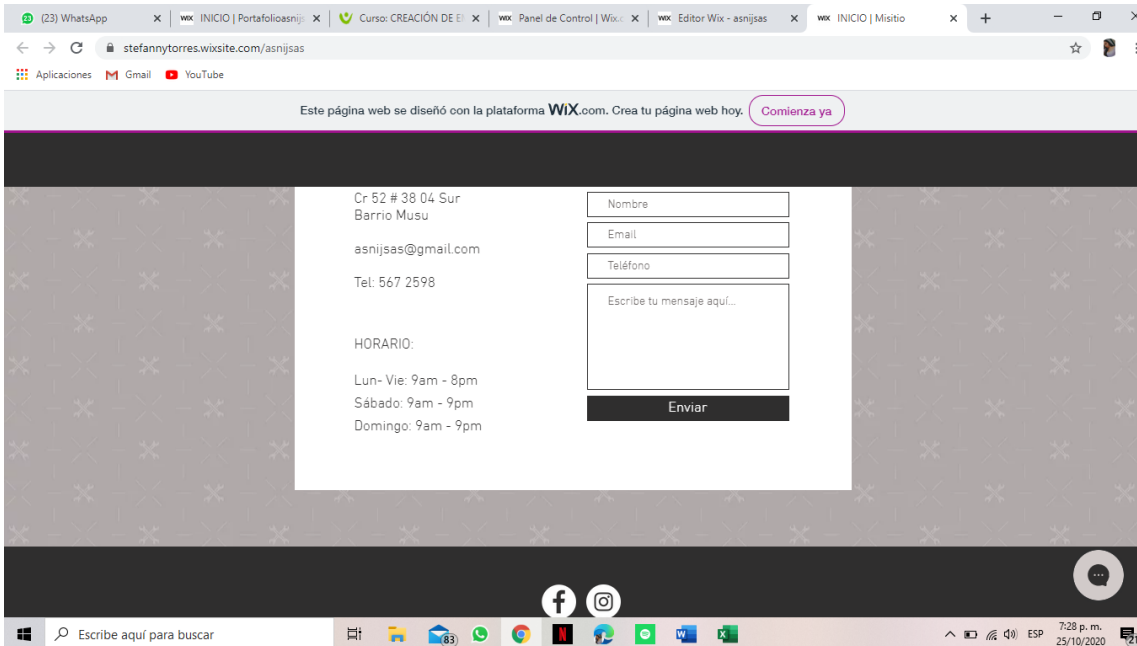
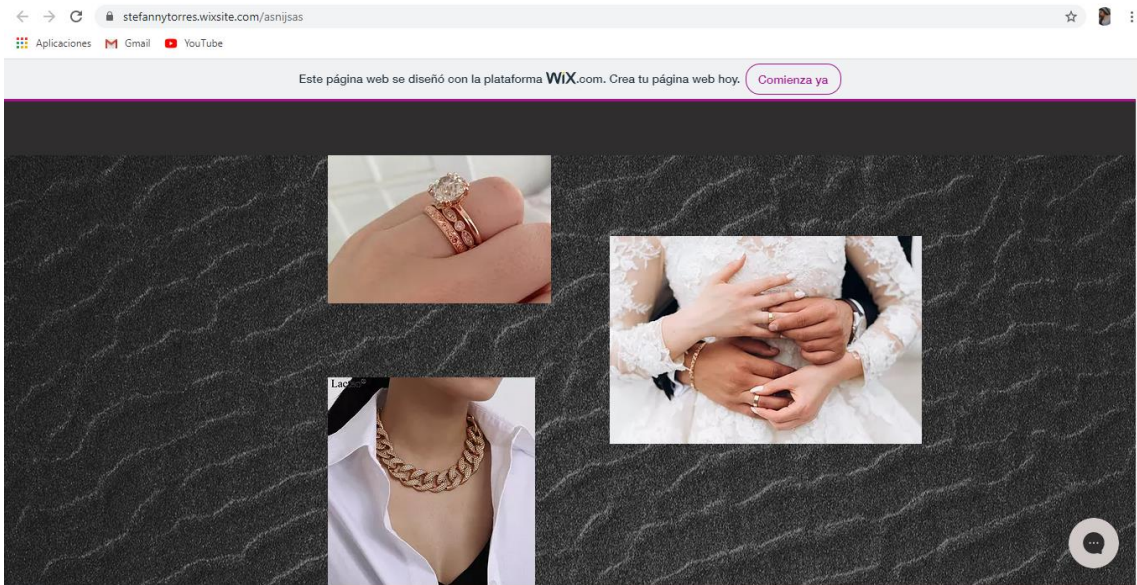


En este punto nos enorgullece presentar la página web de nuestra empresa, en la cual se muestra algunos de los productos que ofrecemos al público acompañado de una breve descripción de la empresa y redes sociales.

<https://stefannytorres.wixsite.com/asnijsas>







Estrategias de marketing

8.1 Campañas publicitarias



ASNIJ SAS

MODA Y BELLEZA FIJADA EN
TI

Descuentos

Desde **15%** / Hasta **25%**

En toda la mercancía por motivo de la nueva colección. Vigente hasta el 31 de octubre.

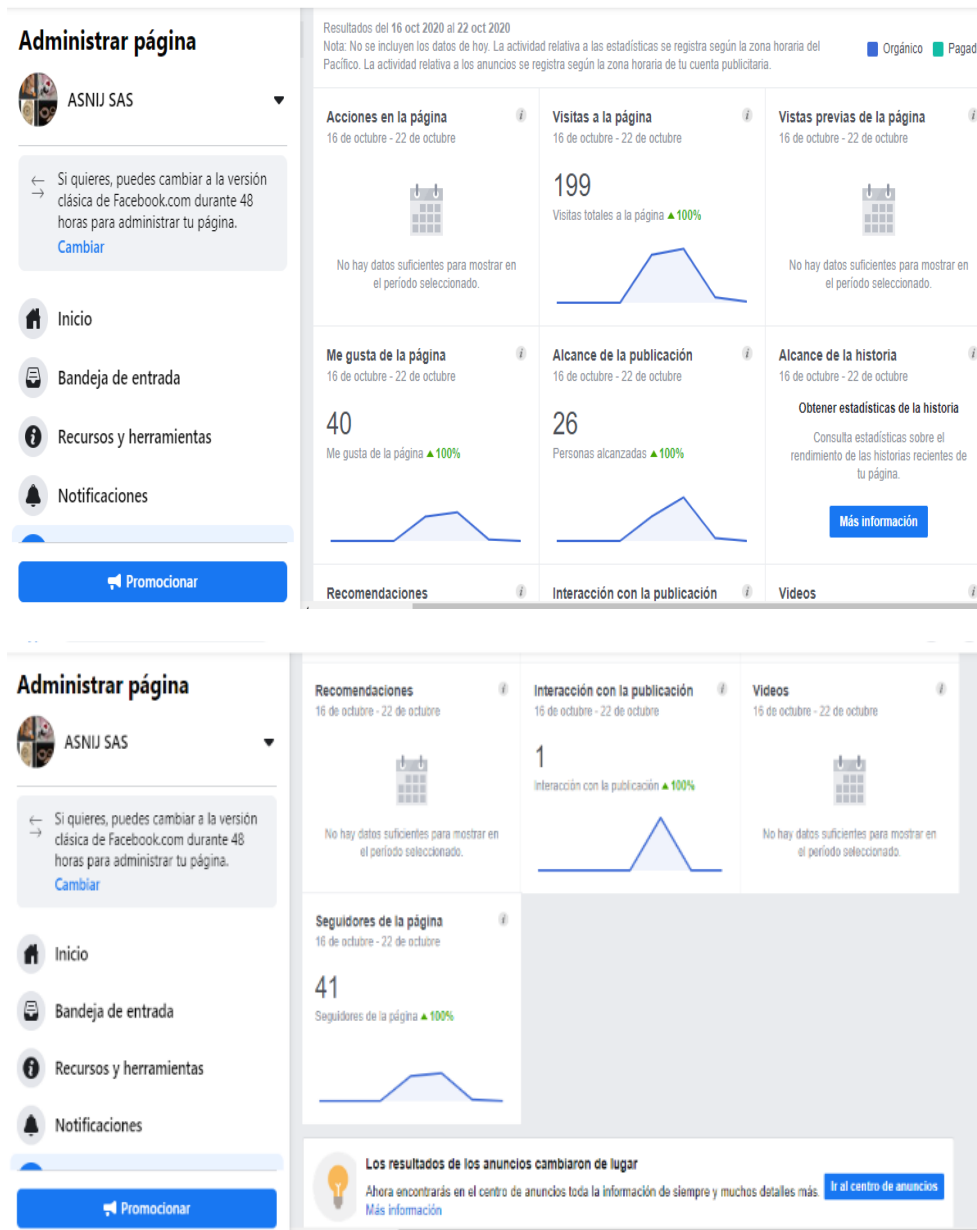
Cr 32 #38 – 04 Tel: 567 2598
asnijsas@gmail.com

8.2 Crea tu historia

Este es un proyecto que pretende arrancar con venta online y que paulatinamente se va a ir expandiendo a tiendas físicas que logren brindar a sus clientes directos e indirectos productos innovadores, exclusivos y de ser posible personalizados que las identifiquen con su personalidad y estilo de vida actual. ASNIJ S.A.S. es una empresa legalmente constituida por acciones simplificada y que se encuentra ubicada en la ciudad de Bogotá, pero con proyecciones a largo

plazo de inaugurar sucursales en las ciudades principales del país. El objeto principal de nuestra sociedad es la venta y comercialización de accesorios para mujer, así mismo podrá realizar cualquier tipo de actividad económica lícita tanto en Colombia como en el exterior.

Métricas clave



Como podemos ver nuestras estadísticas ha subido a un nivel de 99% de visitas a nuestra página de Facebook comparando las estadísticas de Instagram va de unos 61 seguidores donde podemos ver que tenemos un mayor flujo de ventas que ha superado las ventas online Facebook, pero de igual manera esto nos ha servido para obtener mayores ventas y reconocimiento de la empresa ASNIJ SAS.

9. Localización del proyecto

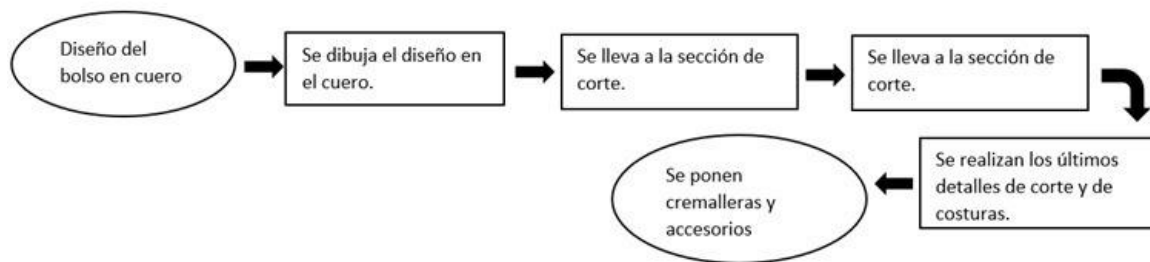
La ubicación de ASNIJ SAS, principalmente es en Bogotá, ya que es una de las ciudades de Colombia donde la gente es muy vanidosa, así que hay variedad de público para nuestros productos. ASNIJ SAS, obtiene su materia prima de las mejores regiones de Colombia, como el Quindío, donde se encuentra el en crudo para las carteras y billeteras, la pedrería la compramos en Bogotá, el metal para la relojería se transporta de Boyacá y la plata y el oro son importados de Italia, ya que vienen directamente de minería. La mano de obra no es difícil de conseguir en Bogotá, ya que hay variedad de personal empírico en esta área.

TIPO DE ACTIVO	DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNTARIO	REQUISITOS TECNICOS
INFRAESTRUCTURA Y ADECUACIONES	Está conformada por un almacén, una bodega, plata de producción, y casino	1	\$ 300.000.000	Prefabricación y plano
MAQUINARIA Y EQUIPO	Máquina de grabado, purificador de agua, marcado láser, guillotinas, horno para fundir plata y oro y máquinas de cocer	1 por cada máquina, guillotina y máquinas de coser 4 unidades de cada una	\$ 100.000.000	Modo de producción

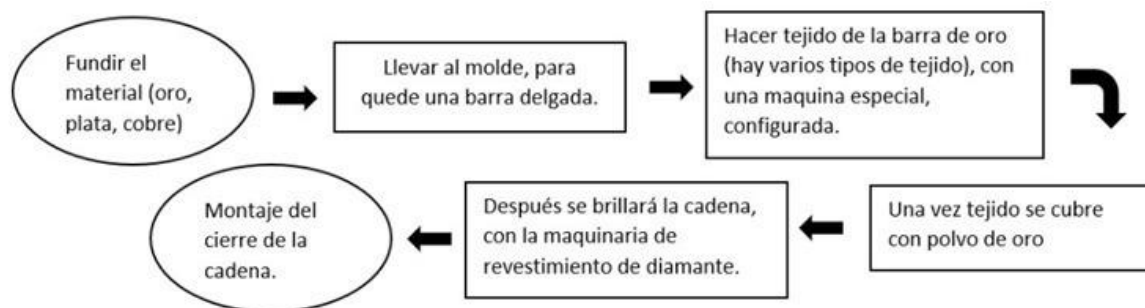
EQUIPO DE COMUNICACIÓN Y COMPUTACION	Computador, teléfono y celular	4 computadores, 6 teléfonos y celulares 5	\$ 9.500.000,00	Normalización
MUEBLES Y ENSERES	Vitrinas, sillones, mesas, sillas, y escritorios	6 vitrinas, 4 sillones, 10 mesas, 3 docenas, 4 escritorios	\$ 16.300.000,00	Organización de los bienes de capital dentro de la empresa
OTROS (INCLUIDO HERRAMIENTAS)	Soldadura, pinzas, llaves, agujas, e hilos	Mensuales 300	\$ 1.500.000,00	Mano de obra
GASTOS PREOPERARIOS	Gastos de maquinaria y gastos de muebles y enceres	-	\$ 100.000.000,00	Economía y administración

10. Ingeniería del proyecto

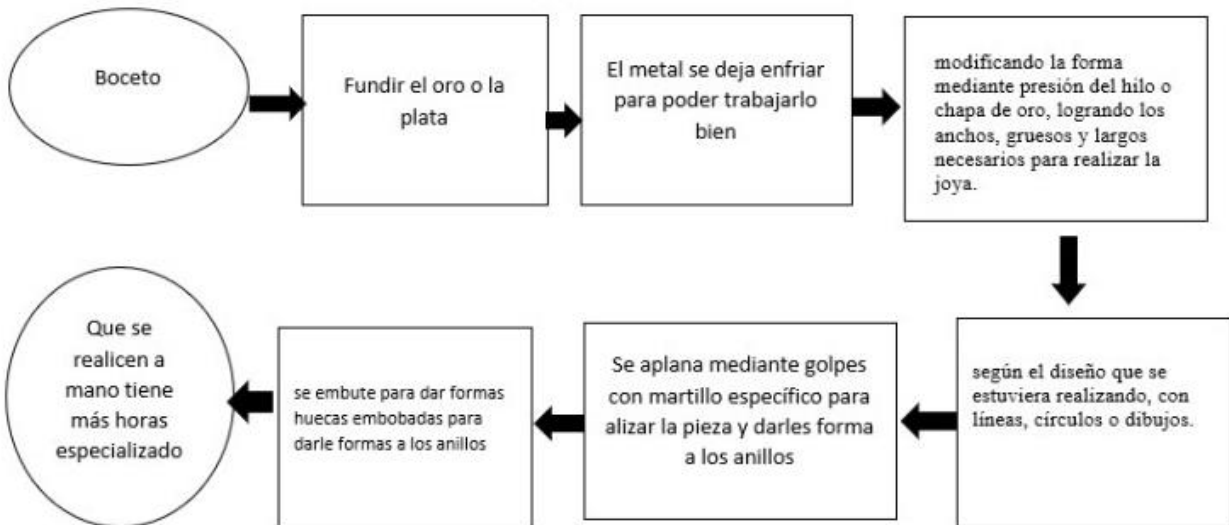
10.1 Flujoograma de bolso en cuero



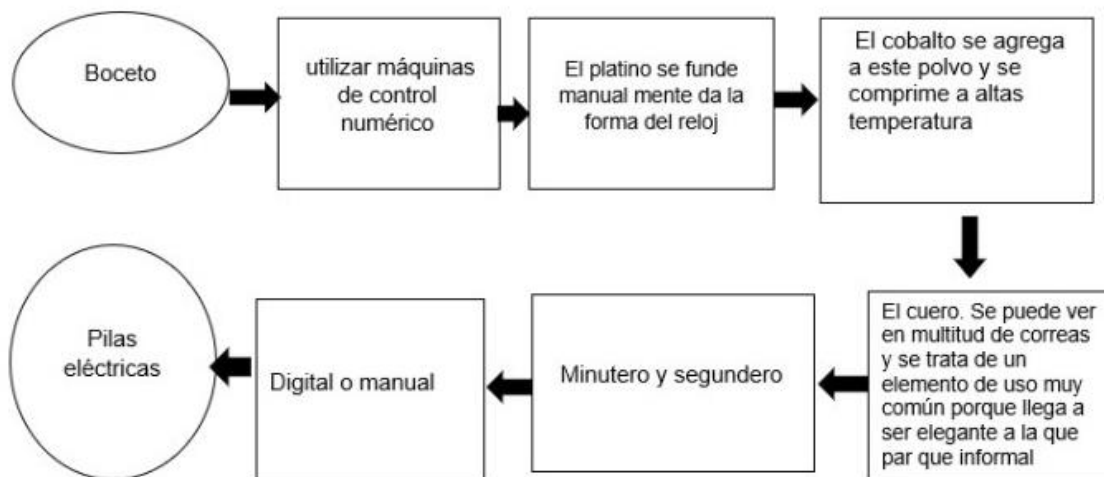
10.2 Flujoograma de cadena (oro, plata, cobre)



10.3 Flujograma de anillo



10.4 Flujograma de reloj



10.5 Lista de materia prima con valores por mes

MATERIA PRIMA	COSTO MENSUAL
Oro	\$ 5.000.000
Polietileno	\$ 800.000
Plata	\$ 3.000.000
Cuero	\$ 2.500.000



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior



Unidad de Emprendimiento
y Liderazgo de la CUN

Hilo	\$	500.000
Acero	\$	1.500.000
Cobre	\$	1.500.000
Minutero y segundero	\$	300.000
Broches	\$	200.000
Cremallera	\$	150.000
Cerrojos	\$	100.000
Pedrería	\$	500.000

Unidades A Producir	1			
Actividad de proceso	Tiempo estimado de realización (minutos / hora)	Cargos de participación en la actividad	Número de personas que intervienen por cargo	Equipos y maquinas que se utilizan. Capacidad de producción por maquina (cantidad de producto / unidad de tiempo)
Anillo de oro	30 minutos	Persona que funde la materia prima, persona que coloca la pedrería y persona quien pule	2	18 gr.
Reloj en correos de cuero	20 minutos	Persona que configura la maquinaria y termina el diseño del reloj y la persona que cose las correas de cuero.	1	1 maquinaria, 18^2 cm de cuero

Cadena en plata	1 hora	Persona que funde la materia prima, quien manipula la máquina, persona que da toque final.	2	15 gr.
Bolso en cuero	1 hora	Persona que corta el cuero, persona que cose el cuero y cremalleras y persona que retoca el bolso.	2	1,5 mts de cuero, 25 cm de cremallera

11. Ficha técnica

 ASNIJ SAS		
CODIGO	VERSIÓN	FECHA
FICHA TECNICA DEL PRODUCTO		
A. NOMBRE DEL PRODUCTO (Defina el nombre técnico del producto)		
Anillos, cadenas, aretes, manillas, relojes y carteras.		
B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE		
<p>Reloj: Pilas eléctricas, digital o manual El cuero. Se ponen las correas, El cobalto se agrega a este polvo y se comprime a altas temperatura, el platino se funde manual mente da la forma del reloj, utilizar máquinas de control numérico, Boceto.</p> <p>Anillo: Repaso, último pulido y brillado del anillo, se da golpes con un martillo dando forma, se deja enfriar un poco el material a utilizar, se funde el material, diseño del anillo</p> <p>Cadena: Montaje del cierre de la cadena, se brilla la cadena con la maquinaria de revestimiento de diamante, el tejido se cubre con polvo de oro, se hace el tejido con una máquina, una maquina delgada moldea el oro en una barra delgada, se funde el oro.</p> <p>Bolso: Se ponen cremalleras y accesorios, últimos detalles de corte y costuras, se corta el cuero, se dibuja el diseño en el cuero, diseño del bolso.</p>		

C. PRESENTACIONES COMERCIALES



D. TIPO DE ENVASE

Bolsa biodegradable

E. MATERIAL DE ENVASE

Papel reciclado

F. CONDICIONES DE CONSERVACION

Ninguna

G. TIPO DE TRATAMIENTO (PROCESO DE ELABORACION)

La mayoría de nuestros productos ya vienen procesados y no necesitan de ningún tratamiento, solo manuales y algunos con máquinas.

H. VIDA UTIL ESTIMADA

Anillos, cadenas, aretes y manillas hasta su deterioro. El bolso en cuero y un reloj vida util de 10 años.

I. PORCION RECOMENDADA

-

J. PERFIL DE QUIEN INTERVIENE EN EL PROCESO

CARGO: ADMINISTRADOR

FUNCIONES:

- Administrar, coordinar y dirigir las actividades que sean necesarias para el crecimiento de la empresa.
- Decidir en base al cumplimiento de los objetivos estratégicos y tácticos organizacionales.
- Evaluar el rendimiento, desempeño y crecimiento

AREA: ADMINISTRATIVO

EXPERIENCIA Y ESTUDIOS MINIMO

- Estudios Superiores relacionados.
- Certificación de cursos de liderazgo.
- Conocimientos de trato con personal.
- Experiencia mínima de 5 años en cargos similares.
- Conocimiento de producción de plásticos.
- Buen análisis de reportes para toma de decisiones

de la Compañía.
- Tomar decisiones objetivas.
- Evaluar la situación actual de la organización.
- Gestionar las actividades para el crecimiento empresarial.
- Controlar y monitorear el cumplimiento de los objetivos.

acertadas.
- Conocer la Industria Nacional.
- Hablar y dominar inglés.
- Conocimientos avanzados de las ciencias en materiales.

K. GRUPO POBLACIONAL

Mujeres, niñas y hombres.

**Firma del responsable
del producto:**


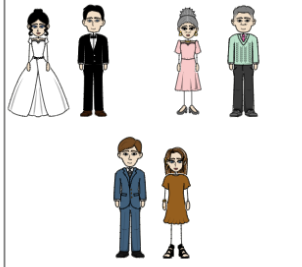


REPRESENTANTE LEGAL

**Nombre del
responsable del
producto**

Laura Stephania Reinosa
Zambrano

Firma:

Laura Stephania Reinosa Z.

¿Que problema estas tratando de resolver?	¿Quién es tu público objetivo?	¿Cómo resolverás este problema?	Cuál es el primer paso?
			
<p>Robaron la tienda en horas de la noche.</p>	<p>El publico de ASNIJ SAS, son mujeres de todas las edades, y señores de todas las edades.</p>	<p>Poniendo el caso en manos de la ley.</p>	<p>Reportar el caso a la ley.</p>

Conclusiones

Durante la experiencia de la elaboración del trabajo, aprendimos los parámetros que se necesita para la innovación de una empresa, con ello nos vamos enfocando más en el proyecto y viendo algunos errores que no habíamos visto.

Ha sido una actividad satisfactoria ya que nos permite conocer cómo se debe competir y esforzar en una empresa.

Bibliografía

Laura Stephania Reinoso Zambrano

Stefanny Torres Linares