

**PLAN DE TRABAJO PARA LA ELABORACIÓN DE ZAPATOS CON TACÓN
GRADUABLE Y/O REMOVIBLE.**

DIANA VERÓNICA PALACIOS ARDILA

Estudiante de Ingeniería de sistemas

JESSICA IVONNE RUBIO JUTINICO

Estudiante de Diseño de modas

PROFESOR: EDWIN RIOS MORENO

CUN - CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR

ESCUELA DE INGENIERIA - INGENIERÍA DE SISTEMAS

ESCUELA DE BELLAS ARTES - DISEÑO DE MODAS

OPCIÓN DE GRADO 1 - GRUPO: 10127

BOGOTÁ

2018

TABLA DE CONTENIDO

1. JUSTIFICACIÓN	4
2. DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACIÓN DE CLIENTES CUSTOMER DEVELOPMENT	5
2.1 Stake Holders	5
2.2 Identificación de las Necesidades del Stake Holders (Hipótesis)	5
2.3 Identificación de los Beneficios y expectativas (Hipótesis)	6
2.4 Identificación de las Soluciones Actuales (Hipótesis)	6
2.5 Análisis de las Limitaciones, inconformidades y frustraciones (Hipótesis)	7
2.6 Mercado	7
3. Validación Del Mercado	7
3.1 Formato Entrevista	9
3.2 Análisis de la información Resultados	10
3.2.1 Validación de Identificación de las Necesidades	12
3.2.2 Validación de los Beneficios y expectativas.	12
3.2.3 Validación de las Limitaciones, inconformidades y frustraciones.	13
3.3 Pentágono de Perfilación de Clientes	13
4. Prototipo	15
	2

4.1 Descripción del Producto o servicio	15	
4.2 Ficha técnica del Producto o servicio		16
4.2.1 Planos (Si se requiere).		17
5.2 Futuro Preferido		17
5.3 Objetivos empresariales		18
5.3.1 Objetivo General.		18
5.3.2 Objetivo específicos.		18
5.4 Valores corporativos		18
6. ANÁLISIS		19
6.1 Pestel		19
6.2 Cinco (5) Fuerzas de PORTER		20
7. Conclusiones		20
8. Bibliografía		20

INTRODUCCIÓN

En Bogotá encontraremos diversas empresas dedicadas a la comercialización de calzado, este proyecto se concentra en innovar el mercado con unos zapatos a los cuales se les puede quitar o graduar el alto del tacón considerando la comodidad de la mujer, para ello se han tenido en cuenta algunos procesos realizados para poder cubrir a cabalidad con las necesidades del consumidor, logrando así un reconocimiento en el mercado como un producto de buena calidad y funcional para diversas actividades o eventos.

1. JUSTIFICACIÓN

La decisión de crear una idea de negocio de zapatos que se puedan graduar según la necesidad de las mujeres, es brindarles innovación, diseño, comodidad, a la hora de vestir, ya sea para trabajar, para una reunión, o simplemente estar cómoda. Con esta idea de negocio que hemos creado para las mujeres, tengan más alternativas con un solo par de zapatos, que se les pueda dar varios usos para diferentes tipos de eventos, ya que para nadie es un secreto que las mujeres son vanidosas o simplemente les toca utilizar este tipo de zapatos nosotros le queremos brindar nuevas formas de lucirlos.

Y al tiempo queremos que la mujer se quite un peso de encima ya que las mayorías de las mujeres que utilizan zapatos con tacones cargan zapatos de repuesto con esto queremos que, con estos tipos de zapato, los puedan lucir como quieran altos, con plataforma o como veletas.

Que un solo par de zapatos lo puedan lucir para diferentes ocasiones.

2. DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACIÓN DE CLIENTES CUSTOMER DEVELOPMENT

2.1 Stake Holders

Dirigido a mujeres de 25 a 45 años, empresarias, oficinistas, mujeres que se quieran ver bonitas y elegantes. La oferta de valor con te idea de negocio es que con este tipo de zapatos para mujeres específicamente los tacones, es brindar comodidad y sentirse bien.

2.2 Identificación de las Necesidades del Stake Holders (Hipótesis)

POR QUE LOS TACONES SON IMPORTANTES PARA UNA MUJER

Por qué se ajustan perfectamente a sus pies, los cubren, los protegen y se convierten en una extensión del cuerpo. Si la mujer actual volviera al pasado y se encontrara con la relación que las mujeres tenían con los zapatos, morirían de tristeza. En otras épocas, eran vistos como un complemento de menor importancia. Hoy, las mujeres se valen de los zapatos para reafirmar quiénes son. Aquellos modelos que eligen y usan hablan de la personalidad y marcan un estilo propio. Algunos dicen que es posible determinar la personalidad de la mujer según el tipo de zapatos que usa. Los tacones altos de aguja hablan de mujeres que quieren reafirmar la confianza en sí mismas. Los que tienen plataforma sugieren sensualidad y el gusto por ser el centro de las miradas. Las bailarinas y las sandalias bajitas son usadas por mujeres a las que les gusta el bajo perfil. Marcan un tono de distinción y complementan looks naturales, son perfectas para las que prefieren la sobriedad. En las mujeres funciona muy bien aquello de que los zapatos se cambian cada día o que hay un par justo para cada ocasión. Por esta razón son felices cuando compramos zapatos y siempre, siempre hay lugar para un par más en nuestro armario. Los zapatos reflejan los estados de ánimo y son los aliados perfectos para reinventarnos. De forma instantánea jugamos a ser otras, a escandalizar, a ser serias, poderosas o princesas de cuento.

ANTECEDENTES REFERENTES

- diseñadora francesa Tanya Heath ha creado unos zapatos con tacones que puedes quitar e intercambiar según tu estilo y outfit ¿qué te parece? Con esta nueva tecnología puedes pasar de un calzado diario a uno elegante con tacón de hasta 8,5 centímetros. Esta innovadora idea llama la atención, pero además impacta la calidad de los diseños, colores y formas que brindan varias posibilidades de combinaciones para verte regia y poder combinarlos con cada uno de tus outfits. Para crear este tipo de calzado, la diseñadora recurrió a la tecnología 'memory foam'. Los tacones se sujetan mediante un práctico enganche, permitiendo ser unos 4,5 a 8,5 centímetros más alta.
- La colombiana Manuela Correa presentó unos zapatos a los que se les puede ajustar el tacón en alto o bajo, o remover.
- Otra empresa que ofrece este tipo de zapato es Mime et Moi. Los tacones pueden entrar en un bolso de mano y se puede elegir entre diversos colores y estilos.

2.3 Identificación de los Beneficios y expectativas (Hipótesis)

Del producto ofertado se espera subsanar varias necesidades de las mujeres respecto al uso constante del zapato alto, teniendo en cuenta que un estudio realizado por el equipo de Yong-Seok Jee, de la Universidad Hanseo en Corea del Sur, determino que, de 40 mujeres profesionales, 40 hacen uso del tacón por lo menos tres veces a la semana. de 10 cm o más, el producto podrá cumplir con la necesidad o la ocasión determinada por el consumidor.

Es bien sabido que las mujeres no suelen desplazarse solo en suelos planos y sin grietas lo cual se convierte en una odisea y daño irreparable para la salud y este producto, aunque no es una cura si disminuirá el porcentaje de afectación considerablemente.

2.4 Identificación de las Soluciones Actuales (Hipótesis)

En muchas ocasiones, los zapatos altos son un toque de coquetería al momento de vestir, aunque es muy bien sabido que no llegan hacer el accesorio más cómodo para la mujer por su

diseño, debido a que el desplazamiento de un lugar a otro llega a ser muy agotador, por lo tanto, la intención es innovar con un producto ergonómico el cual podrá remover o agregar el tacón según la necesidad del consumidor.

los zapatos con tacón aumentando el riesgo de esguinces de tobillo, pies deformes, dolor de espalda y patrones al caminar poco beneficiosos, por lo tanto, al poder retirar el tacón el zapato se adecua a cualquier ocasión y se podrá caminar con más facilidad dejando descansar de esta manera las piernas y los pies.

2.5 Análisis de las Limitaciones, inconformidades y frustraciones (Hipótesis)

El producto ofertado llega a facilitar considerablemente el uso constante del zapato con tacón, pero no quiere decir que las mujeres que lo usen están exentas de esguinces de tobillo, pies deformes, dolor de espalda, etc. El costo del mismo supera considerablemente a un zapato ordinario lo cual es un tema a considerar debido al material, uso y producción.

2.6 Mercado

Para el cálculo de la muestra de la encuesta, se tomó los datos de la página del DANE a la cual se le aplicó la fórmula estadística para población finita.

$$n = \frac{1908635 \times 3.842 \times 0.05 \times 0.95}{0.0025 \times 1908634 + 3.842 \times 0.05 \times 0.95} = \frac{348280.08}{4771.76748} = 73$$

3. Validación Del Mercado

SEGMENTACION DE MERCADO	
VARIABLE	SEGMENTO TIPICO DE MERCADO
GEOGRAFICA	

REGIÓN	Bogotá
ESTADO	Bogotá
CIUDAD O MUNICIPIO	Cundinamarca
DENSIDAD	Urbana
CLIMA	Cambiante, normalmente cálido y templado
DEMOGRAFICA	
EDAD	20 - 50 años
GENERO	Femenino
INGRESO	900.000 o mas
EDUCACIÓN	De básica a superior
OCUPACIÓN	Empresa, profesional, estudiante, empleado
CICLO DE VIDA	N/A
ESTADO CIVIL	Soltero, casado, separado, unión libre
PSICOGRAFICA	
PERSONALIDAD	N/A
CONDUCTUAL	
POSICIÓN DEL USUARIO	Usuario potencial y regular
LEALTAD A LA MARCA	Media y alta
ETAPAS DE DISPOSICIÓN	Sin noticia del producto, conocimiento regular o nulo y con intención de compra
TASA DE USO	Mediano y fuerte
SITUACIÓN DE USO	Trabajo, moda, fiesta
BENEFICIOS BUSCADOS	Calidad, duración, Funcionalidad

3.1 Formato Entrevista



Encuesta de producto

[Opción de grado]

Nombre del encuestador: _____	N.º de encuestador: ____
Nombre del encuestado: _____	N.º de encuesta: ____
Edad: ____	Sexo: F

Buenos días/tardes,

Mi nombre es Diana Verónica Palacios Ardila y Jessica Ivonne Rubio Jutinico Somos estudiantes de la universidad CUN estamos haciendo una encuesta de valoración de zapatos con tacón cuyas características principales es que son graduable y/o removible. Estamos interesados en conocer su opinión, por favor, ¿sería tan amable de contestar el siguiente cuestionario? La información que nos proporcione será utilizada para conocer la valoración del producto en el mercado. El cuestionario dura 5 minutos aproximadamente. Gracias.

1.- ¿Cuántas veces a la semana usa zapatos con tacón alto?

- De 1 a 3 veces a la semana De 4 a 6 veces a la semana Toda la semana Ningún día a la semana

2.- ¿Cuáles son los atributos por los que compra sus zapatos?

- Calidad Comodidad Diseño del zapato funcionalidad/Precio

3.- ¿El alto del tacón es importante?

- Si No

4.- ¿Qué rango de precio estas dispuesta a pagar?

- De 100mil a 200mil De 350mil a 500mil
 De 250mil a 350mil Mas de 500mil

5.- ¿Para qué ocasión usas zapatos de tacón?

- Trabajo Moda
 Gusto Fiesta



Encuesta de producto

[Opción de grado]

6.- ¿Durante el día utilizas o lleva más de un par de zapatos?

- Sí
 No

7.- ¿si le ofrecieran unos zapatos a los cuales se les removiera el tacón los compraría?

- Sí
 No

8.- ¿Cuántos pares de zapatos de tacón tiene?

- 1
 10

 5
 Mas de 10

9.- ¿Cada cuánto suele comprar zapatos de tacón?

- Mensualmente
 De 4 a 6 meses

 De 2 a 4 meses
 De 6 a 1 año

10.- ¿Salario qué devenga?

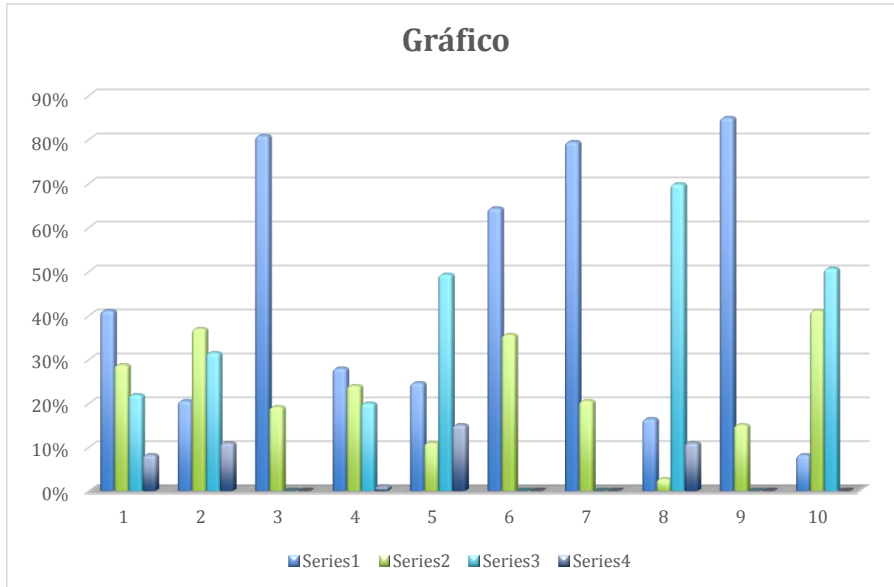
- Mas de 900 mil
 No indica

 Menos de 900 mil

Muchas gracias por su amabilidad y por el tiempo dedicado a contestar esta encuesta

3.2 Análisis de la información Resultados

Opción	Preguntas																			
	1		2		3		4		5		6		7		8		9		10	
1	30	41%	15	21%	59	81%	28	28%	18	25%	47	64%	58	79%	12	16%	62	85%	6	8%
2	21	29%	27	37%	14	19%	24	24%	8	11%	26	36%	15	21%	2	3%	11	15%	30	41%
3	16	22%	23	32%	0	0%	20	20%	36	49%	0	0%	0	0%	51	70%	0	0%	37	51%
4	6	8%	8	11%	0	0%	1	1%	11	15%	0	0%	0	0%	8	11%	0	0%	0	0%



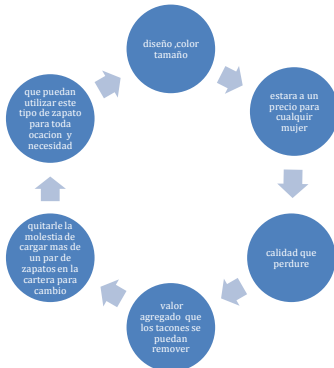
1. Se determino que, en una población de 73 personas, el 41% usa de 1 a 3 veces a la semana zapatos con tacón alto, el 29% de 4 a 6 veces a la semana, el 22% toda la semana y el 8% ningún día a la semana.
2. Se determino que, en una población de 73 personas, el 21% compra sus zapatos por su calidad, el 37% por su comodidad, el 32% por el diseño del zapato y el 11% por su funcionalidad.
3. Se determino que, en una población de 73 personas, el 81% considera que el alto del tacón es importante y el 19% considera que no.
4. Se determino que, en una población de 73 personas, el 28% está dispuesta a pagar por unos zapatos de tacón de 100.000 (Cien mil) a 200.000 (Doscientos mil), el 24% de 250.000 (Doscientos cincuenta mil) a 350.000 (Trescientos cincuenta mil), el 20% de 350.000(Trescientos cincuenta mil) a 500.000 (Quinientos mil) y el 1% más de 500.000(Quinientos mil).
5. Se determino que, en una población de 73 personas, el 25% usa zapatos de tacón por trabajo, el 11% por moda, el 49% por gusto y en 15% para salir de fiesta.

6. Se determino que, en una población de 73 personas, el 64% utilizas o lleva más de un par de zapatos y el 36% no lo hace.
7. Se determino que, en una población de 73 personas, el 79% comprarían unos zapatos a los cuales se les removiera el tacón los compraría y el 21% no lo haría.
8. Se determino que, en una población de 73 personas, el 16% tienen solo un par de zapatos de tacón, el 3% tienen cinco pares el 70% tienen diez pares y el 11% más de 10 pares.
9. Se determino que, en una población de 73 personas, el 85% ~~compran zapatos~~ de tacón mensualmente, el 15% de 2 a 4 meses y el 0% de 4 a 1 año.
10. Se determino que, en una población de 73 personas, el 8% devenga más de 900.000, el 41% menos de 900.000 y el 51% no indica.

3.2.1 Validación de Identificación de las Necesidades

Para la identificación de las necesidades de este proyecto de zapatos de tacón que se quitan y se ponen tiene como objetivo brindar las comodidades y satisfacción a nuestros clientes .

3.2.2 Validación de los Beneficios y expectativas.



3.2.3 Validación de las Limitaciones, inconformidades y frustraciones.

“¿el valor agregado de este producto es?”

enfocarse en el beneficio real que busca el cliente y la satisfacción. este tipo de zapatos Está diseñado para brindar la comodidad. estos productos tienen las características necesarias para satisfacer a las clientas con un valor agregado de diseño he invasión de facilitar la comodidad de nuestros clientes ya que con este tipo de zapato con tacones queremos que las clientas que sientan seguras y cómodas con lo que portan y lucen.

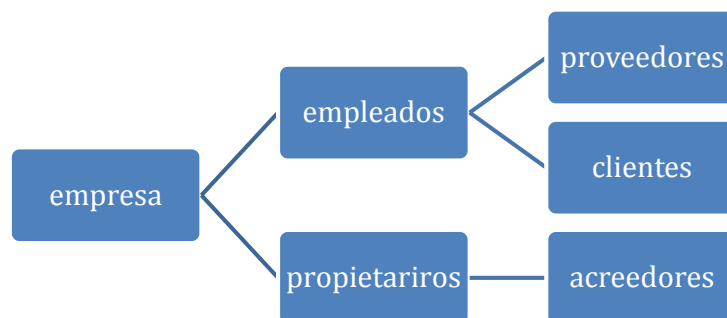
“¿las expectativas que queremos llegar?”

Satisfacer las necesidades de las clientas ofreciendo a estos calzar a la mujer con un zapato con tacón con diseño cómodo y en los mejores materiales para que con esta idea de negocio llegue al objetivo del uso de tipo de zapato que les sirvan para todo tipo de ocasión bien sea para el trabajo que no tenga la necesidad de cambiar de calzado en el día y que lo puedan utilizar para cualquier ocasión

3.3 Pentágono de Perfilación de Clientes

1) necesidades de Jobs ¿Cuál es el jod? Con esta idea de negocio queremos cubrir la necesidad de las mujeres al utilizar dos tipos de zapatos al día con nuestra propuesta queremos que con un solo tipo de zapatos puedan estar cómodas y satisfechas.

¿Qué verbo representa la acción?

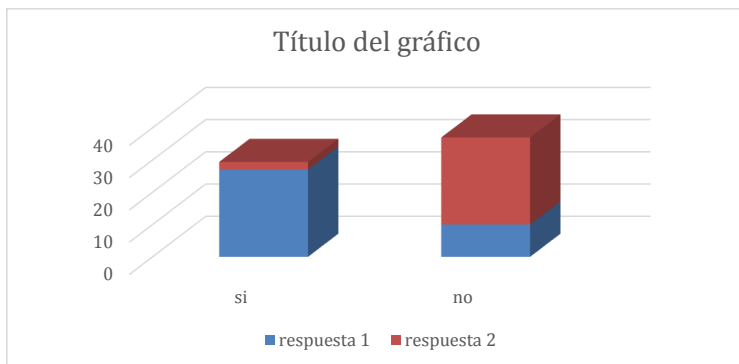


¿Bajo qué contexto se da?

Este producto tienes como objetivo de y para todo tipo de uso en todo momento y en cualquier ocasión bien sea laboral o cotidianidad.

2) beneficios expectativa de resultados

¿Cuál es la principal razón por la que está tratando de resolver la tarea/necesidades o deseo?



¿cuáles son los beneficios de desempeño o emocionales que busca alcanzar? Poder cumplir con lo planeado llegar a clientes con el objetivo de satisfacción que este producto sea de su total agrado, comodidad y necesidad.

3) soluciones actuales

¿qué soluciones compran/contratan actualmente? buscar en alquilar o arrendar un local en que nos permita exhibir nuestro producto y contratar tratar a un tercero o satélite para la fabricación de nuestros productos.

¿a través de que canales las adquirieron se enteraron de la solución? Los canales serian

- Directos: bancos, seguros, internet, proveedores.
- Cortos: muebles, infraestructura.
- Largos: grandes almacenes, exportaciones nacionales.
- Dobles: franquicias, importadores exclusivos

¿Cuál es la razón principal/criterios por la que la han escogido?

La razón por la cual es cogemos estos medios son: no tenemos los recursos suficientes para montar toda la fábrica y maquinaria que se requiere para la fabricación de calzado por este motivo tomamos la opción de buscar un satélite certificado y con la experiencia necesaria para que nos ayudamos a la fabricación de nuestro producto.

¿Cuánto dinero está invirtiendo en ellas?

4)inconformidades/frustraciones

¿Qué le resulta frustrante de las soluciones actuales?

¿Qué inconformidades presenta respecto a la solución o el proceso que se lleva a cabo actualmente?

¿Qué objeciones podría presentar a la hora de conocer mi propuesta de valor

5)mercado

¿existen aspectos demográficos /socioeconómicos relevantes para calcular el tamaño del segmento?

¿existen aspectos de comportamiento/contexto relevante para calcular el tamaño del segmento?

4. Prototipo

4.1 Descripción del Producto o servició

El tipo de calzado que se produce en esta empresa son los tacones con el objetivo de que el tacón se pueda remover con varios tipos de tamaños de tacones para un solo tipo de zapatos la idea es que sea practico que evitar que las mujeres tengan que llevar un par de zapatos bajitos en el bolso de cambio porque para nadie es un secreto que los zapatos con tacones utilizarlos todo un día no son tan cómodos, por tal motivo esta compañía quiere satisfacer esta necesidad para las mujeres,

Comentado [DR1]: Recuerden que este prototipo hay que llevarlo el día de la sustentación

El diseño de los zapatos con tacones será altos, bajitos, anchos, delgados hasta planos para que la persona escoja la medida el tamaño el color a su gusto y a su necesidad. Esta iniciativa permite a las mujeres usar el mismo par de zapatos todo el día que pueda cambiar el tipo de tacón dependiendo de la ocasión, que le pueda servir para ir a trabajar con un calzado plano y alto, Y para todo tipo de ocasión.

4.2 Ficha técnica del Producto o servicio

FICHA TECNICA DE PRODUCTO					TEMPORADA		
	NOMBRE COLECCIÓN		INVIERNO		FECHA		
	CODIGO DE LA PRENDA		342		DIA - MES - AÑO		
	TIPO DE PRODUCTO		ZAPATOS		MERCADO		
	DISEÑADOR		***		FEMENINO	MASCULINO	INFANTIL
	TALLA		36	37	38	39	40
DIBUJO PLANO: UBICACION Y DISEÑO							
INSUMOS	HERAMIENTAS	CANTIDAD	VALOR UND.	VALOR TOTAL	COSTO DEL PROCESO		
PLANTILLA : CUERO	UNTERO Y CONTRAFUEM	1		0			
FORRO	SINTETICO, ESPESOR						
INTERIOR:CUERO	0,5, HILADILLO	1		0			
HERRAJES	COSTURA - TIP-IP	1		0			
TACON	TIPO: CUERO	1		0			
SUELA	CALIBRE:63	1		0			
TIPO DE AJUJAS	COLOR:BEIGE	1		0			
				0			

4.2.1 Planos (Si se requiere).

DIBUJO PLANO		TEMPORADA			
	NOMBRE COLECCIÓN	INVIERNO			FECHA
	CODIGO DE LA PRENDA	342			DIA - MES - AÑO
	TIPO DE PRENDA	ZAPATOS			MERCADO
	DISEÑADOR	***			FEMENINO MASCULINO INFANTIL
TALLA	36	37	38	39	X 0 0
DIBUJO PLANO DEL ZAPATO		MEDIDAS DEL PRODUCTO			
CUIDADO DEL PRODUCTO					

5. Planeación Estratégica Generativa

5.1 Identidad Estratégica

Es una empresa dedica a la producción de calzado para mujeres con el propósito de satisfacer las necesidades de los clientes ofreciéndoles a las mujeres un tipo de zapatos con tacones removibles, con diseño modernos, y cómodos y de buenos materiales. Su producción y método de trabajo es una línea, donde todos trabajan en equipo con sentido de pertenencia con el objetivo de sacar un producto de buena calidad.

5.2 Futuro Preferido

La empresa para el año 2019 se consolidará como una empresa líder a nivel nacional, logrando así posicionarse en el mercado con los zapatos de tacón para mujeres. Con el propósito de tener alta calidad, variedad y precios competitivos en el mercado.

Comentado [DR2]: En este caso se refiere a la visión de la empresa, por lo tanto recomiendo el siguiente link para que hagan los ajustes correspondientes.
<http://www.metrofondo.com/nosotros/mision-vision-y-video-institucional/>

5.3 Objetivos empresariales

5.3.1 Objetivo General.

Establecer una empresa de calzado innovador en la ciudad de Bogotá, producto al cual podrá quitar y/o graduar la altura con altos estándares de calidad, brindando al cliente satisfacción y desarrollando una marca reconocida.

5.3.2 Objetivo específicos.

- Llevar el calzado a un mercado potencial para establecerlo y conservarlo como preferencia para los consumidores.
- Realizar un estudio de mercado, para conocer la demanda y la oferta del calzado.
- Realizar un análisis del macro entorno y micro entorno para conocer el horizonte institucional.

Comentado [DR3]: Darle otro orden a los objetivos, por prioridades de mercado - producto

5.4 Valores corporativos

Perseverancia: Es el aliento o fuerza interior que nos permite llevar a buen término las cosas que emprendemos, si creemos en lo que hacemos y nos amamos de paciencia para sortear los obstáculos que se nos presentan en el camino.

Participación: Somos una organización democrática, donde cada asociado tiene incidencia en la toma de decisiones e igualdad de oportunidades.

Equidad: Facilitamos el desarrollo integral del asociado y su familia, mediante la distribución justa e imparcial de los beneficios cooperativos.

Honestidad: realizamos todas las operaciones con transparencia y rectitud.

Lealtad: Somos fieles a La Cooperativa y buscamos su desarrollo y permanencia en el tiempo.

Responsabilidad: Oramos con seriedad, en consecuencia, con nuestros deberes y derechos como asociados, acorde con nuestro compromiso con La Cooperativa.

Respeto: Escuchamos, entendemos y valoramos al otro, buscando armonía en las relaciones interpersonales, laborales y comerciales.

Trabajo en equipo: Gracias a la excelencia en el trabajo de nuestro equipo logramos entregar a nuestros clientes un servicio con altos estándares de calidad.

Confianza: Cumplimos con lo prometido al ofrecer los mejores productos y servicios a un precio justo y razonable.

Coherencia: pensamos y actuamos en consonancia con los objetivos personales y laborales.

6. ANÁLISIS

6.1 Pestel

Políticos: Cumplimiento de cada una de las normas, decretos, resoluciones estipuladas por el MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO, sobre calidad de los bienes, con miras a defender el interés de los consumidores y de los productores de materias

Legales: Reglamento Técnico sobre etiquetado de Calzado y algunos artículos de marroquinería, y se derogan las Resoluciones 0510 de 2004 y 1011 de 2005.

Económicos: Las variables económicas influyen el movimiento del producto en el mercado, tales como el desempleo, la inflación, tasa de interés etc.

Medioambientales: Así como la tecnología a crecido el índice de contaminación a echo lo mismo por lo tanto cada creación de un producto conlleva a la elaboración de un plan de contingencia para disminuir la contaminación como el echo de valorar el porcentaje de reciclado del producto, partes renovables y leyes medioambientales.

Socio culturales: Con la encuesta realizada se determino que es un ítem a considerar teniendo en cuenta el nivel educativo, densidad de población, valores sociales o morales etc.

Tecnológicos: En los últimos años hemos sido testigos de los pasos agigantados de la tecnología a nivel mundial y de los cambios tan drásticos que conlleva esto, el nivel de desarrollo, el grado de obsolescencia en el mercado de muchos productos y lo que portara o afectara en un producto al cubrir con una necesidad.

6.2 Cinco (5) Fuerzas de PORTER

Proveedores:

Competencia: En Colombia no se comercializa el producto, pero en el extranjero sí, como Mime et Moi y Mossto

Sustitutivos: En la industria que abarcamos se maneja una gran cantidad de materiales de imitación, para el forro del producto, pero sin embargo el material para la suela solo es importado y no impacta su precio como el resto del material que conforma el zapato-

Clientes: Los clientes influirán bastante en la empresa ya que son lo primordial en el giro del negocio exigiendo precio y calidad del producto.

Rivalidad: Las empresas que distribuyen un producto similar al expuesto es, Mossto la cual tiene la patente y Mime et Moi ninguna de estas compañías comercializa el producto en Colombia.

Comentado [DR4]: Uds con que van a generar rivalidad en su mercado? Precio bajos, promociones, etc.....

7. Conclusiones

- La importancia de poder competir al mismo precio de los productos ya en el mercado
- La innovación y la funcionalidad de un producto influye mucho en el movimiento del mismo en el mercado.
- Un negocio de calzado local que cumpla con los requerimientos del consumidor es muy atractivo para el mismo.
- La implementación de productos innovadores y del marketing que se le emplee conllevara a un buen movimiento del mercado en el producto.
- El estudio del mercado contribuye a tácticas de mejoramiento continuo para la comercialización del producto e impactar al consumidor con primicias.

8. Bibliografía

<http://www.dane.gov.co/>

<https://www.elsalvador.com/vida/184034/el-curiosos-origen-de-los-zapatos-de-tacon/>

<https://elle.mx/moda/2015/08/26/historia-del-zapato-de-tacon/>

<https://zapatodecristal.com/suelas-de-zapatos.php>

Comentado [DR5]: Norma apa aplicar