



BE´ KELGEN

VESTIDOS DOBLE FUNCIONALIDAD

Asignatura

Opción de grado II: Creación de empresa

Autor

Kelly Johanna losada Avendaño

Geraldine Mususú Velásquez

Berónica Yorhleri Bustos Rojas

Docente

Ana Milena Mosquera Sevilla

Grupo: 10122

Noviembre del 2018

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior – CUN

Bogotá D.C



BE´ KELGEN

VESTIDOS DOBLE FUNCIONALIDAD

Autor

Kelly Johanna losada Avendaño

Geraldine Mususú Velásquez

Berónica Yorhleri Bustos Rojas

Docente

Ana Milena Mosquera Sevilla

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior – CUN

Bogotá D.C
Noviembre del 2018



ABSTRACT.....	4
INTRODUCCION.....	5
1. PLANEACIÓN ESTRATEGICA GENERATIVA.....	6-11
1.1 Descripción del Negocio.....	6
1.2 Objetivo General.....	6
1.3 Marco Legal.....	7
1.4 Misión (Identidad Estratégica).....	7
1.5 Visión (Futuro Preferido).....	7
1.6 Valores.....	7
1.7 Objetivos Específicos.....	8
1.8 Análisis Pestel.....	8
1.9 Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter.....	9
1.10 Fuerzas Inductoras (Oportunidades y Fortalezas).....	10
1.11 Fuerzas Opositoras (Debilidades y Amenazas).....	10
1.12 Cadenas de Valor.....	11
1.13 Estrategia Competitiva (Componente Innovador)	
2. ESTUDIO DE MERCADOS.....	12-17
2.1 Objetivos del Estudio del Mercado.....	12
2.2 Segmentación.....	12
2.3 Metodología del Estudio de Mercado.....	12
2.4 Análisis Concluyente.....	17
3. PLAN DE MARKETING.....	18-22
3.1 Estrategia de Producto.....	18
3.2 Estrategia de Precio.....	18
3.3 Estrategia de Publicidad.....	18
3.4 Desarrollo de Marca.....	18
3.5 Marca.....	18
3.6 Logo.....	19
3.7 Slogan.....	19
3.8 Ventaja competitiva.....	19
3.9 Ventaja comparativa.....	19
3.10 Estrategia de Promoción.....	20
3.11 Campaña Publicitaria.....	20
3.12 Estrategia de Distribución.....	20
3.13 Canales.....	20
3.14 Logística.....	20
3.15 Ejecución Comercial.....	20
3.16 Habilidades Comerciales y Administrativas.....	21
3.17 Proyección de ventas.....	21
3.18 Política de Cartera.....	21
3.19 Presupuesto del plan de Mercado.....	22
4. Conclusiones.....	23
5. Bibliografía.....	24



ABSTRACT

BE 'KELGEN is a company in charge of making removable wedding dresses or with double functionality, which are with unique, elegant and simple designs. This has the function of satisfying the need of many women, with these dresses the client can have not only the dress of the ceremony but that of the celebration in only one, additionally, dresses will be offered for the bridesmaids.

BE 'KELGEN handles a fabric of excellent quality, the main objective of our company is that customers can find an affordable dress with unique design, it will also offer all the accessories and accessories for the dress and its image consultancy.



INTRODUCCIÓN

BE' KELGEN es una empresa encargada de realizar vestidos de novia desmontables o con doble funcionalidad, los cuales son con diseños únicos, elegantes y sencillos. Este tiene la función de satisfacer la necesidad de muchas mujeres, con estos vestidos la clienta puede tener no solo el vestido de la ceremonia sino el de la celebración en uno solo, adicionalmente se ofrecerán vestidos para las damas de honor.

BE' KELGEN maneja telas de excelente calidad, el objetivo principal de nuestra empresa es que las clientas puedan encontrar un vestido económico y con diseño único, también se ofrecerá toda la parte de accesorios y complementos para el vestido y su asesoría de imagen.

Buscamos satisfacer esta necesidad a las clientas ofreciendo un producto innovador, único y de excelente calidad. esto favorece no solo a las mujeres colombianas, se espera satisfacer la necesidad de mujeres internacionalmente.

para la realización de estos vestidos de novia doble funcionalidad se sabe que en su mayoría las mujeres a la hora de casarse desean utilizar dos vestidos, tanto el de ceremonia y celebración, BE' KELGEN busca y desea satisfacer en su totalidad esta necesidad ofreciendo precios asequibles.



1. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA GENERATIVA

1.1 Descripción del Negocio

BE' KELGEN nace de ver la necesidad de muchas mujeres que esperan encontrar el vestido de sus sueños a un precio justo, elegante y sobre todo que sea cómodo.

BE' KELGEN cubre esta necesidad con un vestido de novia funcional, se brindará asesoría para que el cliente tenga la convicción de que ese será el producto a utilizar. Con asesorías, complemento, zapatos, y sobre todo los vestidos para sus damas de honor.

1.2 Objetivo General

Ser una empresa líder en el mercado por tener diseños únicos, excelente servicio y por su asequibilidad en los precios, ser una marca reconocida en el mercado nacional e internacional.

1.3 Marco Legal

El reconocimiento y bases que rigen el sector textil en Colombia son:

Normas ISO 9001 y su mercado textil colombiano

El sector textil colombiano es caracterizado por ser uno de las más importantes en la economía colombiana, durante mucho tiempo ha sido representada por grandes empresas como COLTEJER, TEJCONDOR, LEONISA entre otras. Estas empresas aparte de ser pioneras en la Industria, también han sido generadoras de empleo, han contribuido de manera significativa al PIB de Colombia y han sido encargadas de crear un reconocimiento significativo a nivel internacional (Superintendencia de Sociedades, 2015). La industria textil en Colombia es de suma importancia teniendo en cuenta que es responsable de más del 7% de Las exportaciones del país (Superintendencia de Sociedades, 2015).

A pesar que la Industria textil ha creado un auge en la economía, también ha pasado por situaciones críticas, debido a factores como el contrabando, la globalización entre otras, han permitido que el sector disminuya su competitividad; sin embargo, Colombia debe asumir cada vez más retos en la Industria, teniendo en cuenta que el mercado Internacional está en constante cambio.

Ley 25.675 Ley general del Ambiente

Presupuestos mínimos para el logro de una gestión sustentable y adecuada del ambiente, la preservación y protección de la diversidad biológica y la implementación del desarrollo sustentable. Principios de la política ambiental. Presupuesto mínimo. Competencia judicial. Instrumentos de política y gestión. Ordenamiento ambiental. Evaluación de impacto ambiental. Educación e información. Participación ciudadana. Seguro ambiental y fondo de restauración. Sistema Federal Ambiental. Ratificación de acuerdos federales. Autogestión. Daño ambiental. Fondo de Compensación Ambiental.



Decreto 1351 del 22 agosto 2016

Que la República de Colombia ha suscrito acuerdos comerciales que prevén para el sector textil y confecciones mecanismos para adquirir de terceros países materiales o insumos considerados de escaso abasto, que al incorporarse en mercancías objeto del intercambio comercial entre las partes adquieren la condición de “originarias” y, en consecuencia, tienen derecho a disfrutar los beneficios del programa de liberación arancelaria pactado.

Cap. 5. Sector textil y confecciones

Las cuales concientizan de nuestras responsabilidades como trabajadores de la empresa

En estas leyes se puede conocer más a fondo todo el marco legal que rige el sector textil colombiano, lo cual facilitará el desarrollo de la empresa o proyecto a realizar.

El objetivo general de la norma ISO 9001 consiste en evaluar el sector textil colombiano frente a las normas de gestión de calidad.

También la constituye la norma ISO 9004 la cual propone directrices que consideran tanto la eficiencia del sistema de gestión de calidad y la norma 9000.

1.4 Misión

BE´ KELGEN es una empresa que desarrolla vestidos de novia personalizados, con doble funcionalidad, ofreciendo diferentes costos para mayor accesibilidad presupuestal.

Nuestra empresa no solo ofrece vestidos de novia sino también accesorios, asesoramiento de imagen, buscamos satisfacer la necesidad de nuestros clientes.

1.5 Visión

Para el 2023 BE´KELGEN logrará llegar no solo a las mujeres colombianas, sino también a las mujeres de otros países.

Será reconocida como empresa líder dentro de la industria textil y alta moda, ser innovadora, destacándose no sólo por fabricar diseños únicos, sino por las asesorías personalizadas que se implementan con cada cliente.

1.6 Valores

Responsabilidad

Asumir compromisos con colaboradores y clientes.

Ser puntuales.

Calidad

Lo que hacemos, hacerlo bien y con excelencia.

los productos entregados son de excelente calidad.

Pasión

Actuamos con rectitud y comprometidos con el corazón.

amor por lo que se hace y entrega total.

Originalidad



Ser auténticos 100%
En todas las labores realizadas actuamos con rectitud e igualdad.

1.7 Objetivos específicos

- ✓ Realizar diseños únicos y personalizados.
- ✓ Brindar un excelente servicio, cubriendo la necesidad por completo.
- ✓ Proponer diferentes precios asequibles para los clientes.

1.8 Análisis PESTEL

Político

Norma ISO 9001 y el mercado textil colombiano.
Esta analiza el sector textil colombiano frente a las normas de gestión de calidad.

Económico

- ✓ Sólo el 15% de los colombianos se casan. (Periódico el Tiempo).
- ✓ En estos últimos tiempos las personas dudan a la hora de adquirir un compromiso como lo es el matrimonio.

Social

Los colombianos en la actualidad se casan a un promedio de 27 años. (Fuente periódico el Tiempo). esto quiere decir que a la medida que pasa el tiempo las personas desean contraer matrimonio con una mayor edad.

Tecnológico

En la industria textil se han creado nuevos programas y maquinaria evolucionada, lo cual ayuda en el momento de la creación de patrones y moldería, programas como lo son optitex, audaces, en la actualidad existen diversas maquinarias que facilitan la creación y proceso del producto como lo son: maquinas corte laser, maquina selladora.

Ecológico

Existe la ley 25.675 que es la ley general de ambiente, persuasión y protección de la diversidad. es aquella que cuida y protege el medioambiente en cuanto a lo industrial se refiere.

Legal

El decreto 1351 del 22 de agosto del 2016, capítulo 5 del sector textil y confecciones de Colombia, este tiene objetivo describir el procedimiento para la elaboración de lista de materiales e insumo de escaso abasto para el sector textil y confecciones en Colombia. en este podremos encontrar todo lo que se refiere a tratados de libre comercio que hay en Colombia.



1.9 Las cinco (5) fuerzas de Porter

■ **Amenaza de nuevos competidores**

Nuestros clientes buscan un producto de calidad, elegante, cómodo y un vestido que cumpla con todas las expectativas, en el mercado nacional no existe una empresa que ofrezca solo ese producto, no ofrecen vestidos con doble funcionalidad a un precio asequible, con diseño único y personalizado.

Nos esforzamos para que nuestro producto cumpla con todos los estándares de calidad, teniendo muy en cuenta también lo que los clientes deseen. en la actualidad en Colombia se pueden encontrar diversas marcas de vestidos de novia que ofrecen un sin número de diseños como lo son *pronovias* y que esta lleva en el mercado un buen tiempo. pero podemos ver que esta marca a pesar de ser reconocida en el mercado no ofrece los mismos productos que nuestra marca.

■ **Poder de negociación de los clientes**

- ✓ Los clientes colombianos prefieren productos asequibles y sobre todo que sea a su medida y gusto, requisitos con los cuales cuenta nuestra empresa, sabiendo también que son vestidos de doble funcionalidad.
- ✓ Nuestra empresa no solo ofrece vestidos de novia, sino sus accesorios y complementos, asesoría de imagen y los vestidos de sus damas de honor.
- ✓ Nos enfocamos en todas aquellas mujeres colombianas con deseos de casarse y llevar este sueño anhelado a cabalidad.
- ✓ Los productos que ofrecemos son de excelente calidad, telas exclusivas, diseños personalizados, contando con pedrería única y delicada. Estos vestidos serán realizados teniendo en cuenta de las tendencias y Moda de la época.

■ **Rivalidad entre los competidores existentes.**

Esta rivalidad suele ser demasiado alta en el mercado textil, actualmente hay marcas que ofrecen vestidos de novia de excelente calidad y diseño, también ofrecen vestidos de novia con accesorios y precios altos, pero no ofrecen variedad de precios asequibles para todos los estratos como lo ofrece nuestra empresa BE´KELGEN.

■ **Amenazas de productos sustitutos.**

Por lo general en los productos sustitutos suele pasar que los dejan a un precio más bajo, pero en este caso, en el sector textil colombiano es difícil obtener un buen producto a precios bajos, si los hay no son de buena calidad. los competidores reales serán las tiendas o boutiques de vestidos de novia internacionales o lo colombianos que no ofrecen los mismos beneficios que nuestra marca.

■ **Poder de negociación de los proveedores**

Se contarán con proveedores colombianos, los cuales serán de gran ayuda a la hora de elaborar el producto, se pretende llegar a un acuerdo, que sean los proveedores principales



de la empresa y se espera que nos pueda suplir de toda la materia prima e insumos para la creación de dicho producto.

adquiriendo materias primas nacionales se ayudará al incremento de la economía del país. ya que el sector textil genera 1,8 millones de empleos.

1.10 Fuerzas inductoras (Oportunidades y fortalezas)

Oportunidades

Ascender en el mercado.

Fidelización de los clientes.

Internacionalización – exportaciones.

Avances tecnológicos.

Fortalezas

Fácil accesibilidad a los diseños deseados.

Distintas opciones de diseño de acuerdo al presupuesto.

Asesorías personalizadas.

Diseños para cualquier presentación.

Innovación.

1.11 Fuerzas opositoras (Debilidades y Amenazas)

Debilidades

Con el tiempo el mercado disminuye.

No tener accesibilidad a todo tipo de mercado.

Búsqueda de personal confiable para las diferentes áreas.

Amenazas

Plagio

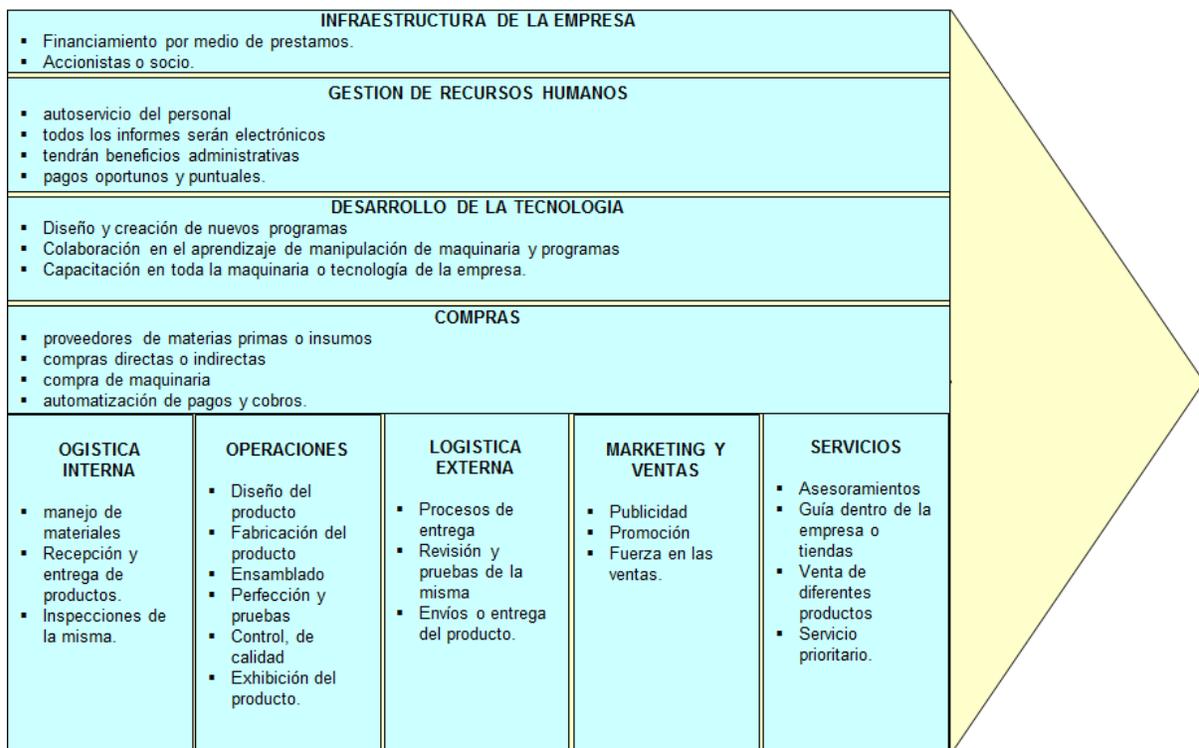
Competencia

Competencia desleal (Envidia)

Contrabando de textiles



1.12 Cadena de valor



1.13 Estrategia competitiva

- o Crear alianzas para obtener ciclos de producción de bajo costo (relación fundamental con los proveedores).
- o Ciclo de estrategia basada en tiempo (entrega del producto)
- o Ciclo de diseño e innovación (vestidos doble funcionalidad)



2. ESTUDIOS DE MERCADO

2.1 Objetivos del estudio de mercado

- o Crear un plan de negocios
- o Re coleccionar y analizar datos e información acerca de los clientes

2.2 Segmentación

Mujeres entre los 25 y 50 años de edad, esas mujeres que piensan diferente, que buscan sin duda que su boda y por su puesto su vestido se vea elegante e innovador, lo que ofrece BE´KENGEL, un vestido con doble funcionalidad, adicional se le diseñará según el gusto y personalidad de cada una de las clientes.

2.3 Metodología del estudio de mercado

Estudios cuantitativos / Encuesta. (Formato)



ENCUESTA ESTUDIO DE MERCADO	
VESTIDOS DOBLE PIEZA-BODAS	
DATOS GENERALES (Somos una empresa que se dedica al diseño de vestidos doble funcionalidad, para bodas y otros eventos)	
Nombre completo de la Empresa u Organización:	
Nombre de la persona encuestada:	
1. ¿QUÉ VALOR ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR ESTE PRODUCTO?	Marque con una x una de las siguientes opciones:
<input type="checkbox"/> 1. De 1'000.000 a 2'000.000 Millones De Pesos <input type="checkbox"/> 2. De 2'000.000 a 4'000.000 Millones De Pesos <input type="checkbox"/> 3. De 4'000.000 a 6'000.000 Millones De Pesos <input type="checkbox"/> 4. De 6'000.000 a 10'000.000 Millones De Pesos <input type="checkbox"/> 5. Un valor más alto	
2. ¿ESTARÍA DISPUESTA A COMPRAR UN VESTIDO DOBLE PIEZA O DESMONTABLE PARA SU BODA?	
<input type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No	
3. ¿SI TUVIERA LA POSIBILIDAD DE COMPRAR SU VESTIDO DE NOVIA QUE LE SIRVA PARA SU EVENTO, LO COMPRARÍA?	
<input type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No	
4. QUÉ TAN BUENO LE PARECE QUE LE DISEÑEN UN VESTIDO DE ACUERDO A SU PERSONALIDAD Y GUSTO?	
<input type="checkbox"/> 1. MUY BUENO <input type="checkbox"/> 2. BUENO <input type="checkbox"/> 3. MALO	
5. ¿ LE GUSTARÍA QUE ADEMÁS DEL VESTIDO, SE LE ASESORARA PARA ESCOGER ZAPATOS Y ACCESORIOS ADICIONALES?	
<input type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No	
6. ¿ LE GUSTARÍA QUE POR UN COSTO ADICIONAL AL VESTIDO SE LE HICIERA UN CAMBIO DE LOOK?	
<input type="checkbox"/> 1. SI <input type="checkbox"/> 2. NO	



Análisis de las respuestas arrojadas por la encuesta:



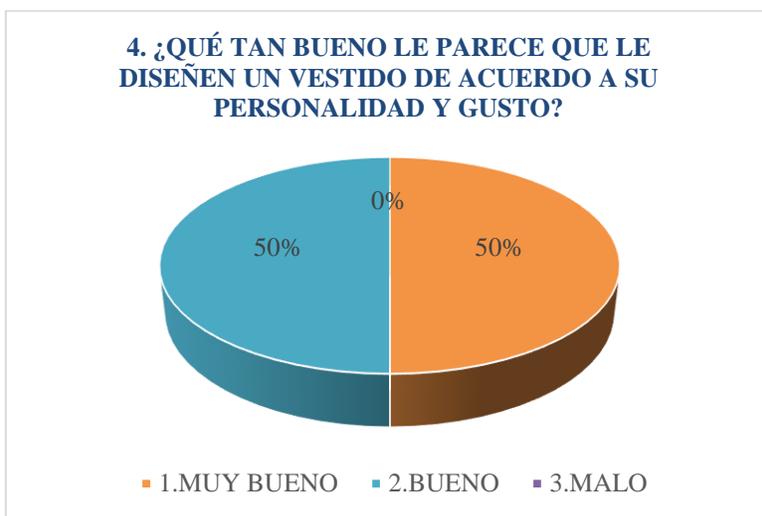
De acuerdo a la gráfica anterior de las 6 mujeres encuestadas el 33% estaría dispuesta a pagar de 2.000.000 millones de pesos a 4.000.000 millones de pesos y el 67% de 1.000.000 millón de pesos a 2.000.000 millones de pesos.



De acuerdo a la gráfica anterior de las 6 mujeres encuestadas, el 33% si estarían dispuestas a comprar un vestido doble pieza, y el 67% no lo comprarían.



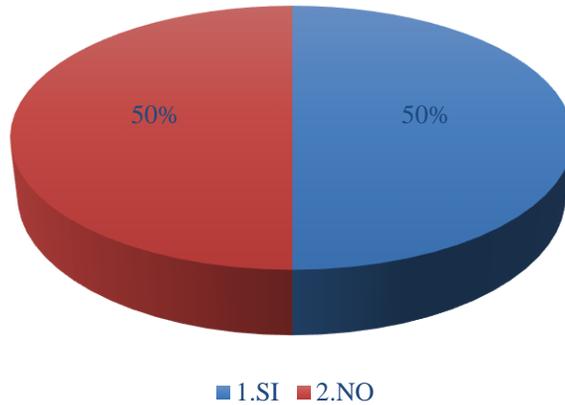
De acuerdo a la gráfica anterior de las 6 mujeres encuestadas el 67% si comprarían un vestido para su evento, el otro 33%, no lo comprarían.



De acuerdo a la gráfica anterior al 50% de las 6 mujeres encuestadas les parece bueno que se le diseñara un vestido que vaya con su personalidad y gusto, también al otro 50% de las mujeres accederían y les pareció muy bueno.

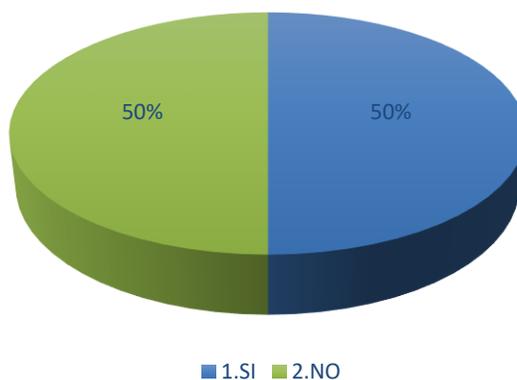


5. ¿LE GUSTARÍA QUE ADEMÁS DEL VESTIDO, SE LE ASESORARA PARA ESCOGER ZAPATOS Y ACCESORIOS ADICIONALES?



De acuerdo a la gráfica anterior, de las 6 mujeres encuestadas, el 50% si les gustaría que se les asesorara para la compra de zapatos y accesorios adicionales al vestido, el otro 50%, no les gustaría.

6.¿LE GUSTARÍA QUE POR UN COSTO ADICIONAL AL VESTIDO, SE LE HICIERA UN CAMBIO DE LOOK?



De acuerdo a la gráfica anterior el 50% de las 6 mujeres encuestadas si estarían dispuestas a pagar un costo adicional de lo que valdría el vestido, para que les hicieran un cambio de look, el otro 50% no estarían dispuestas.



2.4 Análisis concluyente

El objetivo de realizar la encuesta es el de tener una investigación preliminar del mercado al cual nos estamos enfrentando, sabiendo de ante mano lo que piensa el consumidor final, donde se hace notar los gustos y preferencias que tienen a la hora de elegir un vestido de doble funcionalidad, o rechazar este producto nuevo en el mercado.

Teniendo en cuenta los resultados arrojados por las encuestas se puede decir que la empresa tiene futuro, ya que, aunque es bajo el porcentaje de las mujeres que desean casarse, aun así, las que lo quieren hacer, lo harán cumpliendo sus sueños, y ese es el de tener el mejor vestido para ese día único y especial, escogiendo a BE'KENGEL para el diseño y elaboración del vestido innovador y elegante que tanto anhelan.



3. PLAN DE MARKETING

3.1 Estrategia del producto

Nuestros productos son vestidos de novia, a los cuales se cumpla con la posibilidad de una doble funcionalidad, para la ceremonia, que vendría siendo un vestido largo, de la silueta, estilo y diseño que se desee; y para el evento o fiesta que se realice, este se convierta en un vestido más corto, cómodo y fresco para la novia.

3.2 Estrategia de precio

BE' KELGEN Mantiene la posibilidad de tener diferentes diseños y estilos de vestidos para cualquier presupuesto que el cliente posea; ofreciendo así más posibilidades de pago a las personas de estratos medios y bajos.

3.3 Estrategia de publicidad

Inicialmente tendremos nuestro sitio web, en donde los clientes tengas en acceso y la facilidad de conocer sobre la marca, un catálogo virtual en donde se especifiquen todos los detalles de cada vestido (Tipos de textil, accesorios e insumos utilizados). También se hará el uso de las diferentes redes sociales y propagandas de televisión. Y poco a poco se incrementará el vos a vos.

3.4 Desarrollo de la marca

La marca BE' KELGEN fue creada para el mercado de alta moda y alta costura; llevando a cabo un proceso de investigación e innovación a la hora de crear un diseño nuevo. Vestidos de novia con doble funcionalidad para mayor comodidad en las clientas.

3.5 Marca

“BE' KELGEN”



3.6 Logo



3.7 Slogan

“Design your day, Design your life”
“Diseña tu día, diseña tu vida”

3.8 Ventaja competitiva

El plus principal de BE´ KELGEN es el vestido de novia doble funcionalidad. Tendremos una excelente calidad tanto en la materia prima e insumos como en la producción de nuestros productos, También tendremos personal altamente calificado para el asesoramiento de imagen y pruebas; y un muy buen servicio y atención a nuestros clientes. Contando también con la innovación que tendrá cada uno de nuestros diseños.

3.9 Ventaja comparativa

Actualmente existe una tienda de vestidos en Bogotá, “Pronovias”, con una trayectoria aproximadamente de 54 años, esta tienda es líder mundial, gracias a su amplia red de distribución, con más de 4.000 puntos de ventas en 105 países. Esta tienda ofrece amplia gama de vestidos de novia, así como vestidos de fiesta y accesorios. Haciendo un paralelo de esta tienda y BE´ KELGEN, la diferencia es que en nuestra tienda tenemos productos muy novedosos; la posibilidad de que un vestido tenga una doble funcionalidad, y a su vez sea bastante cómodo y fresco, se implementara el uso de catálogos virtuales y físicos en donde los clientes puedan encontrar los diferentes diseños, los accesorios, el tipo y calidad de textiles e insumos utilizados.

Se realizan diseños al gusto y decisión del cliente, siendo asesorado por diseñadores profesionales.



3.10 Estrategia de promoción

Se tendrá variedad de diseños exclusivos e innovadores que llamen la atención de nuestros clientes. Para realizar los envíos de los vestidos y accesorios se hará un descuento especial para los clientes que se ubiquen en la ciudad Bogotá D.C.

3.11 Campaña publicitaria

Por medio de redes sociales como Facebook e Instagram; en donde se mostrarán los diferentes diseños, tabla de tallas, materiales, insumos y precios de cada uno de los vestidos; cada semana se subirán a las páginas cada novedad. Se dará a conocer la marca y el sitio web de la misma. También se realizará la respectiva publicidad en los diferentes canales de televisión, recalcando mucho la doble funcionalidad de cada vestido.

3.12 Estrategias de distribución

Después de realizada cierta cantidad del producto; esta se transportará a nuestro punto principal de ventas en la ciudad.

Para envíos de productos a otras ciudades del país se realizarán con 2 días de anticipación y con todo el esquema de seguridad requerido.

3.13 Canales

Los medios por los cuales nos comunicaremos con nuestros clientes serán: Sitio web de BE' KELGEN, Cuentas y páginas en las redes sociales (Facebook e Instagram) y publicidad en televisión. Teniendo en cuenta que las publicidades en redes sociales no tienen ningún costo, y en televisión en los canales principales colombianos (*RCN* y *Caracol*) un comercial que tiene una duración de 30 segundos; en promedio su valor está entre los 12 y 15 millones de pesos.

3.14 Logística

Se tendrá personal para cada área (Patronistas, cortadores, operarios de maquina plana, distribuidores, asesores de imagen, diseñadores, control de calidad, aseadores, contadores).

También se tendrá la maquinaria y materias primas requeridas para la realización de cada diseño; desde la planeación hasta la obtención del producto final.

3.15 Ejecución comercial

Se tendrán portafolios físicos y digitales, los precios se especificarán tanto en los portafolios como en las prendas exhibidas, se implementarán las promociones beneficiando a los clientes ubicados en Bogotá, se llevará a cabo las impresiones de la marca, que irá acompañada del precio.



3.16 Habilidades comerciales y administrativas

Se conoce la estabilidad del mercado y se tiene muy en cuenta la Macro-tendencia para la realización de los vestidos, ya que se tiene conocimientos en Marketing. Se cuenta con los recursos como maquina plana, bordadoras, fusionadoras; y recursos humanos para cada área, ya que a través del tiempo se han adquirido conocimientos en el área administrativa y recursos humanos, manejando como la ley lo solicita a los colaboradores.

3.17 Proyección de ventas

De acuerdo a los estudios de mercadeo realizados, se decidió que inicialmente los vestidos de novia doble funcionalidad se venderán por un valor de \$2'000.000 millones de pesos, de esta manera se proyecta que en 1 mes se venderán dos (2) vestidos que costarán 4'000.000 millones de pesos, estas ventas también se proyectan a un (1) año lo cual será por un valor de 96'000.000 millones de pesos, dinero que se usará para los diferentes gastos y por supuesto mejoras en la tienda.

VESTIDOS DOBLE PIEZA/BODAS		\$ 2.000.000,00
PROMEDIO 1 MES	PROMEDIO 1 AÑO	VENTAS PROYECTADAS 1 AÑOS
2	24	48
TOTAL		96.000.000,00

Los valores de la tabla pueden variar con el pasar del tiempo y entre más trayectoria tenga la empresa, subirán las ventas.

3.18 Política de cartera

1. La cancelación total del producto se hará en dos pagos:
 - a) Un anticipo para empezar a elaborar el producto
 - b) Al momento de la entrega (producto terminado).
2. se recibe todo medio de pago.
3. Si el producto se cancela en su totalidad antes de terminado, se hará un descuento del 10%.



3.19 Presupuesto del plan de mercado

El presupuesto planeado a seis (6) meses es el siguiente:

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
PAGINA WEB	1.200.000,00					
CATALOGO DE VENTAS	1.800.000,00					
TRANSPORTE PARA ENVIOS	400.000,00	400.000,00	400.000,00	400.000,00	400.000,00	400.000,00
PUBLICIDAD EN TELEVISIÓN	12.000.000,00					
OTROS GASTOS	1.200.000,00	1.200.000,00	1.200.000,00	1.200.000,00	1.200.000,00	1.200.000,00
SUBTOTAL	16.600.000,00	1.600.000,00	1.600.000,00	1.600.000,00	1.600.000,00	1.600.000,00
TOTAL						24.600.000,00

En la tabla de presupuesto anterior se puede observar algunos gastos representativos para BE´KELGEN los cuales no se pueden pasar por alto, ya que prácticamente la tienda depende de los mismos.

De acuerdo a investigación realizada el manejo por 1 año de la página web costará 1´200.000, de la misma manera que el manejo/publicidad del catálogo de ventas será por 1 año, costando aproximadamente 1´800.000, el transporte para envíos será un gasto permanente por valor de 400.000 mensual, se pagarán 12´000.000 millones de pesos por publicidad o comercial anunciado por los canales regionales de televisión, de esta manera también se provisionarán 1´200.000 para otros gastos que puedan surgir de manera urgente, en conclusión se gastarán aproximadamente 24´000.000 millones de pesos.



CONCLUSIONES

Tras la creación de la empresa BE' KELGEN, tuvo como objetivo, la planeación y realización de vestidos innovadores con doble funcionalidad, que darán a nuestros clientes la satisfacción de realizar diseños únicos y personalizados, brindar un excelente servicio, cubriendo la necesidad por completo, también ofrecemos diferentes precios asequibles para los clientes.

En conclusión se puede decir que realmente es muy rentable la idea de negocio planteada y plasmada en este trabajo, ya que haciendo los diferentes estudios y rigurosas investigaciones, notamos que sí hay demanda para el producto a ofrecer, aunque es un campo muy difícil de trabajar comercialmente, tampoco es imposible, teniendo en cuenta que confiamos y podemos dar fe de la calidad del producto, sabiendo que es muy diferente a lo que actualmente se ve aquí en Colombia, hablando de los vestidos de novia. Analizando los gastos y costos puede notarse que, aunque es mucho dinero el que se debe tener como capital, no será tan complejo de recuperar con las ganancias que se aspiran obtener

El trabajo que se realizó fue realmente retador, ya que nos llevó mucho más allá de solo cumplir con la responsabilidad de entregarlo, sino que descubrimos que realmente si se investiga y recopila de fuentes confiables la información, se podrá obtener resultados positivos, trabajando en equipo, conociendo de antemano el tema a investigar. Se ha tomado conciencia de cómo se debe presentar un proyecto final, teniendo en cuenta que para obtener resultados excelentes hay que esforzarse y dar lo mejor.



REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

<http://www.opds.gba.gov.ar/sites/default/files/LEY%2025675.pdf>

<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/15648/3/SANTOYO%20CAICEDO%20LAURA%20MARCELA%202016.pdf>

http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=79466&name=DECRETO_1351_DE_2016.pdf&prefijo=file

<https://www.discoverdunnellon.com/event/colors-spring-fashion-show/>

<https://innovias.wordpress.com/tag/vestidos-de-novia-clasicos/>

<https://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/crisis-de-la-industria-de-la-confeccion-en-colombia/254274>.

<https://www.pronovias.com/int-es/pronovias-fashion-group/quienes-somos>

<http://www.periodismopublico.com/cuanto-cuesta-hacer-campana-en-los>