

2017

BISUTERIA ONLINE



Wendy Johanna Bautista Ortega
Manuel Hernando Avendaño Maldonado

**Corporación Unificada Nacional de
Educación Superior CUN**

17/10/2017



OPCION DE GRADO II – CREACION DE EMPRESA



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

BISUTERÍA ONLINE

AUTORES:

Wendy Johanna Bautista Ortega
Manuel Hernando Avendaño Maldonado

AVANCE PROYECTO

OPCION DE GRADO II – CREACION DE EMPRESA

DOCENTE: Rodríguez Rincón Ervin Verlaine

GRUPO: 10123

BOGOTA D.C.

2017

2. INDICE

Contenido

4. INTRODUCCION	4
5. CAPITULO 01: IDEA DE NEGOCIO	¡Error! Marcador no definido.
5.1. DESCRIPCION	¡Error! Marcador no definido.
5.2. CUAL ES EL PROBLEMA QUE SE SOLUCIONA CON LA IDEA DE NEGOCIO	5
5.3. JUSTIFICACION.....	6
5.4. ANTECEDENTES	¡Error! Marcador no definido.
5.5. CLASE DE PRODUCTO	7
5.6. DESCRIPCION DEL PRODUCTO	8
5.7. SECTOR ECONOMICO	12
5.8. OBJETIVOS.....	13
5.8.1. OBJETIVO GENERAL.....	13
5.8.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	13
6. CAPITULO 2: PLANEACION ESTRATEGICA	14
6.1.1. ANALISIS DEL ENTERNO.....	14
6.1.2. ANALISIS PESTEL (PESTA)	16
6.1.3. ANALISIS DE INDUSTRIA (LAS 5 FUERZAS DE POSTER).....	18
6.2. ANALISIS INTERNO	19
ANÁLISIS ÁREA GENERAL:	19
ANÁLISIS ÁREA ADMINISTRATIVA:	19
ANÁLISIS DE ÁREA DE RECURSOS HUMANOS:	20
ANALISIS AREA DE FINANZAS Y CONTABILIDAD.....	20
ANALISIS AREA DE PRODUCCION	21
ANALISIS AREA DE CALIDAD	21
ANALISIS AREA LEGAL.....	22
ANALISIS DE MERCADEO	22



6.3. MATRIS DOFA.....	23
6.4. IDENTIDAD ESTRATEGICA.....	24
6.4.1. MISIÓN	24
6.4.2. VISION	24
7.1. CAPITULO 3 INVESTIGACION DE MERCADOS.....	25
7.1.2. SEGMENTACION DE MERCADOS.....	25
7.1.3. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION.....	26
ENCUESTA	26
8.1. CAPITULO 4: PLAN DE MARKETING.....	41
8.1.1. OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING	41
8.1.2. ESTRATEGIA DEL PRODUCTO (LAS CUATRO P).....	42
PRECIO:.....	45
COMPETIDORES.....	46
PLAZA	47
PUBLICIDAD	48
LOGO	48
CUENTA INSTAGRAM	49

4. INTRODUCCION

Este proyecto empresarial es realizado para presentar una propuesta de nuestra empresa que tiene como fin la elaboración de artículos de bisutería tales como: aretes, anillos, pulseras, bolsos en fique. Innovando en el mercado, elaborando productos de buena calidad y presentación. Nuestra empresa quiere brindar a los clientes confianza ya que trabajamos para complacer sus gustos y darnos a conocer, distribuir, vender nuestros accesorios y ofrecerlos en diferentes puntos de venta.

5.2. CUAL ES EL PROBLEMA QUE SE SOLUCIONA CON LA IDEA DE NEGOCIO

¿La población fusagasugueña compraría a una empresa de bisutería femenina accesorios como (anillos, aretes, diademas, brazaletes y artículos en fique entre otros) ya que en el mercado actual hay gran variedad de negocios que ofrecen aquellos artículos?

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el municipio de Fusagasugá, se nos da la oportunidad de crear una empresa de bisutería, teniendo en cuenta que la gran mayoría de población es artesanal y les gusta los accesorios, puesto que la artesanía es un producto que nunca deja de gustar, sin restricción de sexo, edad o lugar; con nuestros materiales y creatividad podemos variar para innovar ya que nuestro producto es tan flexible que se puede mezclar o combinar en cualquier clase de prenda, artículo etc. Ya que Fusagasugá cuenta con negocios que no prestan los mejores servicios por su mala atención, calidad y precio competencia; ya que es notable la falta de innovación que hay en estos productos tan conocidos, teniendo en cuenta las encuestas realizadas cuyos resultados fueron favorables. De acuerdo a esto se vio la necesidad de crear una empresa que brinda los mejores servicios, calidad y precio, ofreciendo al municipio variedad de diseños entre estos están: (anillos, aretes, brazaletes, diademas, artículos en fique, entre otros) y todo esto lo ofrece nuestra empresa BISUTERIA ONLINE.

5.3. JUSTIFICACION

BISUTERIA ON LINE nace principalmente porque debemos tener el ejercicio académico de la creación y formación de una empresa, razón que nos motiva hacer estudio de mercados con el cual encontramos la necesidad de un producto artesanal con las características en cuanto a materia prima y la elaboración de productos. De esta forma BISUTERIA ON LINE brindará al mercado Fusagasugueño el diseño y la variedad que generan la preferencia de sus clientes, con una opción novedosa que además tendrá en cuenta de manera importante la conservación del medio ambiente, teniendo en cuenta que nuestro objetivo es resaltar la belleza femenina.

Se denomina bisutería a la industria que produce objetos o materiales de adorno que imitan a la joyería pero que no están hechos de materiales preciosos, la bisutería suele usar materiales muy diversos desde la porcelana hasta los alambres de latón, pasando por la pasta de papel o las perlas cultivadas. Los objetos confeccionados con metales o sus aleaciones suelen llevar un recubrimiento de material noble, como el oro, la plata, o el rodio. Dependiendo de la calidad del recubrimiento un adorno de una bisutería fina de este tipo, puede llegar a ser prácticamente indistinguible de una joya, lógicamente, para una persona no experta. Los metales preciosos suelen ser muy densos y por lo tanto las pequeñas piezas que se elaboran con ellos son, para su tamaño, bastantes pesadas. Un buen sustituto al menos en cuanto a la densidad suelen ser las aleaciones de plomo entre otros.

La gran mayoría de la población es artesanal y les gusta los accesorios la artesanía es un producto que nunca deja de gustar sin restricción de sexo edad o lugar, con nuestros materiales y creatividad podemos variar para innovar, nuestro producto es tan flexible que se puede mezclar o combinar con cualquier clase de prenda, artículo etc.

A raíz de esto nace la necesidad de utilizar artículos y accesorios de bisutería femenina, ya que se ha convertido en la necesidad para la mujer; el verse cada vez más hermosa y atractiva, brindándole así a la población productos de buena calidad. Buscar sobre bisutería.

5.5. CLASE DE PRODUCTO

PRODUCTOS TRADICIONALES

PENETRACION DEL MERCADO: Es la estrategia más utilizada en la penetración del mercado de la empresa **BISUTERIA ONLINE**, hace referencia a los productos actuales como: manillas, aretes, monederos, llaveros, bolsos en fique; que en el mercado van creciendo sin introducir cambios importantes en la relación producto-mercado.

PRODUCTOS NUEVOS

Es el desarrollo del mercado, creando nuevas estrategias de venta, como la innovación de nuevos productos al mercado. Nuestras principales estrategias son:

- Nuevos productos tales como: collares, anillos, diademas, correas.
- Expansión de la empresa a nivel geográfico y por internet

DESARROLLO DEL PRODUCTO

Ventas y comercialización de nuevos productos en los mercados actuales. Las estrategias son:

- Innovación del producto, resaltando la creatividad e interés hacia el cliente
- Desarrollo de la calidad, utilizando buenos materiales y supervisión antes de salir al mercado
- Innovación del empaque, un empaque elaborado con creatividad y buenos materiales para así ofrecer la mejor calidad
- Cambio de tamaño, forma y pedrería de algunos productos para crear su variación

5.6. DESCRIPCION DEL PRODUCTO

DIJES: Joya, alhaja colgante que se lleva como adorno colgando de una cadena o de una pulsera.



MOSTACILLA: Cuentecillas agujeradas que sirven para adornar

PERLAS: Bola pequeña de nácar, de color blanco o gris con reflejos brillantes, que se suele formar en el interior de la concha de algunos moluscos, en especial de la madreperla y la ostra, y que es muy apreciada en joyería: las perlas se forman como defensa cuando se introduce accidentalmente un cuerpo extraño en la concha

DIAMANTES: Piedra preciosa incolora, compuesta totalmente de carbono puro cristalizado en el sistema cúbico, muy apreciada por su transparencia, brillo y dureza



FIQUE: Fique es una fibra natural que crece en las hojas de la planta de fique, Furcraea andina, un nativo de monocotiledóneas xerófila andinos regiones de Colombia, Ecuador y Perú. A partir de aquí se extendió a Venezuela y la costa este de Brasil. Nombres comunes: Fique, Cabuya, Pita, Penca, Penco, Maguey, Cabui, Chuchao o Coquiza.



AGUJAS DE CROCHET: Labor a mano que consiste en tejer con una aguja de un os 20 cm de largo acabada en un gancho:



5.7. SECTOR ECONOMICO

NICHO

Nuestro nicho no tiene un centro principal ya que las personas en especial las mujeres, (amas de casa, adolescentes, niñas) son nuestras mayores compradoras; además, todas las edades se interesan por nuestro producto. Tal vez, si se pueda hablar de una mayor inclinación entre las personas: las de 16 y 25 años aproximadamente son nuestros mayores compradores e interesados en nuestro producto. Estamos completamente seguros de que es así, porque para esta información estamos basados en las encuestas realizadas a 50 personas de nuestro entorno.

Bisuteria On Line continuara en el mercado Fusagasugueño y por medio de nuestra cuenta de Instagram **@Bisuteriaonline1**, ofreciendo accesorios para toda ocasión satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes

5.8. OBJETIVOS

5.8.1. OBJETIVO GENERAL

Crear adornos femeninos con el fin de resaltar la belleza y la delicadeza de la mujer haciéndola ver más atractiva y moderna.

5.8.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- **OBJETIVO DE GERENCIA:**
Llevar a cabo una buena comunicación entre los socios de la empresa y atender las quejas y reclamos que surjan dentro y fuera de la empresa.
- **OBJETIVO DE TALENTO HUMANO:**
Supervisar la hora de inicio y terminación de la elaboración del producto así como su asistencia, puntualidad y responsabilidad en cada producción
- **OBJETIVO DE MERCADEO Y VENTAS:**
Crear estrategias que nos permitan ser reconocidos por sus innovadores productos y tener una buena acogida en el mercado
- **OBJETIVO DE FINANZAS:**
Administrar adecuadamente los ingresos y egresos de la empresa llevando así una buena contabilidad basándonos en los principios morales.
- **OBJETIVO DE JEFE DE PRODUCCION:**
Administrar correctamente toda la materia prima existente dentro de la empresa siguiendo así una buena organización, manejo y distribución de ella.

6. CAPITULO 2: PLANEACION ESTRATEGICA

6.1.1. ANALISIS DEL ENTERNO

MARCO GEOGRÁFICO

Fusagasugá es uno de los 116 municipios del departamento de Cundinamarca en la región central de Colombia. Conocido como "Ciudad Jardín de Colombia", es la capital de la Provincia del Sumapaz y un importante núcleo de desarrollo. Fusagasugá es la Tercera Ciudad del Departamento de Cundinamarca, considerada como un importante centro regional de comercio. Con gran aptitud como ciudad educativa y turística por su cercanía con la capital del país.

La ciudad está ubicada en una verde meseta bañada por los ríos Cuja y Chocho o Panches, rodeada por los cerros Quininí y Fusacatán que conforman un esplendoroso valle, con un clima y un paisaje sin igual. Es precursora del ritmo original de la Rumba criolla. La diversidad de los periódicos mercados, realizados de acuerdo a la ubicación de la luna y las estrellas, fue ejemplo de la heterogeneidad del pueblo que se enraizó en estas tierras.

Por toda esta diversidad podemos concluir que en Fusagasugá se puede realizar mucho comercio fortuito, lo que favorece a BE WOMAN para su desarrollo como empresa y alcanzar un punto máximo en el comercio.

Además gracias al comercio obtendremos una buena acogida en la sociedad; porque gracias a ellos avanzaremos y progresaremos.

ACCESIBILIDAD:

A la Ciudad Jardín se puede acceder desde la capital por dos importantes vías: Carretera Panamericana a una distancia de 64 km.

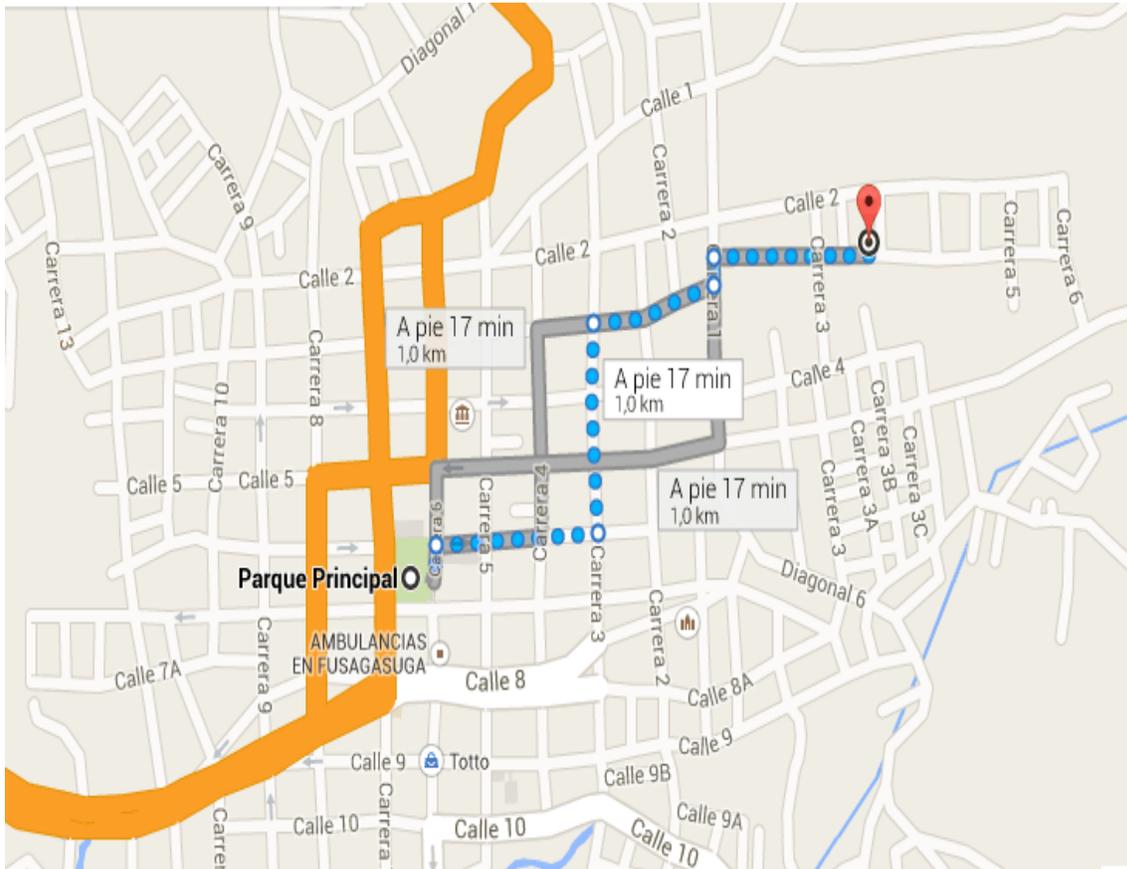
Vía San Miguel a una distancia de 59 km.

Saliendo de Bogotá D.C., se toma la autopista sur hacia el sur-occidente hasta el municipio de Soacha; continuando por esta vía se encuentra la desviación a la derecha por la vía Panamericana y a la izquierda la vía por San Miguel.

Los municipios más cercanos son Arbeláez, Sylvania, Pasca y Tibacuy.

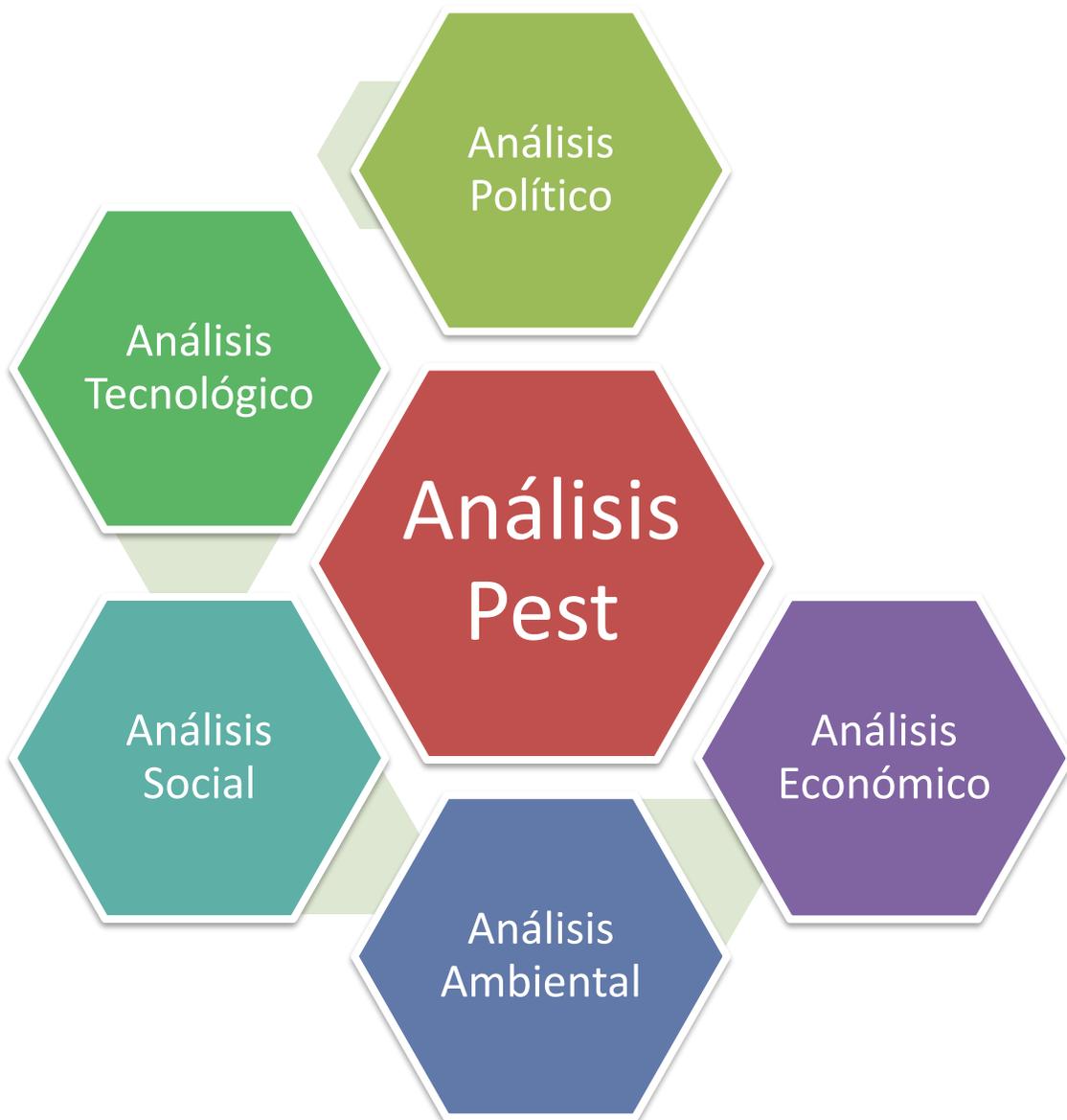
CLIMA

Las condiciones atmosféricas predominan en el municipio son: los del clima cálido, Al sur 123Km, temperatura en el centro 124Km, frío al norte 77Km y páramo en lo alto de las montañas de norriente 10Km.



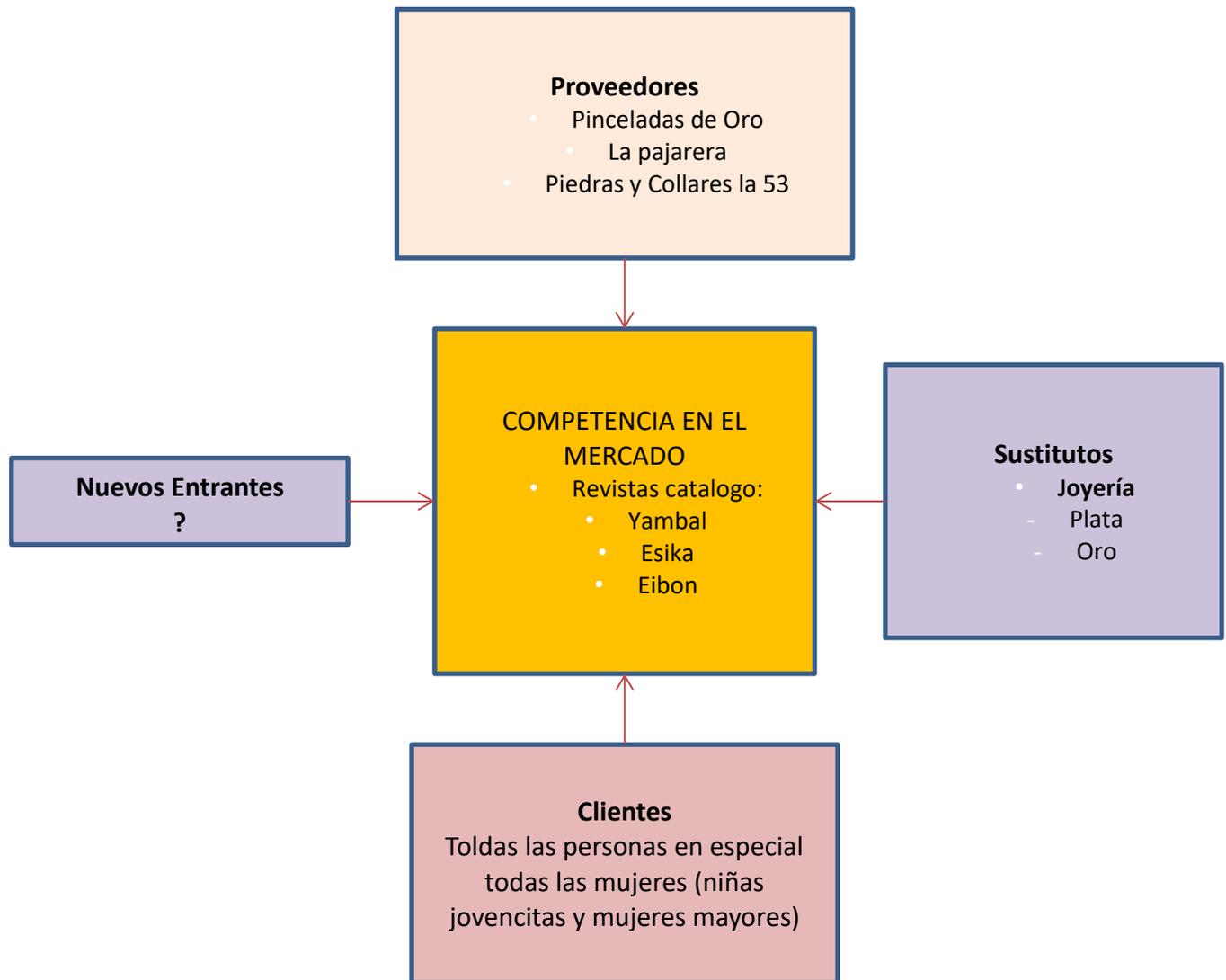
SITIO DE PRODUCCION UBICADO EN VEREDA RESGUARDOS FINCA SANTA ROSALIA.

6.1.2. ANALISIS PESTEL (PESTA)





6.1.3. ANALISIS DE INDUSTRIA (LAS 5 FUERZAS DE POSTER)



6.2. ANALISIS INTERNO

ANÁLISIS ÁREA GENERAL:

- ✓ La relación con los directivos de la empresa **Bisuteria On Line**, ya que se genera un buen ámbito de organización, respeto, cumplimiento y entendimiento, se podría decir que es buena.
- ✓ El liderazgo en nuestra empresa se ve reflejado en la gerente, ya que sus aportes y opiniones son la base de crecimiento en nuestras ventas.
- ✓ Las estrategias que se implementan en nuestra empresa se pueden decir que son ideas como: variedad en nuestro producto y calidad en él, voz a voz para que nuestra empresa sea más reconocida y así obtener más clientes.
- ✓ El fruto de los resultados de la empresa es debido a la planeación y control, ya que, siendo una empresa desorganizada, e incumplida nunca tendrá éxito y por tanto nada de ventas.

ANÁLISIS ÁREA ADMINISTRATIVA:

- ✓ Algunas dificultades que podrían afectar a nuestra empresa sería el desequilibrio en el aspecto económico, dificultad a la hora de transportarnos y la salud de los directivos e integrantes de la empresa, las capacidades que esta tiene serian, el trabajo en equipo, creatividad, innovación y por último el esfuerzo individual.
- ✓ En nuestra empresa existe un organigrama, ya que en él se encuentra la diferente organización de las actividades que hay en ella.
- ✓ Los objetivos de la empresa son claros, ya que queremos ser reconocidas a nivel Nacional, poder alcanzar alianzas con empresas mucho más reconocida, trabajo excelente y más estudio sobre nuestro producto, poder participar en diferentes ferias en el país y poder tomar capacitaciones para crear mejores productos con diferente variedad.
- ✓ Hay confianza y responsabilidad al delegar los diferentes cargos en la empresa ya que esto nos permite poder avanzar en ventas y éxito, además es esencial para poder destacarnos y llevar el progreso de nuestra empresa.
- ✓ La parte administrativa de la empresa está clasificada en gerente, jefe de producción, jefe de mercadeo y ventas, talento humano, y jefe de finanzas.
- ✓ Los colaboradores en nuestra empresa son dependientes, ya que cada uno de ellos puede realizar el producto sin necesidad de alguna ayuda.

ANÁLISIS DE ÁREA DE RECURSOS HUMANOS:

- ✓ **BE WOMAN** toma en cuenta a los integrantes de la empresa para la toma de decisiones, como: integrar una nueva socia a la empresa o quizá algunas normas impuestas para su cumplimiento entre otras.
- ✓ Nos adaptamos favorablemente a los cambios que puedan llegar a presentarse en la empresa
- ✓ La motivación en nuestra empresa significa para nosotras un apoyo moral

ANALISIS AREA DE FINANZAS Y CONTABILIDAD

- ✓ Contamos con un asesor contable y un jefe de finanzas
- ✓ Un mal manejo en la contabilidad de una empresa puede ser fatal ya que si no esto estaría desorganizado el dinero entrante y saliente de la empresa por lo cual está quedando en quiebra
- ✓ La evasión de impuestos puede ser un grave problema en nuestra empresa por lo que el gobierno podría optar por cerrarla
- ✓ El crédito puede ser una alternativa de solución ante una crisis económica pero no siempre es la mejor opción puesto que crecerían o aumentarían la deuda
- ✓ El manejo ordenado de la contabilidad además de pérdidas y ganancias nos permite observar en la empresa que debemos mejorar a que producto hacerle mayor énfasis; que se vende más y que se vende menos y el desarrollo de calidad del producto

ANALISIS AREA DE PRODUCCION

- ✓ Los productos que manejamos en la empresa son motivo de satisfacción para nuestros clientes ya que son elaborados con materiales de alta calidad, cuentan con una gran imagen publicitaria y tienen buen precio en el mercado actual
- ✓ Nuestra empresa de bisutería cuenta con un personal capacitado para cada una de las elaboraciones de los productos
- ✓ Los productos antes de ser exhibidos en el mercado, primero son analizados en cuanto a su presentación para así reafirmar la calidad y estar seguros de los servicios que ofrecemos
- ✓ Las producciones son realizadas por el almacenamiento y también por encargo
- ✓ El área de trabajo es adecuada para cada producción
- ✓ Realizamos los debidos inventarios de materiales y productos terminados al finalizar la producción
- ✓ Se realiza también el inventario de maquinaria utilizada en cada elaboración o producción

ANALISIS AREA DE CALIDAD

- ✓ En cada empresa está vinculado el tema de calidad y competitividad ya que éste nos permite salir al mercado con seguridad e innovación
- ✓ Nuestra empresa es competitiva, ya que presta los mejores servicios y cuenta con productos de calidad y diversidad, lo que es satisfactorio para los clientes
- ✓ Nos preparamos y capacitamos en cuanto a la presentación de servicios y calidad, innovando y dando precios cómodos al alcance del cliente
- ✓ Nuestros productos son competitivos acorde al sector donde son distribuidos puesto que hay muchos locales comerciales
- ✓ Todos los integrantes o empleados están comprometidos con la calidad del producto ya que son parte de ella y siempre pensando en el interés común que es brindar servicios con la mejor calidad
- ✓ La gerencia está comprometida en cuanto hacer un seguimiento de calidad de cada producto

ANALISIS AREA LEGAL

- ✓ La empresa cuenta con un reglamento interno
- ✓ La empresa está afiliada a un proyecto de Grado en la **CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR CUN**

ANALISIS DE MERCADEO

- ✓ El área de mercado está distribuido acorde al sitio de producción y especialmente en el departamento de Cundinamarca en especial Fusagasugá y Silvania
- ✓ De acuerdo al estudio de ventas, se han realizado unas encuestas para conocer las expectativas de los clientes
- ✓ La empresa cuenta con una publicidad exterior como: Letrero, pendón, volantes, tarjetas.
- ✓ Tenemos un listado de fechas especiales y de acuerdo a este diseñamos estrategias de ventas
- ✓ El tipo de método más utilizado en nuestra empresa para captar más clientes son los descuentos y promociones.

6.3. MATRIS DOFA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
FODA	<ul style="list-style-type: none"> * Trabajo en equipo * Creatividad * Innovación * Esfuerzo individual * Buenas relaciones sociales 	<ul style="list-style-type: none"> * Falta de compromiso * Impuntualidad * Desequilibrio de la empresa * Dificultad a la hora de transportarnos * Salud
OPORTUNIDADES <ul style="list-style-type: none"> * Ser conocidos a nivel Nacional * Alianza con empresas reconocidas * Patrocinio * Trabajo * Estudio * Invitación a ferias * Capacitaciones 	ESTRATEGIAS FO Usando la creatividad, la innovación, el trabajo en equipo, el esfuerzo y las buenas relaciones sociales, nos abriremos las puertas para grandes oportunidades en el comercio y el mundo laboral.	ESTRATEGIAS DO Para evitar todos los obstáculos, dificultades o debilidades en el campo de comercialización de los producto de Bisutería, debemos usar estrategias que nos ayuden a promocionar mejor el producto para así ser reconocidos a nivel Nacional y Obtener Alianzas con empresas reconocidas.
AMENAZAS <ul style="list-style-type: none"> * Competencias * Desintegración * Ventas bajas * Deshonestidad * Quiebra total 	ESTRATEGIAS FA Utilizando Nuestra Innovación, creatividad y trabajo en equipo, combatiremos para no bajar las ventas y así ser más competitivos en el mercado.	ESTRATEGIAS DA El compromiso, el empeño, la dedicación, y la motivación de cada uno para hacer frente a las situaciones de amenazas y debilidades que se nos puedan prestar en la trayectoria de vida de nuestro producto.

6.4. IDENTIDAD ESTRATEGICA

6.4.1. MISIÓN

La empresa BISUTERÍA ONLINE se dedica a la elaboración y comercialización de artículos de bisutería online como (anillos, aretes, brazaletes, diademas entre otros) que tendrá como prioridad el adorno femenino, resaltando la delicadeza y belleza de la mujer haciéndola ver atractiva y moderna.

6.4.2. VISION

BISUTERÍA ONLINE será reconocida a nivel regional y departamental por su gran variedad de diseños como (anillos, aretes, brazaletes, diademas entre otros) con los mejores estándares de calidad y precio del mercado, Lograr un creciente volumen de usuarios y participación de nuestra marca. Estar lo más cerca posible de nuestros clientes para lograr satisfacer sus necesidades ya que ellos son nuestra razón de ser, proporcionando un ambiente agradable y divertido de trabajo, basándonos en el respeto y la dignidad de las personas contribuyendo positivamente a nuestra comunidad y medio ambiente.

7.1. CAPITULO 3 INVESTIGACION DE MERCADOS

7.1.2. SEGMENTACION DE MERCADOS

Segmentación demográfica: es acto para todas las edades, niños menores de edad.

- **Segmentación geográfica:** El producto se comercializa en el Bogotá y por medio de una página web.
- - **Segmentación socio económica**
 - **Circunstancia económica:** es muy asequible, puesto que es económico para todo tipo de consumidor de ingresos mensuales entre un SMMLV en adelante
 - **Sociales, grupos de preferencias:** todos los estratos
 - **Familia:** todas las familias, ya que la Bisutería es un accesorio muy común.
 - **Roles y estatus:** dentro de este factor, se desprende que los roles (familiares, amistades, etc.) afectan en el comportamiento del consumidor, pues, según se desempeñen, podrán afectar al mercado de la Bisutería. Por ejemplo, el rol de las mujeres, comprende en siempre verse atractivas y bellas para satisfacer la necesidad de su propia autoestima o el querer ser ; por ello, siempre buscara sentirse cómoda al utilizar cualquier accesorio llamativo y resaltador , entre ellos todos los productos que abarca la Bisutería.
 - **Segmentación por personalidad**
 - **Ocupación:** el consumidor puede tener todo tipo de ocupación laboral o profesional
 - **Segmentación por estilos de vida:** dependiendo el estilo de vida que desarrolle cada individuo, afectara el mercado de la Bisutería; pues, toda persona tiene un estilo vida diferente. El consumidor de Bisutería, lleva un estilo de vida confortable, puesto que se siente cómodo y seguro al utilizar accesorios que lo hacen sentir seguro de su personalidad.

7.1.3. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION ENCUESTA

Tiene como objetivo Obtener información para conocer el nivel y la estructura de los hogares , sus ingresos monetarios , su nivel de consumo en bisutería y demás, si es rentable una empresa de Nicho producto.

La encuesta, busca estudiar los hábitos de compra, obtener comentarios del producto, medir la cotidianidad de compra, evaluar el tamaño del mercado y mucho más.



1. Género

Masculino__ Femenino__

2. ¿su edad oscila entre las siguientes?

- ✓ 10-15__
- ✓ 16-25__
- ✓ 26-40__
- ✓ 40-60__
- ✓ Otra __

3. ¿a qué estrato pertenece usted?

1__ 2__ 3__ 4__ otro__

4. ¿Cuál es su ingreso mensual?

Un mínimo__ de un mínimo a dos __ de dos mínimos a tres__ Otros__

5. ¿utiliza usted artículos de bisutería?

Sí__ No__

6. ¿Qué tipos de accesorios utiliza usted?

Anillos ___ collares ___ pulseras ___ aretes ___ otras ___

7. ¿con que frecuencia utiliza usted los accesorios?

Todos los días ___ solo de lunes a viernes ___ solo fin de semana ___
otro ___

8. ¿Cómo le gustaría comprar los accesorios de bisutería?

Individuales ___ juego de accesorios ___ otros ___

9. ¿Qué precio está dispuesto a pagar por estos productos?

1000-2000 ___ 2000-3000 ___ 3000-4000 ___ 4000-5000 ___

10. ¿dónde compra usted usualmente sus accesorios?



a) Almacenes b) catálogos c) locales comerciales d) otros__

11. ¿contribuiría usted con una empresa estudiantes de la Universidad Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN?

Sí__ No__

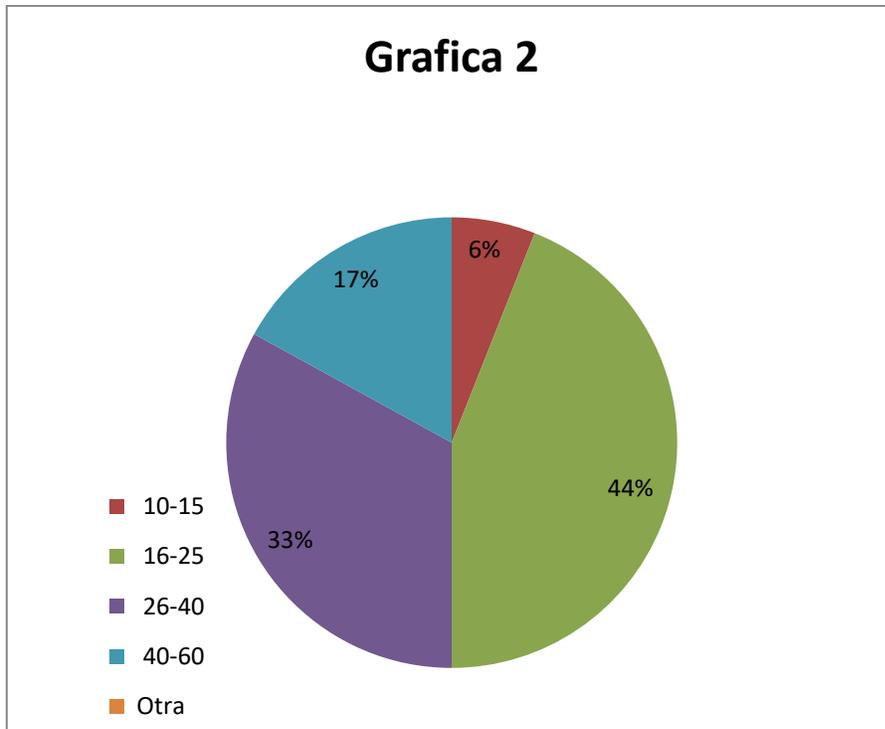
ANALISIS

1. Género



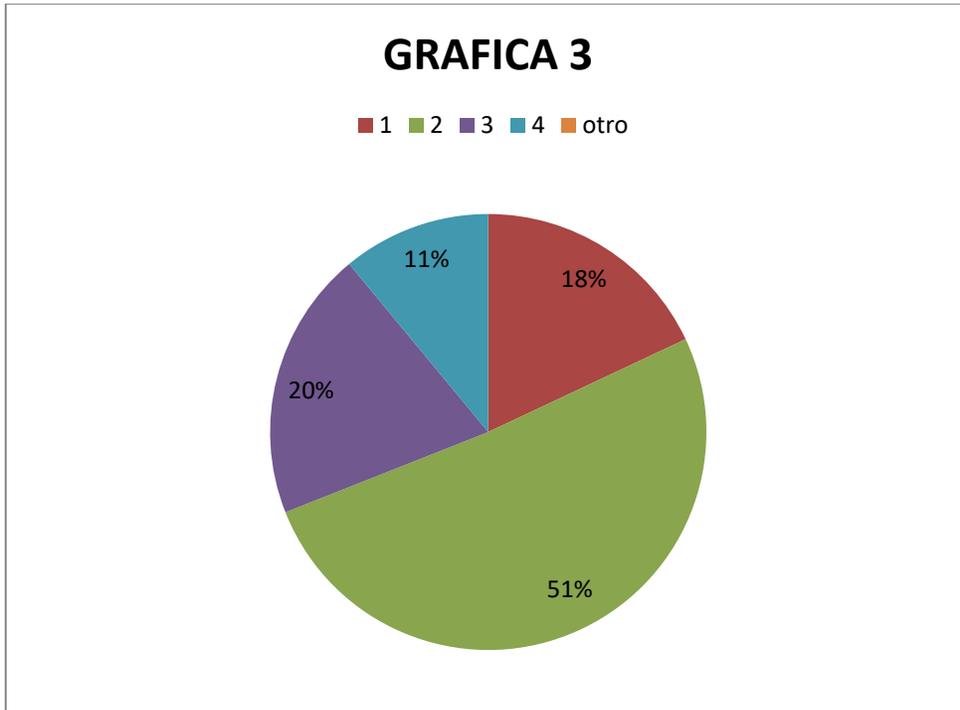
Análisis: el 90% de la población pertenece al género femenino, siendo las mujeres nuestras mayores consumidoras, el otro 10 son hombres.

2. Su edad oscila entre las siguientes:



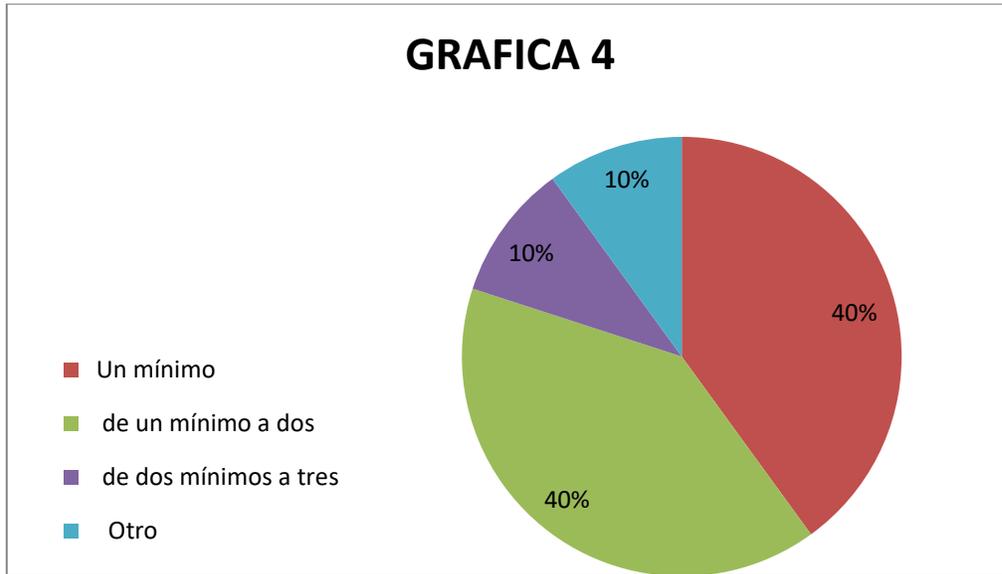
Análisis: el 44% de las personas que utilizan accesorios, oscilan entre los 16-25 años, el 33% entre los 26-40, el 17% entre los 40-60, y el 6% entre 10-15.

3. A que estrato pertenece usted:



Análisis: el 51% de las personas perteneces al estrato 2, el 20% al extracto 3, el 18% al extracto 1, el 11%al extracto 4.

4. Cúales son sus ingresos mensuales:



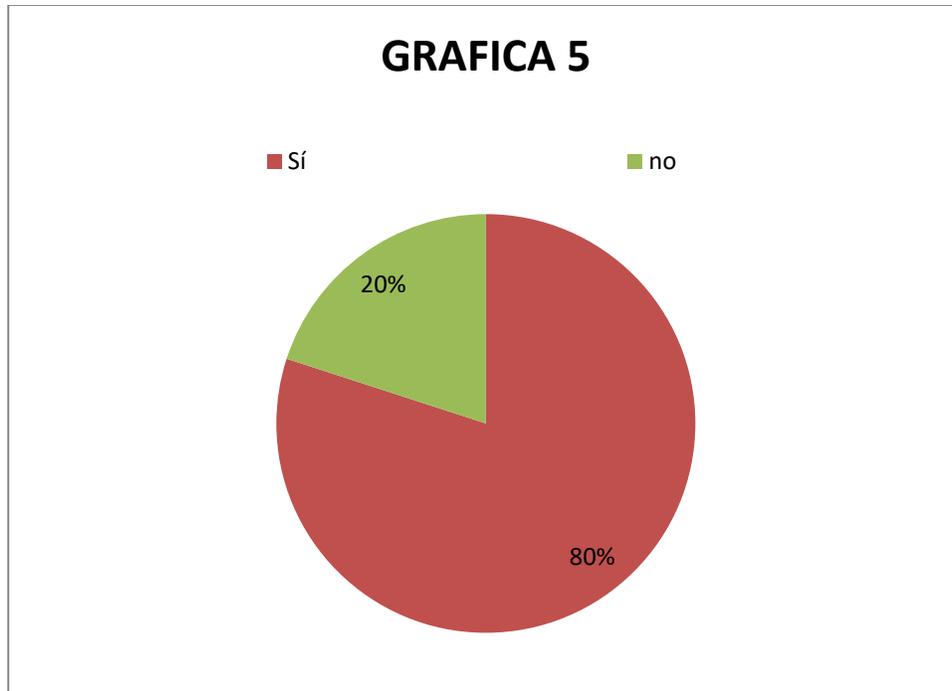
Análisis: el 40% de las personas tienen unos ingresos entre:

- ✓ Un salario mínimo
- ✓ Dos salarios mínimos

El 10% de las personas tienen unos ingresos entre:

- ✓ De dos mínimos a tres
- ✓ Otros

5. Usted utiliza artículos de bisutería:



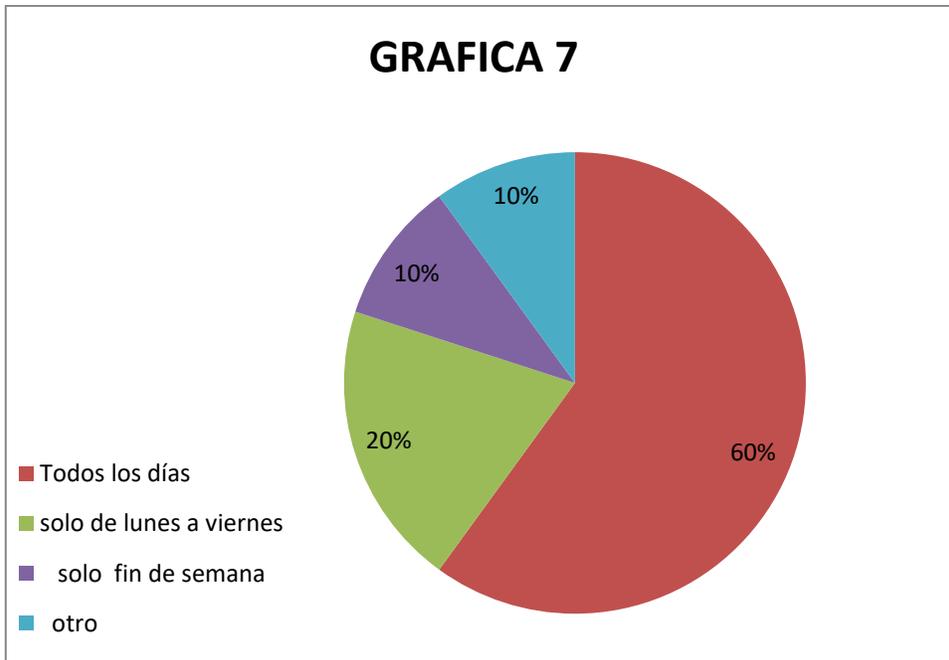
Análisis: el 80% de la población son consumidores de productos de bisutería, el otro 20% se abstienen.

6. Que tipos de accesorios utiliza usted:



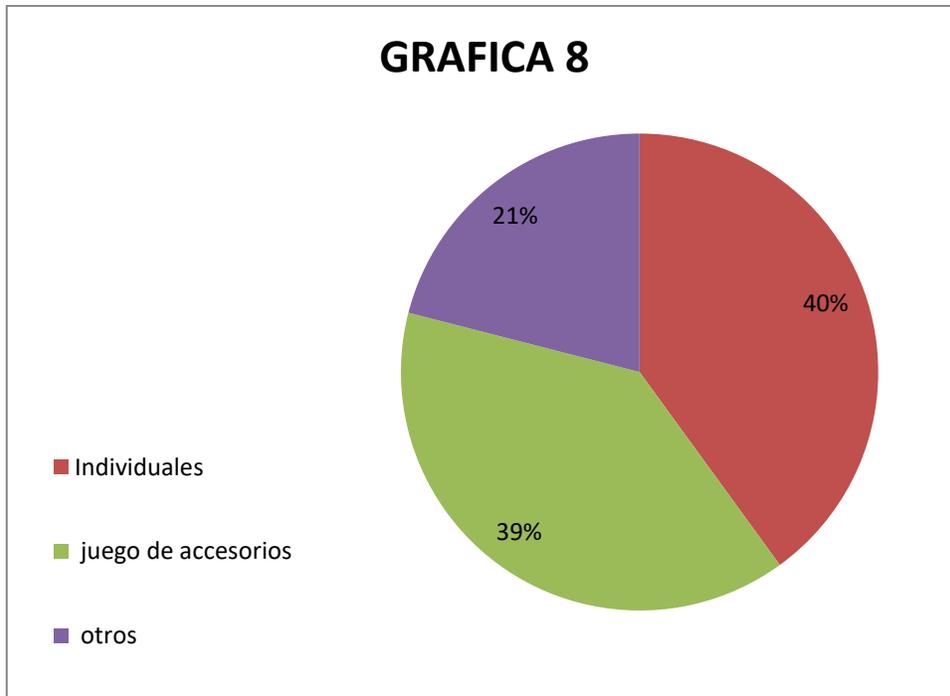
Análisis: el 30% de las personas utilizan pulseras y aretes y el 20% utilizan collares y anillos.

7. con que frecuencia utiliza usted los accesorios:



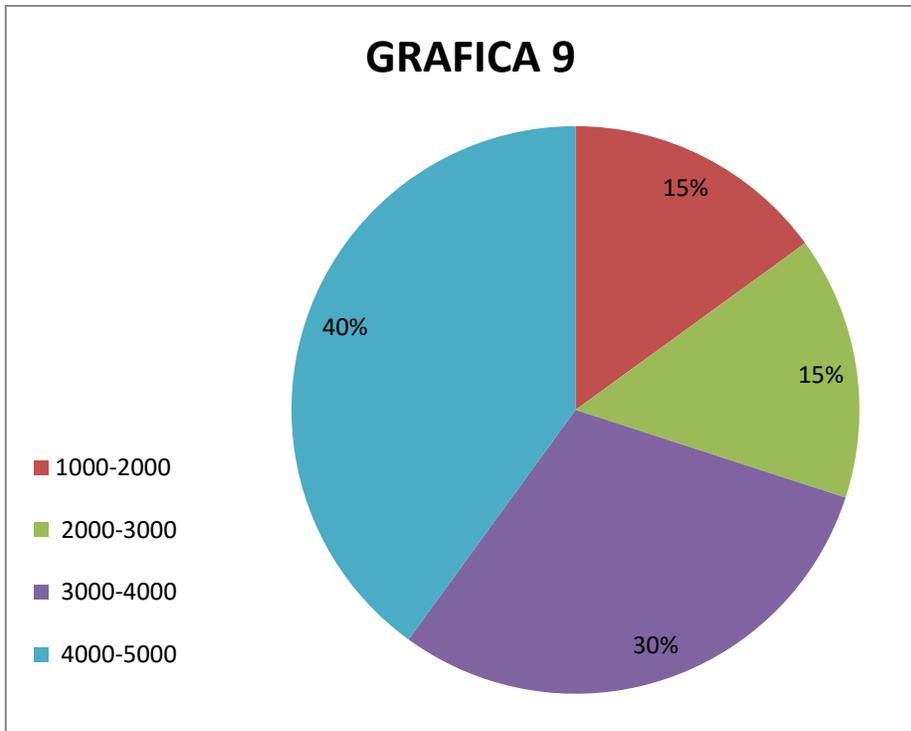
Análisis: el 60% de la población utilizan accesorios todos los días, el 20% solo de lunes a viernes y el 10% solo los fines de semana y otros.

8. Como le gustaría comprar los accesorios de bisutería:



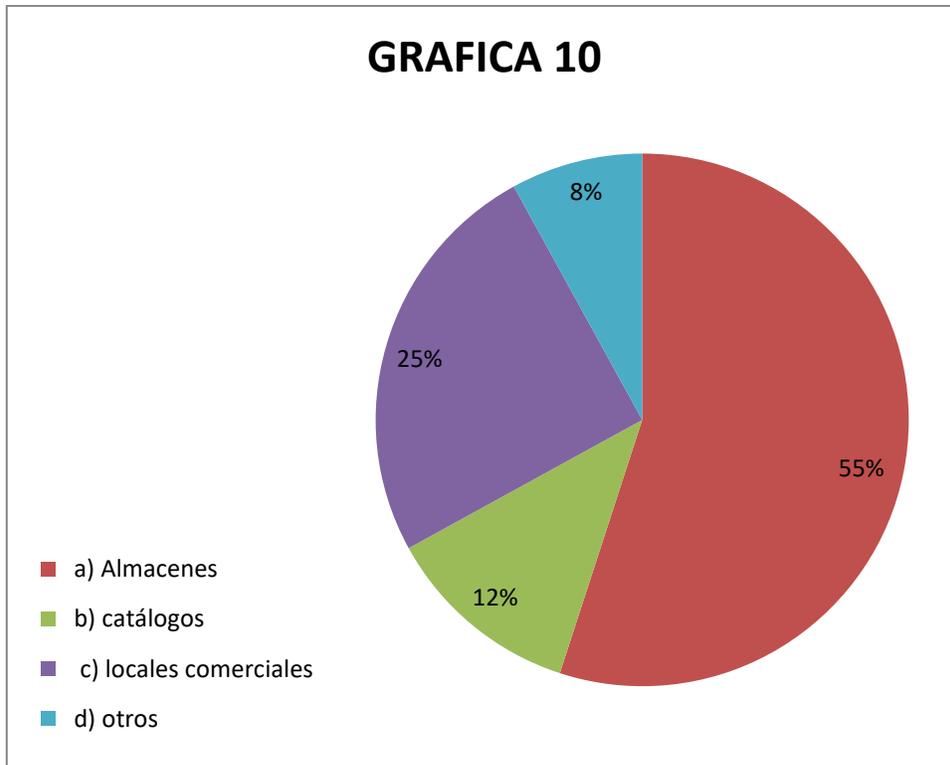
Análisis: en un 40% los consumidores prefieren la compra por individual, el 39% compra el juego de accesorios y el 21% otros.

9. Qué precio está dispuesto a pagar por estos productos:



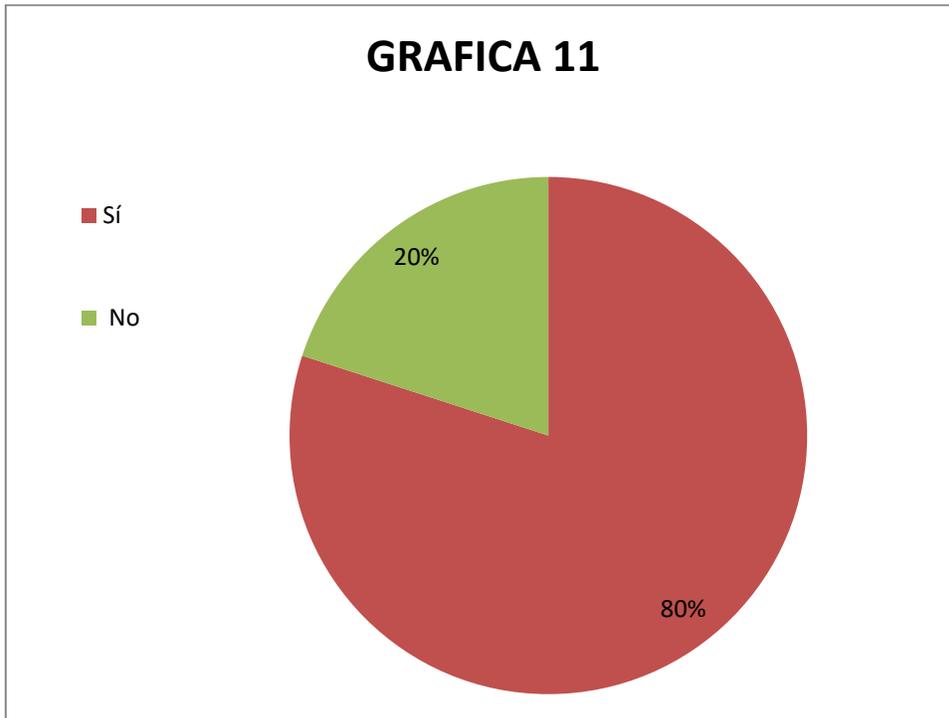
Análisis: el 40% de la población están dispuestos a pagar un precio entre los 4000-5000, el 30% pagan entre los 3000-4000 y el otro 15% paga entre los 2000-3000 o 1000-2000.

10. Donde compra usted usualmente los accesorios:



Análisis: el 55% de la población compran sus accesorios en almacenes, el 25% en locales comerciales, el 12% en catálogos y el 8% otros.

11. Contribuiría usted con una empresa de los estudiantes de la Universidad Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN



Análisis: el 80% de las personas les comprarían **los estudiantes de la Universidad Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN**, el otro 10% se abstienen.

8.1. CAPITULO 4: PLAN DE MARKETING

8.1.1. OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING

Nuestro objetivo principal es saber las preferencias de nuestros clientes con respecto a los accesorios de Bisutería, para poder mejorar la calidad de nuestro producto y tener mejor posibilidad de ventas.

8.1.2. ESTRATEGIA DEL PRODUCTO (LAS CUATRO P)

MARKETING MIX

PRODUCTO





ANILLOS: Están elaborados en mostacilla, algunos con dijes llamados gotas, también en nailon para darles tu textura y forma.

BOLSOS EN FIQUE: Están elaborados con fibra de fique, con diversas puntadas como palotes, abanicos y margaritas; posteriormente se le adiciona un dije para su lujo y/o adorno.

MANILLAS: están elaborados en mostacillas y dijes de diversos colores y formas, algunas veces con nailon o alambre.

CARACTERÍSTICAS INTRÍNSECAS:

Sabor: Ninguno

CARACTERÍSTICAS EXTRÍNSECAS:

Textura: resistente ya que los materiales son en fique, murano, mostacilla.

Olor: libre de olores desagradables.

Color: maneja diferentes colores dado a que la empresa utiliza variedad de bisutería y fique para la satisfacción de los clientes. Entre los colores de los accesorios encontramos: doradas, amarillas, verdes, rojas, rosadas etc.

ELABORACION DEL PRODUCTO



PRECIO:

ANALISIS DE LA COMPETENCIA

La competencia es clara, ya que son productos que por cultura regional ya es practico en nuestras vidas y común negocio, pero sabemos que todo cambia y renueva y es ahí donde entramos las nuevas empresas para innovar y variar, y así motivar al cliente que somos empresa para preferir

NOMBRE DE LA COMPETENCIA	BIENES O SERVICIOS QUE OFRECEN	PRECIOS DE LOS COMPETIDORES	FORMA DE DISTRIBUCIÓN	FORMA DE COMUNICACIÓN DE LA COMPETENCIA
Todas las pequeñas tiendas	Todo tipo de bisutería	Altos	Catálogos	Publicidad en las tiendas
Avon	Todo tipo de bisutería	Altos	Catálogos	Catálogos o publicidad tv

COMPETIDORES

<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Variedad y Buen Acabado ✓ Gran sistemas de tiendas ✓ Posicionamiento de marca positiva 	<p>¿Cómo enfrentarlas?</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Copiando y mejorando los diseños. ✓ Manteniendo una alta calidad. ✓ Buscando posicionamiento de la nueva marca.
<p>Debilidades</p>	<p>¿Cómo aprovecharlas?</p>
<ul style="list-style-type: none"> ✓ No pueden hacer productos personalizados. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Modelos exclusivos

DISTRIBUCION

- ✓ Tiendas exclusivas.
- ✓ Al consumidor final.
- ✓ Familiares de cada uno de los socios

PLAZA

Nuestros productos son distribuidos en los barrios:

Silvania



Fusagasuga



COMPRAS POR INTERNET POR MEDIO DE NUESTRA CUENTA EN INSTAGRAM @bisuteriaonline1

PUBLICIDAD

LOGO



CUENTA INSTAGRAM

