

**OPCION DE GRADO II
ATREVIDA COLOMBIA S.A.S**

**AYALA DIAZ BRAYAN ORLANDO
DIAZ OSPINA DAYANA
SANCHEZ FAJARDO SEBASTIAN CAMILO**

**ASESOR: GIOANNY HERNANDEZ NUÑEZ
CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION
SUPERIOR (CUN)
BOGOTÁ 2017**

ÍNDICE

	PÁG.
1. Descripción idea de negocios.....	3
2. Identidad estratégica (Misión).....	4
3. Futuro preferido (Visión).....	5
4. Objetivos general y específicos.....	6
5. Políticas.....	7
6. Valores corporativos.....	8
7. Marco legal.....	9
8. DOFA.....	10
9. PESTEL.....	11
10. Pentágono del cliente.....	12
11. Organigrama.....	13
12. Cargograma.....	14
13. Encuesta.....	16
14. Ficha técnica.....	17
15. Logo.....	22
16. Cuadro de costos.....	23
17. Plan de marketing y canales de distribución.....	24
18. Anexos (Tabulación de encuestas).....	25
19. Conclusiones.....	26

DESCRIPCIÓN IDEA DE NEGOCIO

"LENCERIA PERSONALIZADA"

Crear una empresa dedicada al diseño, producción y comercialización de ropa interior femenina de tallas extras y personalizadas en cuanto a colores formas, tela, diseño, tallas y motivos.

Se identificó que en Colombia y en el resto del mundo se vende un estereotipo de mujer delgada, alta y de medidas perfectas "90-60-90" por tal motivo el mercado está enfocado a crear ropa especialmente para ellas, excluyendo al prototipo de mujer común que sus características físicas son de tallas superiores, sometíéndolas a adquirir productos que no son de su completa satisfacción.

IDENTIDAD ESTRATÉGICA (MISIÓN):

Atrevida Colombia S.A.S, es una empresa dedicada al diseño, producción y comercialización de lencería femenina talla extra con el fin de satisfacer las necesidades del cliente ofreciendo productos de excelente calidad, innovadores, creativos y de acuerdo a los diversos gustos propuestos por el consumidor.

FUTURO PREFERIDO (VISIÓN):

En el año 2020, Atrevida Colombia S.A.S será una empresa y marca reconocida en el mercado de Bogotá por su calidad, precio y diseño; en el año 2022 se espera abrir las puertas a toda Colombia por medio de las ventas multinivel y la página web mejorando así la economía del país al hacer todo el proceso 100% Colombiano y obtener altos rendimientos.

OBJETIVO GENERAL:

- Desarrollar, comercializar y distribuir ropa interior femenina de tallas extras y ser una empresa nacional e internacionalmente reconocida como una de las mejores por nuestra excelente calidad de servicio al cliente y nuestra gran variedad de diseños.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Crear diseños innovadores: sexys, modernos que estilicen y realcen la figura, cumpliendo con las expectativas de estas mujeres.
- Utilizar materiales agradables de excelente calidad que se ajusten al diseño y características de nuestros productos.
- Crear productos asequibles a todos los niveles económicos
- Diseñar estrategias las cuales permitan competir en el mercado internacional.

POLITICAS

Los accesorios que se comercializarán serán diseñados en base a las necesidades de las personas con obesidad. De igual forma los materiales utilizados para la confección de cada penda serán de excelente calidad utilizando siempre productos nacionales y promoviendo el desarrollo económico actual del país.

-Calidad: Realizar seguimientos exhaustivos a cada uno de los procesos realizados para llegar al producto final. De igual forma fijar controles permanentes proporcionados por la gerencia para brindar al cliente un producto en óptimas condiciones.

-Ventas: Diseños de mercados estratégicos a través de diversos canales de distribución en busca de un mayor reconocimiento y una posible expansión a diversos mercados que permitan tener mayores inversiones de capital y con ello una mayor rentabilidad.

-Precios: Se deben fijar precios estratégicos que nos permitan entrar al ambiente competitivo con otras marcas que tengan nuestra misma actividad económica, de tal forma que sean accesibles al consumidor pero que de igual forma nos permitan obtener ganancias.

-Diseños: Siendo este un componente vital para nuestro desarrollo en el mercado, se deben fijar políticas de confidencialidad en cuanto a diseños y nuevas colecciones, con el fin de innovar en el mercado con productos únicos.

VALORES

Respeto: Reconocer, aceptar, apreciar y valorar cualidades de los demás en todo momento con colegas, empleados y clientes.

Responsabilidad: Cumplir con lo que se ha comprometido.

Trabajo en equipo: Estrategias, procedimientos y metodologías en conjunto para lograr el cumplimiento de metas propuestas.

Mejoramiento continuo: Nunca ser conformista, buscar siempre querer mejorar, poder mejorar y saber mejorar.

Comunicación: Basados en este valor fundamental se podrán llevar de una mejor forma los procesos internos y externos de la empresa y esto se verá reflejado en la producción, desarrollo y expansión de la empresa.

Compromiso: Trabajo tanto individual como colectivo de una forma responsable optimizando los diversos recursos y cumpliendo labores asignadas de la mejor forma posible, de igual manera cumplimiento con el cliente en cuanto a entrega y calidad.

Actitud de servicio: A través de ello podremos escuchar, atender y responder a las problemáticas y quejas de nuestros clientes, de tal manera que sus expectativas puedan ser cumplidas y se vea una mejora en pro de la empresa.

MARCO LEGAL:

TIPO DE SOCIEDAD:

La sociedad será “Sociedad Anónima Simplificada”; este tipo de sociedad será escogido porque tiene muchas ventajas para pequeños empresarios, pues es un nuevo tipo de sociedad que ha logrado eliminar la exigencia de pluralidad de personas y las exigencias mínimas de un contenido en un contrato de sociedad y ha agregado la limitación de la responsabilidad y la agilidad en el actuar, en la resolución de sus conflictos y en el control.

Ventajas:

1. Unipersonalidad.
2. Constitución por documento privado.
3. Término de duración indefinido.
4. Objeto social indeterminado
5. Limitación de la responsabilidad por obligaciones fiscales y laborales.
6. Voto múltiple.
7. Libertad de organización.
8. No es obligatoria la revisoría fiscal, ni la junta directiva
9. Elimina límites sobre distribución de utilidades.

PASOS PARA LA LEGALIZACIÓN DE ATREVIDA:

- Verificar el nombre en la cámara de comercio.
- Elaborar el acta de constitución de la empresa: socios, tipo de sociedad, domicilio, aporte en capital, entre otros.
- Adquirir el formulario de matrícula mercantil – formato de registro único empresarial y registro único empresarial adquirido en la cámara de comercio.
- Dirigirse a la DIAN para obtener el número de identificación tributaria (NIT), el cual es necesario para identificarse en el desarrollo de las actividades comerciales. Solicitar el formulario de registro único tributario (RUT).

GASTOS DE CONSTITUCIÓN

LUGAR	CONCEPTO	VALOR
NOTARIA	Autenticación firmas contrato	\$ 6.300
DIAN	Registro único tributario (RUT)	\$ -
CAMARA DE COMERCIO	Formularios	\$ 3.500
CAMARA DE COMERCIO	Constitución sociedad comercial (5.900.000)	\$ 26.000
CAMARA DE COMERCIO	Matricula establecimiento de comercio	\$ 7.000
CAMARA DE COMERCIO	Matricula comerciante persona jurídica	\$ 7.000
CAMARA DE COMERCIO	Matriculas comerciante	\$ 80.000
CAMARA DE COMERCIO	Matriculas establecimiento	\$ 56.000
CAMARA DE COMERCIO	Existencia y representación legal no inmediato	\$ 3.500
CAMARA DE COMERCIO	Impuesto de registro con cuantía	\$ 41.300

DOFA:

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">- Ser una empresa nueva en el mercado.- Falta de publicidad-Falta de experiencia por cierta parte de trabajadores.	<ul style="list-style-type: none">-Fácil obtención de materia prima a buenos precios.-Servicios web.-Innovación en el mercado
FORTALEZAS	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">-Servicio al cliente.-Contar con el personal especializado con el diseño de ropa interior.-Localización del punto de venta	<ul style="list-style-type: none">-Promociones de otras distribuidoras.-Falsificación de productos pero con baja calidad-Constante variación de economía en el país.

PESTEL

ECONÒMICA

- Crisis económica mundial que afecta al consumo.
- La elevada tasa de desempleo.
- Eliminación de fronteras, aperturas de nuevos mercados (TLC).
- En este proceso existe un exceso de producción a nivel general, ya que es un producto de uso diario y gran cantidad de demanda además de considerar los altos costos salariales y de materia prima.

SOCIO-CULTURAL

- Existe gran preocupación por la moda y la imagen personal, además de los bajos costos de marcas actuales en cuanto a sus prendas.
- Aumento del gasto en prendas de vestir a pesar de la actual situación económica.
- Crecimiento y mayor grado de importancia es aspectos como marca, diseños e innovación.
- La homogenización de las tendencias en los mercados actuales tanto nacionales como internacionales, gracias a la globalización.

TECNOLOGÍA

- Creciente desarrollo de las tecnologías de información, lo que favorece la difusión de las diversas temáticas empresariales y de esta forma lograr un mayor reconocimiento.
- Aumento de confianza y demanda de las compras a través del internet lo cual genera un surgimiento de nuevos canales de distribución y una oportunidad de expansión y reconocimiento.

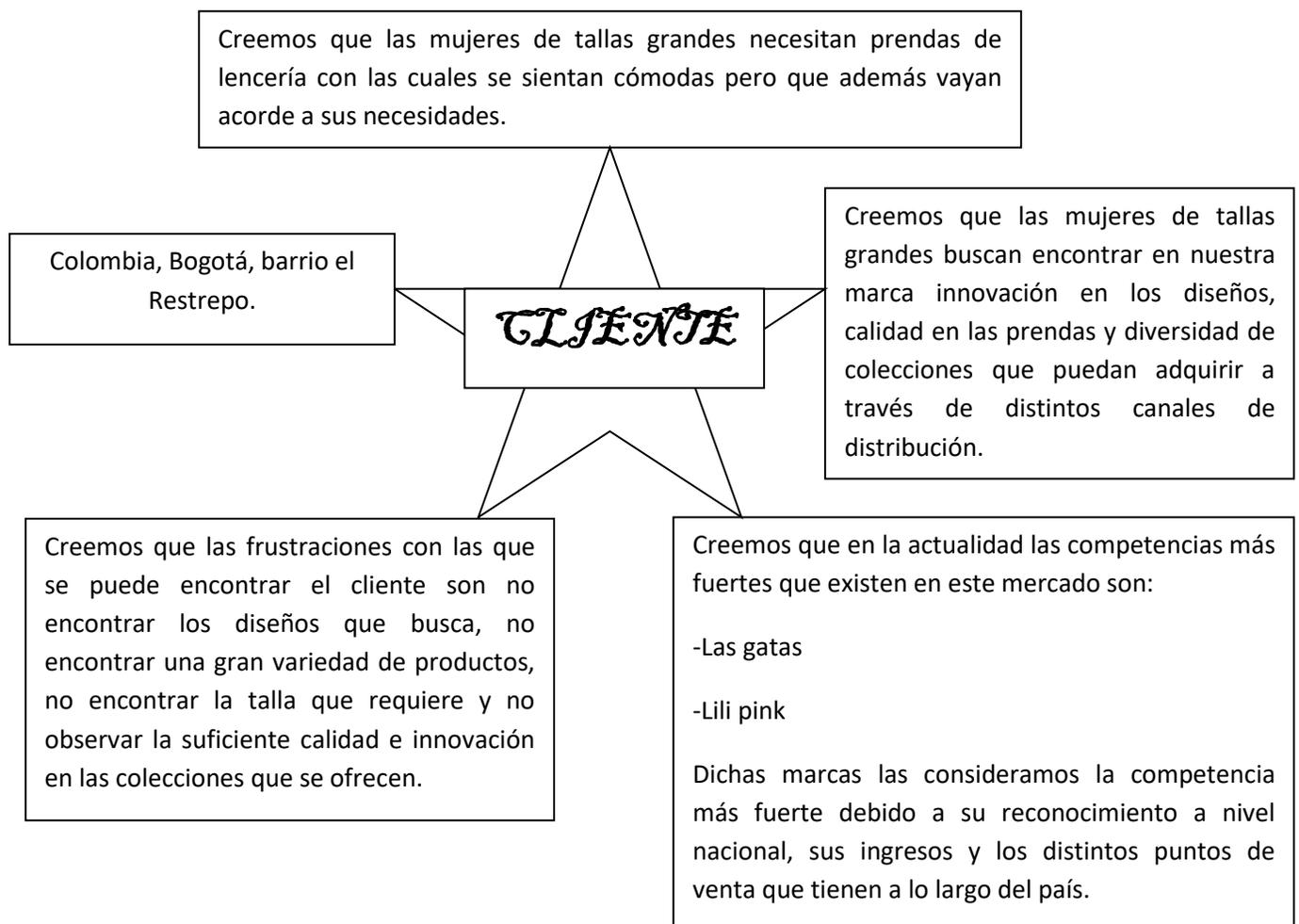
MEDIO AMBIENTAL

- Hoy en día se puede observar una gran concientización social por el tema ambiental por lo que puede favorecer a empresas ecológicas en cuanto al impacto y la relación con el cliente a través de ciertas estrategias y políticas comerciales en busca de mayor captación de mercado.

PENTAGONO

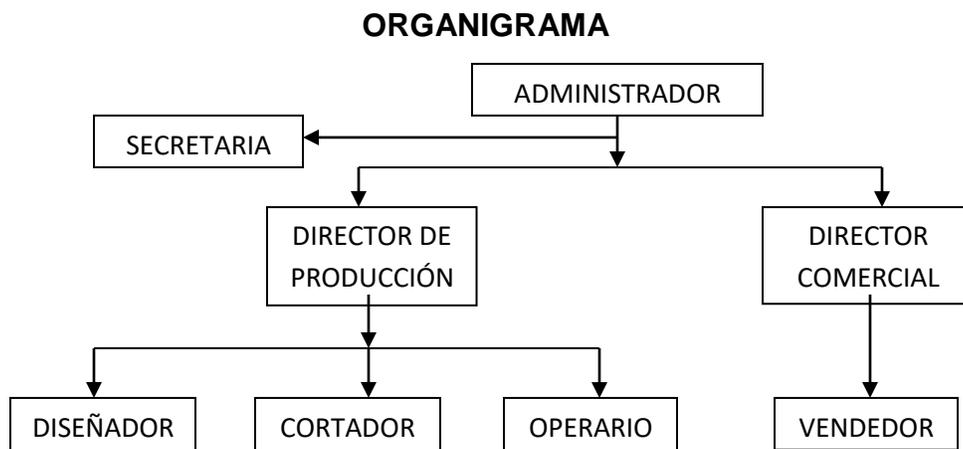
CLIENTE

- Género: femenino
- Economía: estrato 2 en adelante
- Geografía: Colombia país situado en la región noroccidental de América del Sur está constituido en un estado unitario social y democrático en derecho organizado políticamente en 32 departamentos, capital Bogotá, con 47 millones de habitantes.
- Bogotá: capital de Colombia subdividido en 20 localidades y 1922 barrios cuenta con 8.080.734 habitantes.
- Restrepo: barrio de Bogotá ubicado en la localidad de Antonio Nariño.
- Calidad especial: tallas extra.
- Edad: mayores de 18 años.



ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional es fundamental en todas las empresas, define muchas características de cómo se va a organizar, tiene la función principal de establecer autoridad, jerarquía, cadena de mando, organigramas y departamentalizaciones, entre otras.



El organigrama será lineal para mostrar la desaparición de jerarquía, cada trabajador será por igual. Cada área, además de estar a cargo de estos outsourcing, también tendrán actividades que estarán a completa responsabilidad de cada uno, por este motivo que se harán reuniones tan seguidas para no perder el enfoque y que cada área esté al tanto de las demás para lograr un buen resultado final y para la toma de decisiones que sean más complejas y necesiten más opiniones.

CARGOGRAMA

CARGO	PERFIL	FUNCIONES	SUELDO
ADMINISTRADOR	Profesional en administración de empresas, con experiencia mínima de cinco años, capaz de utilizar conocimientos, estrategias y técnicas en equipo para la realización de tareas específicas.	<ul style="list-style-type: none"> -Responsabilizarse de la fábrica en aspectos legales-financieros. -Realización de nómina. -Tramitación y aprobación de pagos. 	\$ 2.500.000
SECRETARIA	Profesional en secretariado ejecutivo, con experiencia mínima de un año y dominio de herramientas tecnológicas.	<ul style="list-style-type: none"> -Preparar y archivar la documentación. -Organizar agenda del administrador. -Atender llamadas telefónicas para fines laborales. 	\$900.000
DIRECTOR DE PRODUCCIÓN	Titulación en economía y gestión, con experiencia mínima de tres años, capacidades de comunicación y dirección de talento humano.	<ul style="list-style-type: none"> -Dirigirlas actividades dentro de la planta de producción. -Llevar a cabo un seguimiento de los procesos en que se ven involucradas las prendas. -Brindar informes de unidades en la planta y planes de acción para reducir costos. 	\$1.500.000

DIRECTOR COMERCIAL	Titulación en administración de empresas con estudios especializados en marketing, con experiencia mínima de tres años en el área comercial.	<ul style="list-style-type: none"> -Dirigir las actividades de la red comercial. -Elaborar planes de acción para lograr los objetivos del área. -Responsabilizarse de la negociación y seguimiento de cuentas relevantes. 	\$1.500.000
DISEÑADOR	Titulación en diseño de modas, con experiencia mínima de un año, capaz de innovar y ofrecer propuestas llamativas al mercado.	<ul style="list-style-type: none"> -Realizar diseños de lencería. -Presentar nuevas propuestas de diseños. -Recopilar virtualmente los diseños expuestos al público. 	\$1.300.000
CORTADOR	Bachiller, experiencia mínima de dos años en corte de tejido plano, manejo de cortadora vertical, habilidad y precisión con los moldes.	<ul style="list-style-type: none"> -Recibir patrones del proceso de diseño. -Dar inicio a los cortes de las prendas de acuerdo a pautas establecidas. 	\$1.000.000
OPERARIO	Bachiller, con experiencia mínima, reciente y estable de un año en plantas como operario de producción.	<ul style="list-style-type: none"> -Unir piezas entregadas del proceso de corte. -Dar fin al proceso de producción de cada prenda lista para la venta. 	\$850.000
VENDEDOR	Bachiller, con experiencia mínima de un año en el área de ventas, con facilidad de expresión, interacción y sociabilidad.	<ul style="list-style-type: none"> -Realizar campañas publicitarias de la marca. -Visitar empresas públicas y privadas para buscar ventas en diversos medios. 	\$1.000.000

ENCUESTA- LENCERÍA

ATREVIDA COLOMBIA S.A.S

1. ¿Compras lencería?

Si

No

2. Rango de edad:

18 - 25 años

26 - 30 años

31 - 35 años

36 en adelante

3. Estrato social:

1 ó 2

3 ó 4

4 en adelante

4. que tipo de siluetas buscas al comprar los pantis

- Cachetero

- brasilera (la más delgada)

- Tanga

- Bóxer

- Panty clásico

5. ¿Dónde compras habitualmente la ropa interior?:

Tiendas especializadas

Grandes almacenes

Franquicias

Internet

6. ¿Qué valoras al momento de la compra?:

La marca

Estética

Precio

- Calidad

7. ¿Cuál es el motivo en el momento de compra?:

Impulso

Regalo

Oferta

Reposición

8. ¿Cuánto estarías dispuesta a pagar por una prenda de lencería?:

\$0 - \$50.000

\$51.000 - \$100.000

\$101.000 - \$150.000

\$151.000 - \$200.000

\$200.000 en adelante

9. ¿Pagarías un poco más del precio promedio en el mercado por una lencería con diseños personalizados?

Si

No

10. ¿Con que frecuencia compras lencería?:

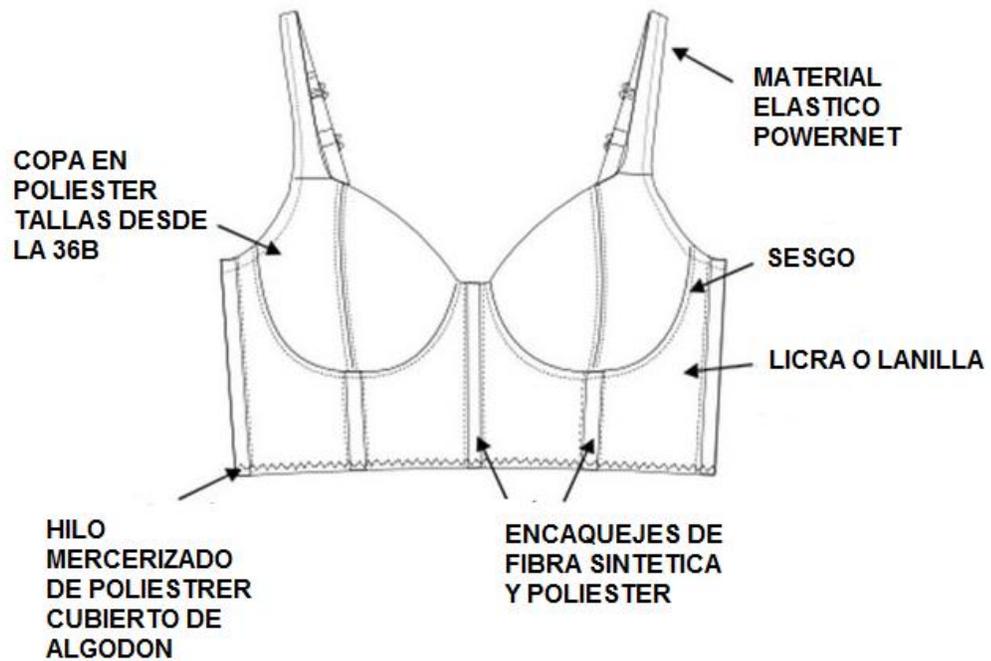
Cada mes o menos

Entre dos y cinco meses

Entre cinco y doce meses

Cada año o mas

FICHA TECNICA DEL PRODUCTO



MATERIALES

En textiles, utilizaremos diferentes materiales dependiendo del diseño por ejemplo algodón, lino, nylon, licra, lanilla, algodón licrado, blonda elástica, microfibra, satén, No recomendado el poliester solo, por que irrita la piel. También necesitará **Powernet** que es un material elástico fuerte especial para fajas.

Los encajes que los va a utilizar para darle belleza al trabajo también debe comprarlos en algodón o mezclados con otra fibra sintética como poliester.

Los elásticos para las tiras del bra, la base, las piernas, la cintura. Vienen en diferentes estilos, colores. Mas o menos elásticos dependiendo del uso. El precio varia dependiendo de la calidad. Los elásticos de mala calidad adelgazan cuando los estira.

Los hilos compremos mercerizados de poliester recubiertos de algodón No.100 ó 120.

Para coser powenet compre No.60. Son mas resistentes y son los usados para coser telas elastizadas.

La aguja de su máquina debe comprarla de bola que es la que no daña los textiles con elongación. Los números 9,10,11.

La máquina de coser semi-industrial o casera le sirve para trabajar. Si no tiene la puntada de ropa interior puede usar zig-zag. También está la overlock y la collaretera.

Otros materiales: Las copas de relleno, sesgos, las ballenas que las venden por metros(tiras metálicas o plasticas recubiertas de tela), Las arandelas, correderas metálicas, ganchos para asegurar las tiras del brasier

COLORES

El rojo evoca pasión y lujuria aunque no todas las mujeres adhieren al estilo *femme fatale*. Hay muchas opciones. La rosa azalea y el amarillo *shocking* rigen junto con el azul y los estampados primaverales.

Los encajes en suaves tonos rosados y damasco son ideales tanto para pieles blancas como bronceadas. Transmiten una sofisticada combinación de inocencia y elegancia. Los favoritos llevan encaje y apliques con brillo. Son el *must* para las mujeres de personalidad dócil, dulce y juguetona.

Sumándose a las tendencias de temporada, y siempre a la vanguardia, se juega también por los azules eléctricos que junto con el violeta representan el espíritu juvenil e imaginativo que llevas dentro.

Los tonos ácidos y cálidos como el amarillo y el naranja están a la moda no solo para vestidos o unos clásicos zapatos con un toque personal sino también para tu ropa interior. Estos colores personifican tu carácter alegre y extrovertido.

Los clásicos blanco y negro se encuentran a la orden del día. La blancura se asocia con la pureza, la limpieza y transmite seguridad absoluta. El halo misterioso del negro reporta sofisticación y máxima elegancia además de estilizar la silueta.

SECUESCIA DE OPERACIONES

SECUESCIA DE OPERACIONES		
SEC. OPS.	DESCRIPCION OPERACIÓN	MAQUINA
1	FILETEAR REFUERZO	FILETEADORA
2	UNIR DEL-TRAS	FILETEADORA
3	FIJAR REFUERZO	PLANA
4	ENVIVAR PIERNA	RESORTADORA
5	FIJAR MARQUILLA	PLANA
6	ENVIVAR CINTURA	RESORTADORA
7	PRESILLA	PRESILLADORA
8	PULIR PRENDA	MANUAL
9	REVSAR PRENDA	MANUAL

• **OPERACIÓN 1**

1. Por un solo lado.
2. Sin tira.
3. El derecho de la puntada debe quedar para el derecho de la tela.
4. Hacer recorte de 1.6mm.

• **OPERACIÓN 2**

1. Delantero, trasero y refuerzo por separado.
2. La costura queda encarterada.
3. Recorte de 1.6mm
4. No llevar tira.

• **OPERACIÓN 3**

1. Fijar por dos lados.
2. Iniciar 5mm antes y terminar 5mm después.

• **OPERACIÓN 4**

1. Envivar pierna.
2. Recostar bien la tela a la guía para evitar zafados. 58
3. Pulir a ras en extremos dando forma a la pieza. Tela color abano con estampado flores morado – bolero morado – elástico abano. Tela fucsia – bolero estampado azul con fucsia – elástico fucsia. Tela negra – bolero estampado blanco con negro – elástico negro.

• **OPERACIÓN 5**

1. Doblar marquilla por centro de la línea.
2. Sobreponer marquilla sobre la prenda en centro de cintura trasera.
3. Fijar marquillas.

• **OPERACIÓN 6**

1. Iniciar en trasero.
2. Al lado izquierdo dejar un sobrante de 1.0cm más de la medida, para el empate.

• **OPERACIÓN 7**

1. Prenda derecho para encima.
2. Sobreponer 1.0cm de vivo libre a trasero y realizar presilla a 1.6mm del borde del trasero.
3. La presilla debe continuar con la inclinación que trae la pierna.
4. La presilla debe abarcar el ancho del elástico.
5. Utilizar hilos del color del elástico.

• **OPERACIÓN 8**

Pulir hebras por el derecho y el revés de la prenda.

• **OPERACIÓN 9**

1. Iniciar revisión por el revés y por la marquilla, colocar sticker de revisado en marquilla.
2. Clasificar no conformidades, marcarlas lo más cerca posible de la no conformidad y separarlas en el respectivo sitio para ser reprocesadas (reproceso, segundas y lavanderías).
3. Revisar estado de los materiales, colocación y posición correcta de los accesorios, conformación de las costuras, medidas, simetría y apariencia según normas de la ficha técnica.
4. Para medir la prenda tenga en cuenta: Medir por derecho o revés, hacerlo antes de introducir la prenda en la tabla de revisión.
5. La prenda debe quedar completamente ubicada sobre la mesa, alinear el elástico por centro de cintura métrica.
6. No estirar la prenda al medir.
7. Dejar prenda por el derecho.

MEDIDAS FINALES

CINTURA			
TALLA	LIMITE INF.	MEDIA	LIMITE SUP.
50/S	33.5	34.5	35.5
55/M	35.5	36.5	37.5
60/L	38.8	39.5	40.5

PIERNA			
TALLA	LIMITE INF.	MEDIA	LIMITE SUP.
50/S	30	31	32
55/M	32.5	33.5	34.5
60/L	35	36	37

LOGO



LEMA

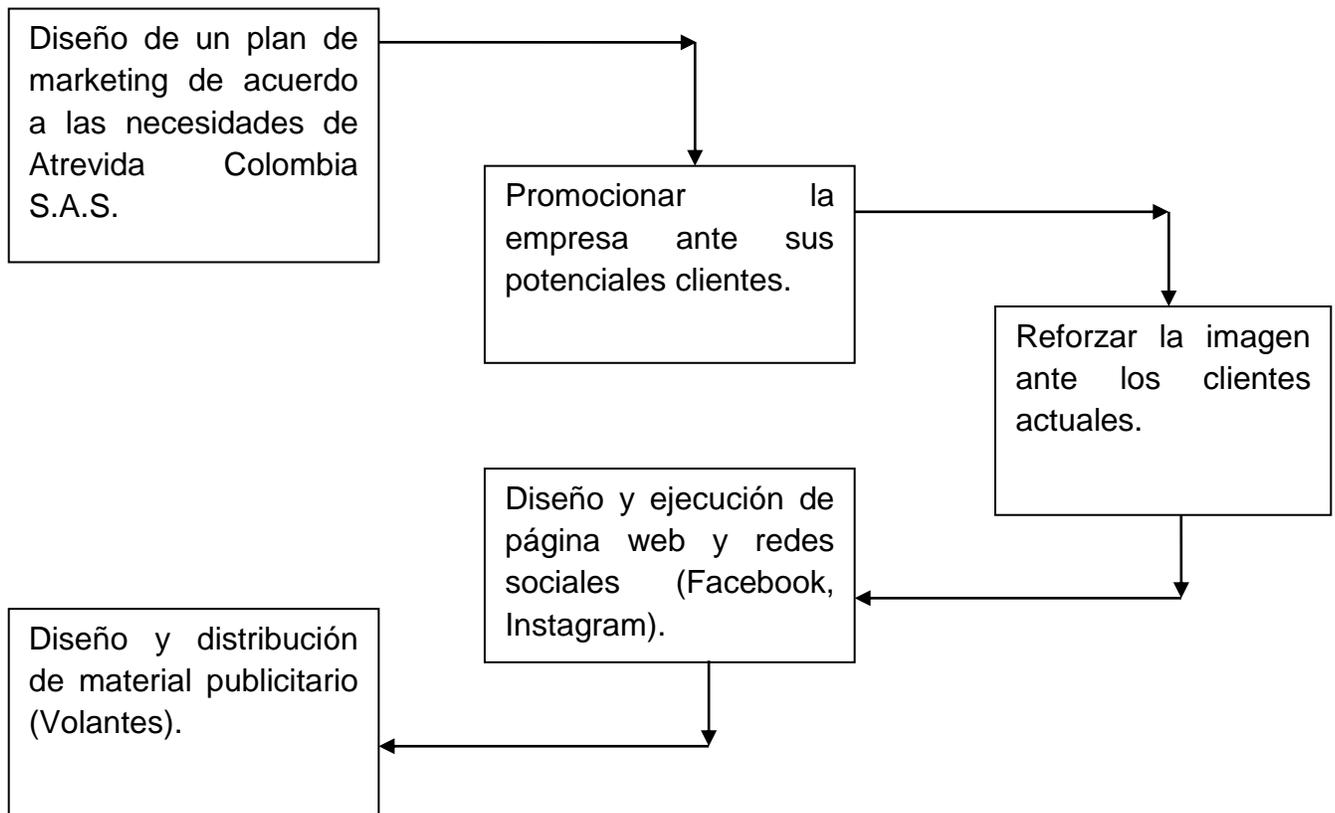
“NO PRETENDEMOS QUE SEAS OTRA, NOS ENCANTA QUE SEAS ASI”

CUADRO DE COSTOS

Elementos		Valor
Materia prima		\$5.000.000
Mano de obra directa	Diseñador	\$1.300.000
	Cortador	\$1.000.000
	Operario	\$850.000
Mano de obra indirecta	Administrador	\$2.500.000
	Secretaria	\$900.000
	Director de producción	\$1.500.000
	Director Comercial	\$1.500.000
	Vendedor	\$1.000.000
Costos indirectos de fabricación	Arriendo	\$1.000.000
	Servicios públicos	\$500.000
	Póliza contractual	\$800.000
TOTAL		\$17.850.000

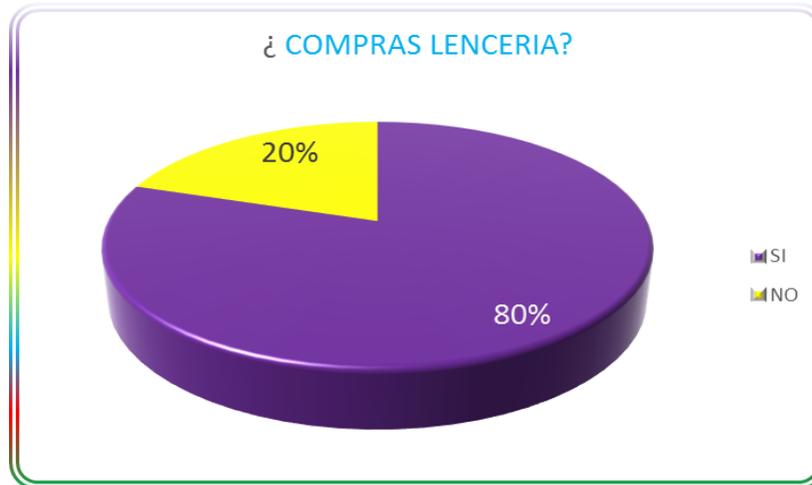
PLAN DE MARKETING Y CANALES DE DISTRIBUCIÓN

ELEMENTO	COSTO
Volantes publicitarios (9cmx12cm)	\$25.000 (100 volantes)
Página web (Incluye: Sitio Web profesional. Portafolio de servicios. Formulario de contacto. Optimización para móviles. Integración con redes sociales. Correos corporativos Hosting y Dominio.)	\$80.000 (mensual)

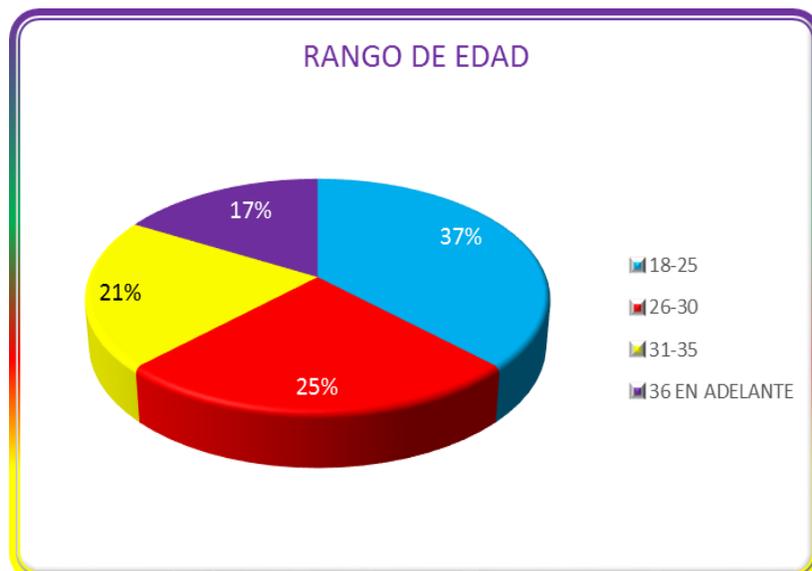


TABULACIÓN DE ENCUESTAS

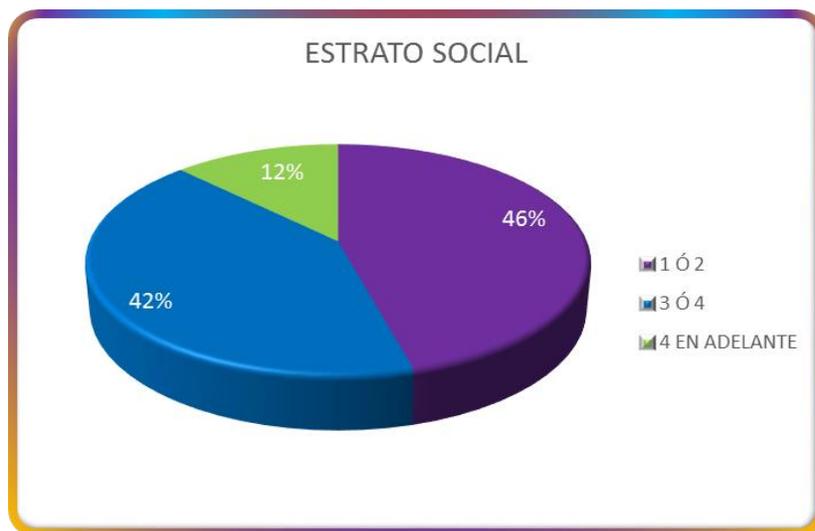
1. ¿COMPRAS LENCERIA?		
SI	24	80%
NO	6	20%
TOTAL	30	100%



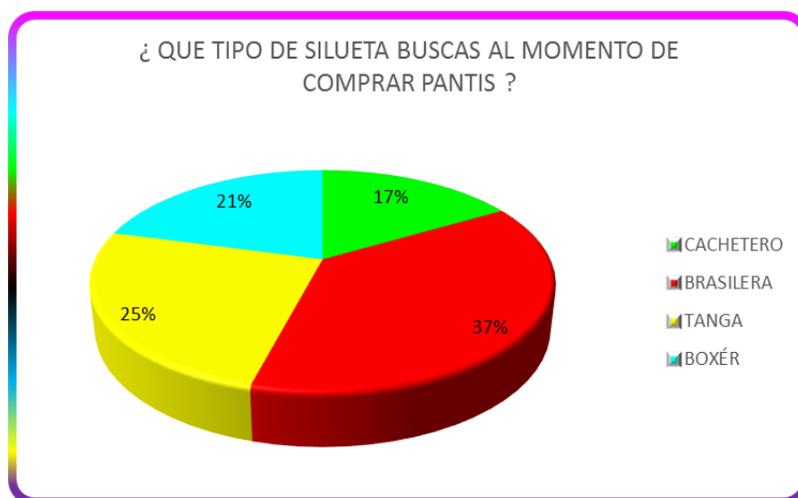
2. RANGO DE EDAD		
18-25	9	38%
26-30	6	25%
31-35	5	21%
36 EN ADELANTE	4	17%
TOTAL	24	100%



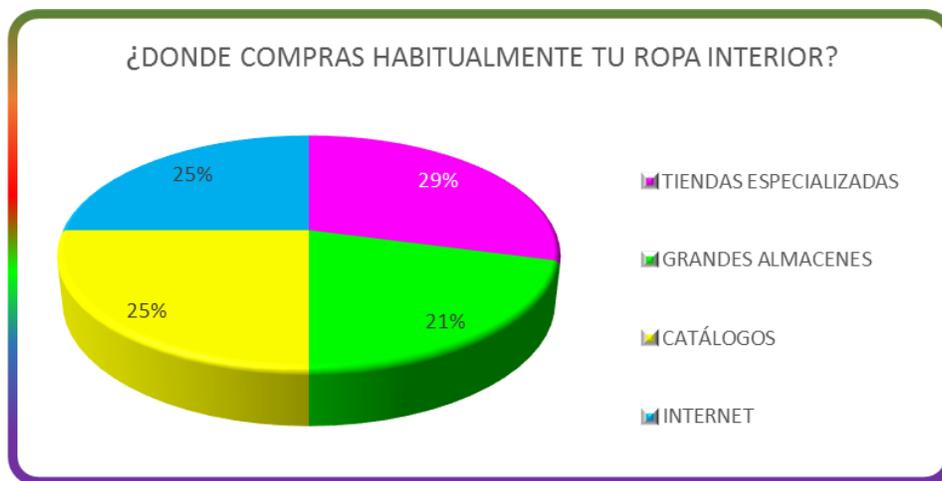
3. ESTRATO SOCIAL		
1 Ó 2	11	46%
3 Ó 4	10	42%
4 EN ADELANTE	3	13%
TOTAL	24	100%



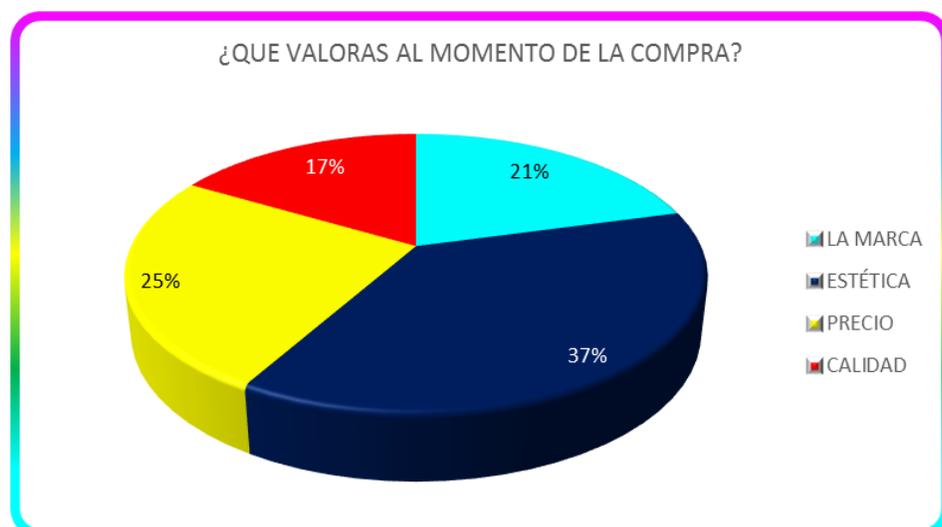
4. ¿QUE TIPO DE SILUETA BUSCAS AL MOMENTO DE COMPRAR PANTIS?		
CACHETERO	4	17%
BRASILERA	9	38%
TANGA	6	25%
BOXÉR	5	21%
PANTY CLÁSICO	0	-
TOTAL	24	100%



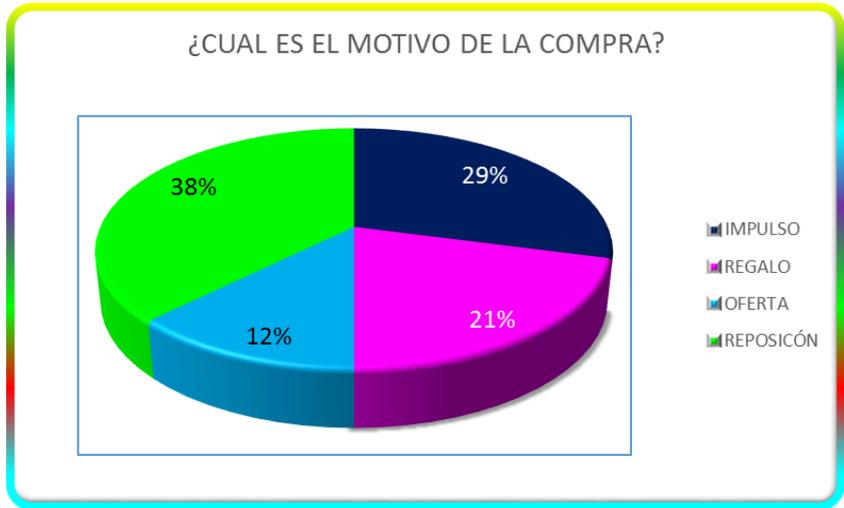
5. ¿DONDE COMPRAS HABITUALMENTE TU ROPA INTERIOR?		
TIENDAS ESPECIALIZADAS	7	29%
GRANDES ALMACENES	5	21%
CATÁLOGOS	6	25%
INTERNET	6	25%
TOTAL	24	100%



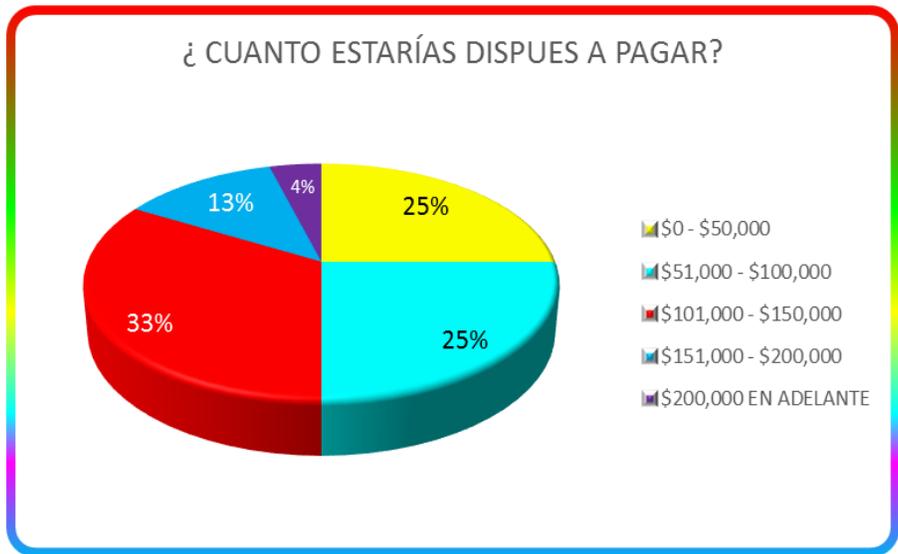
6. ¿QUE VALORAS AL MOMENTO DE LA COMPRA?		
LA MARCA	5	21%
ESTÉTICA	9	38%
PRECIO	6	25%
CALIDAD	4	17%
TOTAL	24	100%



7. ¿CUAL ES EL MOTIVO DE LA COMPRA?		
IMPULSO	7	29%
REGALO	5	21%
OFERTA	3	13%
REPOSICIÓN	9	38%
TOTAL	24	100%



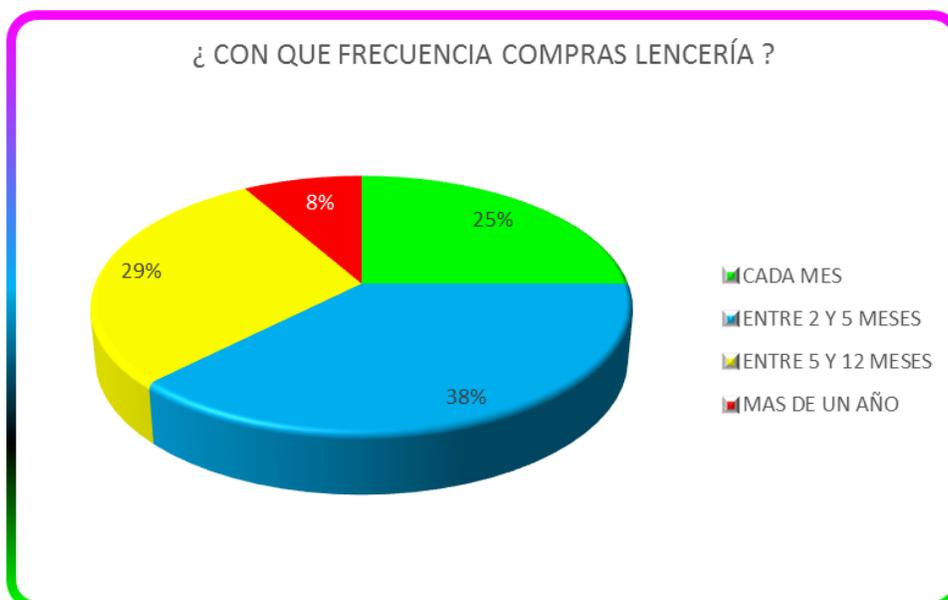
8. ¿CUANTO ESTARÍAS DISPUESTO A PAGAR?		
\$0 - \$50,000	6	25%
\$51,000 - \$100,000	6	25%
\$101,000 - \$150,000	8	33%
\$151,000 - \$200,000	3	13%
\$200,000 EN ADELANTE	1	4%
TOTAL	24	100%



9. ¿PARAGARÍAS MÁS POR UN DISEÑO PERSONALIZADO?		
SI	19	79%
NO	5	21%
TOTAL	24	100%



10. ¿CON QUE FRECUENCIA COMPRAS LENCERÍA?		
CADA MES	6	25%
ENTRE 2 Y 5 MESES	9	38%
ENTRE 5 Y 12 MESES	7	29%
MAS DE UN AÑO	2	8%
TOTAL	24	100%



CONCLUSIONES

Por estos resultados podemos concluir que la mayoría de las mujeres encuestadas adquieren lencería muy frecuentemente para verse más hermosas, ya sea para su pareja, para alguna ocasión especial o simplemente para sentirse bien ellas mismas, donde las principales compradoras son mujeres jóvenes que se preocupan por verse bien, teniendo en cuenta que algunas mujeres son de diferentes estratos pero esto no las imposibilita para la compra de lencería además están dispuestas a pagar un alto costo por estas prendas. La mayoría de las mujeres prefieren adquirir estas prendas en tiendas especializadas o en internet, ya que les presenta una mayor confiabilidad al momento de la compra, pero en ocasiones ellas prefieren algo personalizado y con buena estética, es donde nuestra empresa entraría a satisfacer esa necesidad que la mayoría de mujeres tienen, donde nosotros haríamos el diseño o la personalización que nuestro cliente desea, dándonos un valor agregado por esto y satisfaciendo a nuestro cliente.