



TITULO	“PLAN DE NEGOCIO: “PRUNA” COMERCIALIZACIÓN DE ACCESORIOS PARA MUJER A TRAVÉS DE VENTA POR CATÁLOGO”
SUBTITULO	Plan de negocio para optar al título de especialista en gerencia estratégica
AUTOR(ES)	NADINE MORENO ANZOLA DIEGO ALEJANDRO DIEZ CASTRO
PALABRAS CLAVE	Accesorios, bisutería, mujer, venta por catálogo
RESUMEN DEL CONTENIDO	<p>PRUNA comercializadora de accesorios para mujer a través de venta directa por catálogo, se desarrolla con el fin de innovar en la comercialización de accesorios y bisutería en Colombia, ya que actualmente no existe ninguna empresa que se dedique a la oferta exclusiva de estos productos mediante la venta de forma directa por catálogo; los competidores principales en su mayoría lo hacen por locales comerciales y/o como negocio informal. Se determina que para los accesorios comercializados por venta directa y por internet, la estrategia tiene un potencial en aumento de acuerdo a la afinidad de gustos y preferencias del target tanto actual como aspiracional. El universo total del mercado potencial actual es de 226.293 mujeres. Teniendo en cuenta que el negocio empezará en Bogotá, y que es la ciudad de Colombia donde las mujeres realizan compras en un mayor porcentaje es un aspecto que aumenta la posibilidad de adquirir nuestros productos.</p> <p>El target de mercado corresponde al 21,2% de la población femenina. Mujeres con edades entre los 15 y 25 años de edad, de nivel socio económico medio- medio-alto (estrato 3-5), residentes en Bogotá, mujeres solteras a las que les gusta estar a la moda, en su mayoría son estudiantes y dependen económicamente de sus padres, o están comenzando su actividad laboral, buscan diversión, identidad, libertad y estatus, son muy receptivas a medios de comunicación digitales como redes sociales; escuchan radio, y se mueven por tendencias mundiales con códigos de comportamiento locales.</p>

Autorizo (amos) a la Biblioteca Octavio Arizmendi Posada de la Universidad de La Sabana, para que con fines académicos, los usuarios puedan consultar el contenido de este documento en las plataformas virtuales de la Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad. De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la

Decisión Andina 351 de 1993, “Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores”, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.