

Calidad • Servicio • Acreditación • Plan de Desarrollo



TRABAJO DE GRADO RAE

Título

FRAGANCIAS DE PERFUMES

Autor

Diana Paola Orrego Flórez, Angelica Segura González

Publicación

Bogotá, Corporación Universitaria Minuto de Dios- UNIMINUTO U.V.D-, sábado 28 de Julio de 2018.

Unidad Patrocinante

Corporación Universitaria Minuto de Dios (UNIMINUTO), Vicerrectoría Académica U.V.D.

Palabras Claves

Innovación, emprendimiento, producción de empleo, fragancias, mercado, calidad, servicio, producción, comercialización, estrategia.

Descripción

Desde que comenzó la idea de negocio de fragancias se estableció como una idea de negocio innovadora y con alto grado de responsabilidad, su proyección está dada en 1 año a ingresar al mercado nacional, cumpliendo su principal objetivo que es la producción limpia y responsable ayudando a cuidar el medio ambiente y nuestra salud, se busca hacer uso y aprovechamiento del apoyo que brinda el gobierno nacional mediante el plan de desarrollo de producción al mercado de cosméticos.

El proyecto busca un alineamiento de objetivos en el desarrollo sostenible que genere un bienestar común para clientes brindándoles un producto cosmético de buena calidad que satisfaga necesidades y no atente contra su propio bienestar, con los proveedores al momento de elegirlos por sus productos de buena calidad en cuanto envases y materias primas para la elaboración de nuestros productos; con la sociedad en la generación de fuente de empleo y para el equipo de trabajo generando beneficios económicos.

Fuentes

Contabilidad de costos 5ta Ed. Revisada, de Oscar Gómez Bravo, Editorial MC GRAW HILL.

Principios de Administración Financiera (LAWRENCE J. GITMAN / CHAD J. ZUTTER) PERSON

Proceso Administrativo Para Las Organizaciones del Siglo XXI (CESAR AUGUSTO BERNAL TORRES / HERNAN DARIO SIERRA ARANGO) SEGUNDA EDICION

Economía 19 ed. Con aplicación a Latinoamérica Paul A. Samuelson y William D. Nordhaus

SAPAG Chain, Nassir, (2011). Proyectos de inversión: formulación y evaluación: Segunda Edición, Pearson.

KERIN, Roger A, (2014). Marketing, Undécima Edición. Editor sponsor Jesús Mares Chacón.

Contenidos

Este proyecto se origina gracias al interés de buscar oportunidades de negocio que contribuyan a la aplicación de conocimientos adquiridos durante nuestro proceso de formación y al análisis de emprendimiento, Con fragancias, no solo se pretende generar utilidades si no contribuir en la satisfacción de las necesidades de cada persona que tenga la oportunidad de conocer y adquirir nuestros productos, al igual ayudar a conservar el medio ambiente bajo una producción limpia y con la utilización de envases reutilizables.

Uno de los objetivos para nosotras como administradoras de empresas de la Corporación universitaria Minuto de Dios es llegar a generar empleo en Colombia logrando una disminución del índice de desempleo y pobreza en el país, aunque el sector que se escogió para el desarrollo del plan presenta un volumen alto de competitividad también es un sector que presenta una rentabilidad estable dentro de la economía.

Para el desarrollo del presente plan de negocio dispondremos de conocimientos adquiridos a lo largo de nuestra carrera profesional, fuentes bibliográficas y direccionamiento de personas expertas en el tema.

Metodología

Desde la metodología descriptiva y cuantitativa buscamos aplicar los conocimientos adquiridos a través del tiempo de estudio de la carrera, la cual en un momento tomamos la decisión de crear este proyecto de producir y comercializar fragancias; enfocándonos en un sector específico para poder recolectar la información real del mercado, para así poder elaborar la estrategia que vamos a utilizar para la implementación de nuestro proyecto.

Con la investigación de mercado lo que se busca es recolectar información sobre la demanda para identificar las preferencias de los consumidores que hacen parte de la población así mismo definir estrategias innovadoras que permitan garantizar una buena toma de decisiones direccionadas al cumplimiento de los objetivos establecidos en el plan de negocio.

Por lo que necesitamos averiguar en Bogotá cual era la división de las localidades de estratos 3,4 y 5 razón por la cual se realiza el estudio de mercado en la localidad 10 de Engativá que cuenta con una población de aproximadamente 1.300.000 habitantes al 2015, donde se evidencio que nuestra población de objetivo son hombre y mujeres entre 18 y 40 años quienes se preocupan por su presentación personal, es importante resaltar que fragancias de perfumes pueden ser una fuente generadora de empleo y de bienes económicos.

Conclusiones

Al culminar la elaboración de este trabajo podemos decir que en el mercado encontramos diversas herramientas que nos permiten conocer todos los factores que pueden afectar el mercado buenas o malas y como lo podemos aplicar en el funcionamiento y crecimiento de nuestra idea de negocio de nuestra empresa, las cuales podemos utilizar ya sean en el mercado nacional o internacional; teniendo en cuenta cuales pueden ser las implicaciones y todo lo que puede acarrear la toma de decisiones. Adicional a eso supimos aprender a identificar realmente cual es el problema del mercado para dar una solución que es nuestra idea de negocio.