

RESUMEN

La presente investigación nace a partir del deseo de aportar al conocimiento empresarial útil para que toda organización, sin importar el tamaño ni el rubro de la misma pueda alcanzar el éxito. El capital y/o la inversión no garantizan la permanencia y sostenibilidad en un mercado competitivo, esto dependerá además de diversos factores que a lo largo del presente estudio se detallan. La adaptación al cambio y el enfoque al cliente son factores relevantes para las empresas, las cuales requieren de un pleno conocimiento del mercado, de los gustos y las preferencias de los consumidores finales. El objetivo principal es establecer los factores que fortalezcan el emprendimiento local de la zona de Chicla e identificar las acciones necesarias para el desarrollo comercial de los tejidos a mano en el mercado de Lima Metropolitana, Se realizó el diagnóstico de la demanda, con énfasis en las características deseadas del producto y el mercado meta para definir las exigencias productivas que enfrentará la empresa. Además, se identificó aspectos claves en la comercialización de productos tejidos a mano en el mercado de Lima Metropolitana, considerando retos y necesidades de la actividad comercial. Finalmente, la presente investigación determina un plan de acción que permita el fortalecimiento del emprendimiento para una mejor comercialización de los productos, captación y fidelización del segmento meta.

ABSTRACT

The following investigation was born from the desire to demonstrate that any organization without importing either the size or the item of the same one, can be successful, and not always the significant capital of investment guarantees the permanency and sustainability on a competitive market. The adjustment to the change and the approach to the client are factors the companies must have in consideration, this involves a constant analysis of the objective public and the requirements that this one reflects. The objective of the research is to establish the factors that strengthen the local empowerment of Chicla and to identify the necessary actions for the commercial development of the products on the market of Metropolitan Lima. The diagnosis of the demand was made with emphasis in the wished characteristics of the product and the market to define the productive requirements that the company will face. In addition, key aspects were identified in the commercialization of handmade knitwear on the Metropolitan Lima market, considering challenges and needs of the commercial activity. Finally, the present investigation determines a plan of action that allows the strengthening of the empowerment for a better commercialization, capture and loyalty of the target.

