

*Informe Final de Diagnóstico Empresarial*

# INFORME FINAL DE DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL

## STF GROUP S.A.

2025

**CONTENIDO**

- a. RESEÑA HISTÓRICA DE LA EMPRESA Y DESCRIPCIÓN DEL PERFIL DE SUS CLIENTES ACTUALES.
- b. EVALUACIÓN DE ÁREAS FUNCIONALES
- c. CLIMA DE TRABAJO.
- d. LIDERAZGO
- e. Anexo

Business Model Canvas 2025

**a) Reseña Histórica de la Empresa y descripción del perfil de sus clientes actuales:**

La Empresa STF Group S.A. tiene sus raíces en la década de 1970, cuando Carmen Faride Hazzi fundó en Cali un pequeño negocio de moda llamado Faride Fashion. En 1994, su hijo, Carlos Alberto Acosta Hazzi, asumió la dirección de la empresa y la transformó en Studio F, sentando las bases de lo que hoy es STF Group S.A, la compañía es propietaria de las marcas; Studio F, Ela y Studio F Man. Desde entonces, la compañía ha crecido hasta convertirse en un referente de la moda en Latinoamérica, con una fuerte presencia en el mercado nacional e internacional.

**Misión:** En STFGROUP estamos comprometidos con ofrecer a nuestros clientes una experiencia de compra única y diferenciadora; diseñamos, fabricamos y comercializamos prendas y accesorios de vestir versátiles, auténticos y a la vanguardia de la moda, a través de procesos innovadores gestionados por un talento humano guiado por la ética, la integridad y la excelencia, lo que nos permite ser una de las mejores compañías textiles más rentables de Colombia y proyectarnos como la mejor de Latinoamérica.

**Visión:** Ser la compañía líder en el diseño, fabricación y comercialización de prendas y accesorios de vestir, valorada, respetada y admirada por sus clientes, ofreciéndoles siempre la mejor alternativa de moda del mercado, soportada por un servicio impecable en cada una de sus tiendas e identificada por su rentabilidad, excelencia operacional y excepcional talento humano.

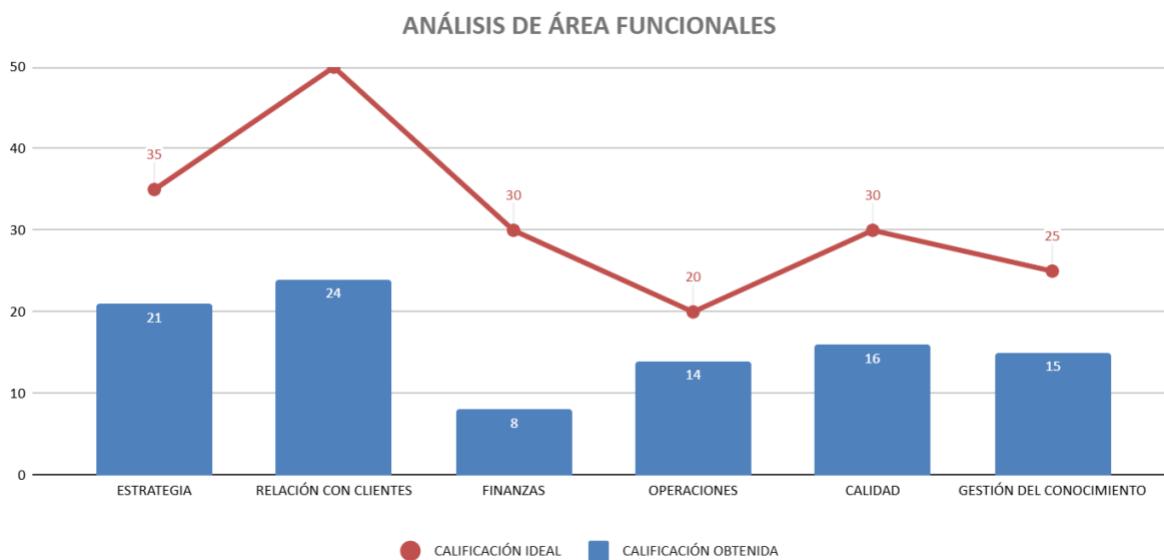
**Objetivos de la Empresa:** STF Group busca consolidarse como líder en la industria de la moda en Latinoamérica, expandiendo su presencia en nuevos mercados y fortaleciendo su estrategia omnicanal. La compañía ha proyectado un ambicioso plan de expansión y posicionamiento tanto en Colombia como en otros países de la región, con crecimiento en tiendas físicas y digitales, además de remodelaciones en sus puntos de venta.

**Mercado y Perfil de Clientes:** STF Group atiende a un mercado compuesto principalmente por mujeres entre 20 y 45 años que buscan moda sofisticada y vanguardista. Sus clientes tienen un alto poder adquisitivo y pertenecen a los estratos medios y altos, con estilos de vida diversos que incluyen ejecutivas, mujeres modernas, juveniles y deportistas. La empresa tiene presencia en múltiples países de Latinoamérica, incluyendo Colombia, México, Panamá, Chile, Puerto Rico, Ecuador, Perú, Guatemala, Honduras y Curazao, y ha expandido su oferta al mercado masculino con Studio F Man, dirigida a hombres contemporáneos y sofisticados.

STF Group se destaca por su compromiso con la calidad, utilizando rigurosos controles en la producción, las mejores materias primas y tecnología de punta. La empresa genera alrededor de 3,000 empleos directos y más de 2,000 empleos indirectos a través de su red de empresas de confección en el país.

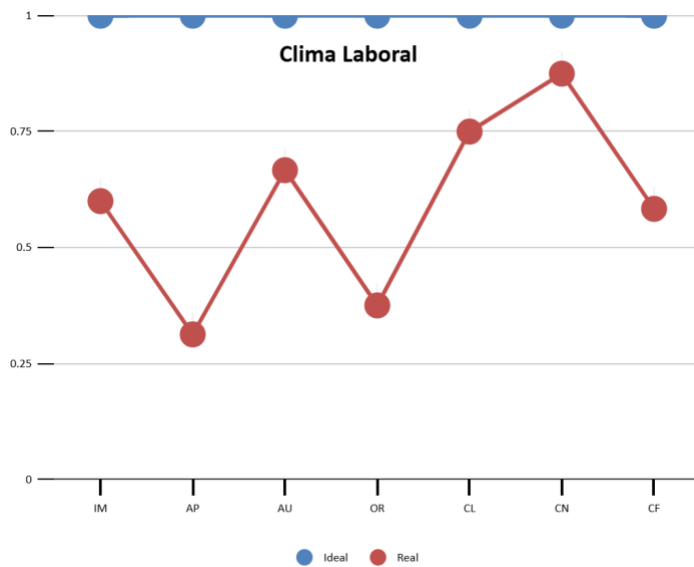
En resumen, STF Group S.A. es una empresa líder en la industria de la moda en Latinoamérica, enfocada en ofrecer productos de alta calidad que resaltan la belleza y estilo de sus clientes, mientras continúa expandiendo su presencia en nuevos mercados y fortaleciendo su estrategia omnicanal.

**b) Evaluación de Áreas Funcionales:**



<b>Qué encontramos:</b>
Estrategia:
Relación con clientes:
Finanzas: Encontramos que en el área de finanzas se presenta una calificación obtenida mas baja mostrando una gran discrepancia con la calificación ideal. Esto indica una significativa área de mejora en este departamento de la compañía. La diferencia de 22 puntos sugiere problemas importantes en la gestión financiera.
Operaciones: Encontramos en el área de operaciones una calificación que se encuentra por debajo de la ideal. Esta brecha indica necesidad de mejorar la eficiencia en la gestión de recursos y la coordinación entre equipos.
Calidad:
Gestión del conocimiento:

c) **Clima de Trabajo:**



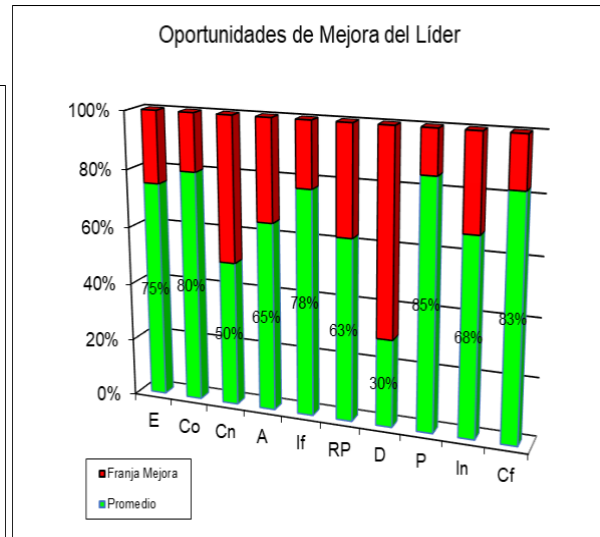
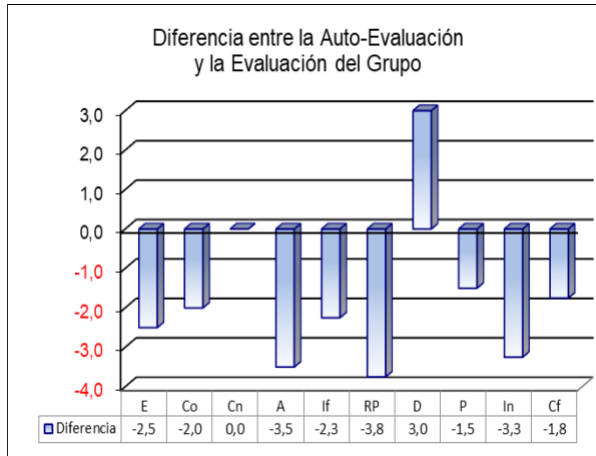
**Qué encontramos:**

Los trabajadores han señalado que, en ocasiones, el líder tiende a criticar al grupo de trabajo por cuestiones menores. Sin embargo, se fomenta un ambiente de espíritu crítico-constructivo, lo que permite el crecimiento y la mejora continua dentro del equipo. Además, en la empresa se reconoce y felicita a aquellos colaboradores que realizan un buen trabajo, lo que contribuye a mantener la motivación.

Cuando se dan instrucciones a las personas que trabajan en la empresa se hace con tono adecuado lo que facilita la comprensión y el seguimiento de las tareas.

Los trabajadores suelen llegar tarde al trabajo, es importante destacar que rara vez se posponen actividades para el día siguiente, lo que demuestra un compromiso con los plazos y la responsabilidad.

d) Liderazgo:



**Qué encontramos:** El análisis de las gráficas muestra que el líder tiende a calificarse mejor de lo que lo hace su equipo en la mayoría de los aspectos evaluados, lo que indica una diferencia de percepción sobre su desempeño. Además, se identifican varias áreas con oportunidades claras de mejora, especialmente aquellas que presentan un mayor porcentaje en color rojo en la segunda gráfica, lo que representa aspectos donde el equipo considera que hay espacio para mejorar.

Variables: Estrategia, Comunicación, Conocimiento, Aprendizaje, Influencia, Relaciones Personales, Delegación, Prioridades, Integridad y/o Confiabilidad.

Informe Final de Diagnóstico Empresarial

Anexo Business Model Canvas 2025

Compañía: AR REPUESTOS SAS		Diseñado por: DIANA LORENA Y JESSICA PILLUMUE		Fecha: ENERO/2024
<p><b>SEGMENTO DE CLIENTES</b></p> <p>STF GROUP S.A. ofrece moda accesible para mujeres y hombres de 18 a 45 años a través de tiendas físicas, e-commerce y mayoristas. Su propuesta de valor combina innovación, variedad y experiencia omnicanal. Genera ingresos por ventas, franquicias y colecciones exclusivas. Sus recursos clave incluyen diseño, proveedores, tecnología y logística. Sus actividades principales son marketing, expansión y análisis de datos, apoyadas por alianzas estratégicas con fabricantes, plataformas de pago e influencers.</p>	<p><b>ACTIVIDADES O PROCESOS CLAVE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Investigación de tendencias y desarrollo de nuevas colecciones.</li> <li>Estrategias de marketing digital, redes sociales y publicidad tradicional.</li> <li>Optimización de la cadena de suministro y control de calidad.</li> <li>Expansión a nuevos mercados mediante franquicias y alianzas estratégicas.</li> </ul>	<p><b>PROPUESTA DE VALOR</b></p> <p>STF GROUP S.A. se diferencia por su combinación de diseño, calidad y accesibilidad en el mundo de la moda. Su fortaleza radica en la constante innovación de sus colecciones, adaptándose a las últimas tendencias sin perder su identidad. Ofrece una experiencia de compra integral con un enfoque omnicanal, facilitando el acceso a sus productos a través de tiendas físicas, plataformas digitales y alianzas estratégicas. Además, prioriza la satisfacción del cliente con un servicio postventa eficiente, programas de fidelización y atención personalizada.</p>	<p><b>RELACIÓN CON CLIENTES</b></p> <p>STF GROUP S.A. establece relaciones con sus clientes a través de estrategias enfocadas en la captación, retención y fidelización:</p> <p>Adquisición de nuevos clientes: Uso de campañas publicitarias y estrategias digitales para atraer compradores potenciales.</p> <p>Construcción de lealtad: Implementación de beneficios exclusivos y recompensas para clientes recurrentes.</p> <p>Experiencia personalizada: Asesoramiento en la compra, tanto en tiendas físicas como en canales digitales.</p> <p>Optimización del valor del cliente: Ofrecimiento de productos adicionales y promociones estratégicas.</p> <p>Impulso de ventas: Aplicación de técnicas de recomendación de productos y ofertas atractivas.</p> <p>Interacción activa: Creación de espacios de participación como encuestas, eventos y actividades en redes sociales.</p>	<p><b>ALIANZAS CLAVES</b></p> <p>STF GROUP S.A. construye alianzas estratégicas clave para fortalecer su modelo de negocio y garantizar una operación eficiente en toda su cadena de valor. Estas asociaciones le permiten ofrecer productos de alta calidad, optimizar su logística y expandir su presencia en el mercado, asegurando una conexión sólida con sus clientes y la industria de la moda.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Fabricantes y proveedores textiles: Empresas certificadas en calidad y sostenibilidad que garantizan materiales de alto estándar.</li> <li>Plataformas de pago y fintech: Soluciones tecnológicas para transacciones seguras y rápidas en tiendas físicas y e-commerce.</li> </ul>
	<p><b>RECURSOS CLAVE</b></p> <p>STF GROUP S.A. cuenta con una estructura ágil que le permite operar de manera eficiente y competitiva en el sector de la moda. Su enfoque estratégico abarca desde el diseño y producción hasta la distribución y comercialización, garantizando calidad, innovación y una experiencia de compra óptima para sus clientes. Equipo de diseño experto: Especializado en tendencias globales y moda sostenible, creando colecciones innovadoras y atractivas.</p> <p>Proveedores estratégicos: Fábricas y aliados que garantizan materiales de alta calidad y tiempos de entrega eficientes.</p> <p>Infraestructura tecnológica: Plataformas avanzadas para optimizar la gestión del e-commerce, logística y experiencia del cliente.</p> <p>Centros de distribución optimizados: Procesos eficientes para reducir costos operativos y mejorar los tiempos de entrega.</p> <p>Expansión y presencia de marca: Red de tiendas propias y franquiciadas que fortalecen la cobertura a nivel nacional e internacional.</p>		<p><b>CANALES</b></p> <p>Tiendas físicas ubicadas estratégicamente en centros comerciales y calles comerciales de alto tráfico.</p> <p>Plataforma de e-commerce con una interfaz intuitiva y opciones de pago seguras.</p> <p>Redes sociales como Instagram, Facebook y TikTok para marketing digital y venta directa.</p> <p>Marketplaces y tiendas multimarca para expandir el alcance del producto.</p> <p>Alianzas con influencers y embajadores de marca para promocionar colecciones.</p>	
		<p><b>ESTRUCTURA DE COSTOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Producción y materia prima: Inversión en textiles de alta calidad, in sumo en procesos de manufactura eficiente.</li> <li>Gastos operativos de tiendas: Costos de alquiler, servicio público y personal para garantizar una experiencia de compra óptima.</li> <li>Marketing y publicidad: Estrategias digitales y tradicionales enfocadas en fortalecer la marca y ampliar su alcance.</li> <li>Distribución y logística: Gestión de envíos y abastecimiento eficiente para tiendas físicas y clientes online.</li> <li>Innovación tecnológica: Desarrollo y optimización del e-commerce, CRM y herramientas digitales para mejorar la experiencia del cliente.</li> </ul>	<p><b>FUENTES DE INGRESOS</b></p> <p>La totalidad de los ingresos de STF GROUP S.A. proviene de la venta de prendas de vestir, asesoría especializada en moda y accesorios. Estos ingresos se reciben a través de tiendas físicas, e-commerce y distribuidores autorizados, utilizando métodos de pago como tarjetas de débito y crédito, garantizando accesibilidad y comodidad para los clientes.</p>	

Firma del empresario, la cual certifica que el Informe de Diagnóstico de su empresa le fue entregado y explicado por parte del Consultor al finalizar la etapa de Diagnóstico:

*[Firma manuscrita]*

Fecha: 12 de abril del 2025

Firma del Consultor:

*Valeria Ocampo P.*

*Emily Narvaez*