

CREACION DE EMPRESA 2
MODELOS DE INNOVACION

Grupo: 50101

Estudiantes:

Jeferson Arley Tovar Pinilla
Carlos Arturo Betancourt Bohórquez
Octubre 2020.

Corporación unificada nacional (CUN)
Bogotá, Cundinamarca.

CONTENIDO

Introducción.....	3
1. Modelos de negocio.....	4
2. Innovación sostenible... ..	5
3. Océano Azul / Fuerzas de Porter	6
4. Marketing mix.....	8
5. Desarrollo de marca.....	9
6. Marketing digital.....	10
7. Métricas claves.....	11
8. Estudio técnico.....	12
9. Estudio técnico II.....	13
10. Ficha Técnica.....	14

INTRODUCCION

El siguiente trabajo fue realizado para la materia creación de empresa II con el fin de obtener mejores competencias y tener un mejor desarrollo, de cómo debemos prepararnos para la realización de la fabricación de chaquetas vida sport y mediante procesos de reciclaje fabricar un producto que contribuya con el medio ambiente.

1. MODELOS DE NEGOCIO

1.1. Descripción de la idea de negocio

- **¿Cuál es el producto o servicio?**

Chaquetas personalizadas en material antilíquido poliéster ecológico.

- **¿Quién es el cliente potencial?**

Personas que utilicen un medio de transporte descubierto (bicicletas, motos) y personal de salud.

- **¿Cuál es la necesidad?**

Prevenir que las personas expuestas a diferentes factores como la lluvia y fluidos químicos estén protegidas debido a la situación actual en el país.

- **¿Cómo?**

Diseñando un producto de alto impacto ecológico que permita brindar protección a la persona en diferentes entornos.

- **¿Por qué lo preferirían?**

Por el impacto ecológico que ofrecemos y la posibilidad de personalizar su chaqueta.

1.2. Modelo de negocio

El modelo de negocio para nuestro producto será e-commerce, ya que se implementaría por medio de una plataforma digital y redes sociales ya conocidas, ejemplo (Instagram) una plataforma que todos los clientes entra en busca de productos y servicios, encontrando el producto ofertado por nosotros, garantizando así reconocimiento de nuestra empresa a corto tiempo.

En este corto tiempo se estructurará por nuestra compañía una página digital promocionando nuestros productos dando a conocer los beneficios y garantías haciendo énfasis en la importancia del medio ambiente. Para este reconocimiento la empresa le garantiza al cliente la entrega oportuna del producto en sus instalaciones y el costo del envío se asumiría por la compañía, no por el cliente es una estrategia para implementar ya que el costo de fletes entraría en el producto vendiendo, así obtendremos el reconocimiento y expansión de la compañía.

Los métodos de pago serían directamente, por confianza de nuestros clientes por medio electrónico a las cuentas bancarias otorgadas a nombre de la compañía o el método de pago de efectivo contra entrega cuando este en la ciudad de Bogotá, fuera de esta ciudad solo será pago electrónicos antes del envío del producto.

Por otro lado, las ventas serán ofrecidas por nosotros tienda a tienda dando a conocer el producto por medio de catálogos, se tendrá un costo adicional por la gestión de ventas, pero es un costo beneficio a corto plazo.

1.3 VENTAS POR INTERNET

- **¿Como captara sus clientes el modelo de ventas por internet?**

El modelo de negocio para nuestro producto será e-commerce, ya que se implementaría por medio de una plataforma digital y redes sociales ya conocidas, ejemplo (Instagram, Facebook) una plataforma que todos los clientes entra en busca de productos y servicios, encontrando el producto ofertado por nosotros, garantizando así reconocimiento de nuestra empresa a corto tiempo.

- **¿Como y que alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por internet escogido?**


En este corto tiempo se estructurará por nuestra compañía una página digital promocionando nuestros productos dando a conocer los beneficios y garantías haciendo énfasis en la importancia del medio ambiente. Para este reconocimiento la empresa le garantiza al cliente la entrega oportuna del producto en sus instalaciones y el costo del envío se asumiría por la compañía, no por el cliente es una estrategia para implementar, ya que el costo de fletes entraría en el producto vendido, así obtendremos el reconocimiento y expansión.

- **¿Como cerrara la venta por internet y cuáles serían los métodos de pago utilizados acorde al modelo?**

Los métodos de pago serian directamente, por confianza de nuestros clientes por medio electrónico a las cuentas bancarias otorgadas a nombre de la empresa o el método de pago de efectivo contra entrega cuando este en la ciudad de Bogotá, fuera de esta ciudad solo será pago electrónicos antes del envío del producto.

Por otro lado, las ventas serán ofrecidas por nosotros tienda a tienda dando a conocer el producto por medio de catálogos, se tendrá un costo adicional por la gestión de ventas, pero es un costo beneficio a corto plazo.

2. INNOVACION SOSTENIBLE

	AGUA	ENERGIA	MATERIAS PRIMAS	EMISIONES	RESIDUOS
Producto o servicio ¿el producto tiene un ecodiseño?	¿Utiliza eficientemente el agua? ¿Cómo? Rta. Para la creación del producto no se usa directamente agua, pero si para el uso del personal en la planta de producción	¿Reduce el consumo de energía? ¿Cómo? ¿Qué equipos utiliza? Rta. El consumo disminuye debido a la tecnología que se usa para cada proceso. Se utilizan maquinas trituradoras, máquinas para hilar el plástico y producir el poliéster, máquinas para cortar y coser.	¿Reduce los insumos? Rta. Si ¿Cómo? Rta. Realizando un proceso de reciclaje. ¿Utiliza químicos? Rta. No ¿Cuáles? ¿Qué empaque y embalaje utiliza? Rta. Bolsas biodegradables.	¿Ha medido su huella de carbono? ¿Cuál es el resultado? Rta. No se ha medido	¿Qué residuos recicla? Rta. Botellas plásticas
Marketing realiza algún tipo de campaña que favorezca al medio ambiente?		¿Qué medios de transporte utiliza? Rta. Moto para la distribución del Producto	¿Qué materiales utiliza para las actividades de marketing? Rta. Pginas de internet y redes sociales.		

11. OCÉANO AZUL / FUERZAS DE PORTER

4.1 ANÁLISIS DEL SECTOR

4.1.1 ESTRATEGIA OCÉANO AZUL

- **Identifique quien es su competencia**

Empresas fabricantes de ropa deportiva

Empresas productoras de elementos en poliéster ecológico

- **Defina las variables importantes para su idea de negocio**

Competencia

Proveedores

Autoempleo

Conocimientos técnicos y profesionales

- **Dele un valor de (1 a 5)**

El valor que le damos es 4, ya que nuestro producto es una creación ya hecha pero procesada de diferente forma.

- **Desarrolle la estrategia con su explicación de (incrementar, reducir, eliminar o mantener)**

VESTUARIO DE PROTECCION	CALIDAD	SEGURIDAD	MATERIA PRIMA	PRECIO	
EMPRESA TEXTIL	4		3	2	5
VIDASPORT	5		4	5	2
ESTRATEGIA	INCREMENTO	INCREMENTO	INCREMENTO	INCREMENTO	

Aumentar el impacto ecológico en prendas de vestimenta diaria, generando una buena demanda de trabajo y ingresos optimizando recursos y dando una satisfacción al cliente final.

4.1.2 ANÁLISIS DE PORTER

Las cinco fuerzas pueden ayudar a su idea a comprender la estructura del sector en el cual compite y elaborar una posición que sea más rentable y menos vulnerable a los ataques. Para resolver realice la lectura "CINCO FUERZAS DE PORTER"

Genera la estrategia para cada uno:

PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES	<p>¿Qué estrategias implementa o podría implementar para captar y fidelizar sus clientes?</p> <p>Una de las estrategias que implementaremos es que cada persona pueda personalizar su chaqueta y en tiempo real realizarlo.</p> <p>Quién es el cliente (perfil breve)</p> <p>Personas que usen frecuentemente medios de transporte que expongan a la persona al ambiente.</p> <p>El poder de negociación con los clientes es alto o bajo</p> <p>Es alto, ya que dentro de nuestro grupo de mercado algo que nos diferencia es que cada persona lleva su chaqueta a su gusto.</p>
PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES	<p>¿Quiénes son los proveedores? En caso de no mencionarse incluya posibles proveedores</p> <p>Nuestros principales proveedores somos nosotros mismos, ya que la producción de las chaquetas se realiza con plástico reciclado.</p> <p>La posibilidad de sustituir o cambiar de proveedores es alta o baja</p> <p>La posibilidad es baja ya que se realizan selecciones estratégicas de proveedores.</p> <p>El poder de negociación con los proveedores es alto o bajo</p> <p>La negociación con los proveedores es alta, ya que contamos con los mejores productos de calidad y a precios cómodos.</p>

MARKETING MIX

ESTRATEGIA	OBJETIVO	COMO	QUIEN	CUANDO	DONDE	VALOR
PRODUCTO	Brinda por medio del cuidado del medio productos de protección	Con campañas publicitaria para conservación del medio ambiente	Con entidades de recolección de reciclaje	Empiece la recolección según estipulado con las entidades	En bodega de la empresa y sitio de entidades recolectoras de reciclaje	El costo de materia prima y gastos indirectos de fabricación
PRECIO	Seria a bajo para ser exequible a toda clase de consumidor	Con divulgación de promociones 2 x 1	Con entidades financieras.	Cuando tengamos los costos de materia prima	En puntos de ventas y plataformas digitales	El valor para venta con costos real de del producto más utilidad
PROMOCION Y COMUNICACIÓN	Por medio de plataformas digitales	Mediante voz a voz, volantes.	Medios comunicación	Inicio de ventas al publico	Plataformas digitales	Optimizar gasto y observar costo beneficio

DESARROLLO DE MARCA

Pasos	Objetivos	Resultados
Primer paso: diagnóstico de mercadeo	<p>A) Identificar el sector B) Identificar marcas en competencia C) soluciones principales y alternativas D) tendencias del mercado E) arquetipo de la marca</p>	<p>A) tiendas deportivas, tiendas de motocicletas B) paramo, cq, ten fit, x power C) una chaqueta de alta calidad anti fluidos, para su mayor seguridad D) tendrá tendencia en el mercado de ropa deportiva y se dará a conocer diseños en redes sociales de como manejamos nuestro producto E) nuestro arquetipo de mercado es brindar seguridad y confianza en nuestros clientes, siempre pensando en el bienestar de los consumidores (el cuidador)</p>
Segundo paso: realidad psicológica de mercado	<p>A) percepción de la marca de competencia B) identificar variables de newmarketing</p>	<p>A) vidasport la marca deportiva de chaquetas, es una marca con responsabilidad con el medio ambiente, y de responsabilidad social. B) las chaquetas vida sport es una prenda de calidad las personas que la usan se sienten muy cómodos y también seguros cuando las usan en sus trabajos donde tienen riesgos de algún derrame de cualquier liquido peligroso</p>
Tercer paso: posicionamiento	<p>A) identificar top of mid B) identificar top of heart</p>	<p>A) se le pregunto algunos clientes que marcas preferían y unas de esas fueron the north face, Adidas, B) Adidas es una marca muy preferida por los consumidores en chaquetas deportivas</p>
Curto paso: realidad material de la marca	Traducir muestra propuesta valor en la marca	Es un producto de calidad con un buen diseño y una marca nueva que se está sacando al mercado, que se está fabricando con materiales reciclables para la conservación del medio ambiente

Quinto paso: estrategias de comunicación	Desacollar acciones continuas para la introducción de la marca Que estén llegadas a la medición tecnológica y de redes sociales	La marca vida sport también tendrá un entorno en redes sociales, como Instagram, Facebook, twiter porque es una página donde podemos mostrar nuestros diseños con mayor proyección de venta
------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



MARKETING DIGITAL

<https://carlosbetancourtbo.wixsite.com/misitio>

METRICAS CLAVES

Gastos incluidos en el proyecto para las ventas a realizar por medios digitales y entrega de volantes fueron de \$ 20.000.00 incluyendo gastos de personal en divulgación de nuestros productos.

$CAC = \text{GASTOS TOTAL EN CAPTACION} / \text{NUMERO CLIENTES CAPTADOS}$

$CAC = 20.000.000 / 189 \text{ usuarios}$

$CAC = 105.820$

10. LOCALIZACION DEL PROYECTO

TIPO DE ACTIVO	DESCRIPCION	CANTIDAD.	VALOR UNITARIO	REQUISITOS TECNICOS
INFRAESTRUCTURA ADECUACIONES	Tenemos una infraestructura adecuada para la producción con una bodega donde esta adecuada con maquinaria y apta para la producción y para el desarrollo de las actividades de los empleados	Bodega:1	Valor de bodega: \$55.200.000	Bodega de 3000 m2 para almacenaje y bodegaje de material reciclado, 2000 m2 para producción y 1000 m2 para oficinas administrativas
MAQUINAS Y EQUIPO	Maquinaria de confección, máquina de coser para la fabricación de chaquetas de maquina selladora, perfiladora	Máquina de confección: 1 Máquina de coser:1 Maquina selladora:1 Perfiladora:1	Máquina de confección: \$12.300.000 Máquina de coser: \$9.500.0000 Maquina selladora: \$4.590.000 Perfiladora: \$6.300.00	La maquinaria debe ser especializada para el proceso de tratamiento plástico con un diámetro no mayor 500 m2
EQUIPOS DE COMUNICACION Y COMPUTACION	Computador, impresora, teléfono, celular corporativo	Computador:1 Impresora:1 Teléfono:1 Celular corporativo:1	Computador: \$1.100.000 Teléfono: \$55.000.000 Celular corporativo: \$225.000	Los equipos de cómputo y comunicación están adecuados con programas de fácil conocimiento para el personal administrativo
MUEBLES Y ENSERES Y OTROS	Sillas, mesas, mesas de comedor mueble de archivo, lockers metalicos, bicicleteros	Sillas:15 Mesa de comedor:1 Mueble de archivo:1 Lockers metalicos:5 Bicicleteros.1	Sillas: \$15.000 Mesa de comedor: \$220.000 Lockers metálicos: \$45.000 Bicicleteros: \$125.000	Los mueble y enseres están adecuados para que el personal trabaje en un ambiente que sea requerido por entes de gobierno.
OTROS (INCLUIDO HERRAMIENTAS)	martillos, gafas industriales, trituradora para envase plástico	Martillos = 5 Gafas industriales = 15 Trituradora para plástico = 2	Martillo c/u \$ 15.000 Gafas industriales c/u \$12.000 Trituradora \$ 20.000.000	Las herramientas deben de cumplir con requerimiento de protección para los

				empleados según como lo regula la ley GST
GASTOS PREOPERATIVOS	Gastos notariales, papelería	Gastos notariales = 1 Papelería = 10	Gastos notariales \$ 25.000 Papelería \$ 15.000	Papelería según lo contemple los requerimientos de la empresa

11. ESTUDIO TECNICO II

ACTIVIDAD DE PROCESO	TIEMPO RELIZADO(MINUTOS/HORAS)	CARGOS QUE PARTICIPAN EN LA ACTIVIDAD	NUMERO DE PERSONAS QUE INTERVIENEN EN EL CARGO	EQUIPOS Y MAQUINAS QUE SE UTILIZAN
SELECCIÓN RECOLECCION DE MATERIAL RECICLABLE (PLASTICO)	60 MINUTOS	RECICLADORES Y OPERARIOS DE LA EMPRESA	1 RECICLADOR Y 2 OPERARIOS	VEHICULO DE TRANSPORTE
LAVADO Y DESINFECCION DE MATERIAL RECICLADO	45 MINUTOS	OPERARIOS DE LA EMPRESA	1 OPERARIO	MAQUINARIA DE DESINFECCION
TRITURACION DE MATERIAL SELECCIONADO Y DESINFECTADO	75 MINUTOS	OPERARIO DE MAQUINARIA TRITURADORA	1 OPERARIO	MAQUINA TRITURADORA DE PLASTICO
FUNDICION DE MATERIAL TRITURADO	30 MINUTOS	OPERARIO ESPECIALIZADO EN FUNDIR MATERIA PRIMA	1 OPERARIO	FUNDIDORA DE MATERIAL PLASTICO
ENTELAJE DE MATERIAL FUNDIDO	15 MINUTOS	OPERARIOS PARA EXTENDER LA TELA FUNDIDA	2 OPERARIOS	FUNDIDORA DE MATERIAL PLASTICO
CORTE PARA CHAQUETAS SEGÚN TALLAJE	60 MINUTOS	OPERARIO DE LA EMPRESA	1 OPERARIO	MAQUINA DE CORTE
DISEÑO Y CONFECCION DE CHAQUETAS	90 MINUTOS	OPERARIOS DE LA EMPRESA	2 OPERARIOS	FILETEADORAS Y MAQUINAS DE COSER
PROCESO DE FINAL CONTROL DE CALIDAD	10 MINUTOS	OPERARIO DE LA EMPRESA	1 OPERARIO	NO SE REQUIERE

TOTAL	395 MINUTOS		11 OPERARIOS	
-------	-------------	--	-----------------	--

FICHA TECNICA DEL PRODUCTO

A. NOMBRE DEL PRODUCTO (Defina el nombre tecnico del producto)

CHAQUETAS CON PROODUCTO RECICLABLES

B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE

CHAQUETA PARA HOMBRE Pplatico recuperado, pigmento de colores, hilo plastico de alta resistencia, cremallera un 1,10 cm y velcro 1,10 cm

C. PRESENTACIONES COMERCIALES

Las chaquetas tienen presentacion de estilos deportivos y juveniles con estampados o logos empresariales con tallas S, M ,L , XL

D. TIPO DE ENVASE

E. MATERIAL DE ENVASE

BOLSAS DE PAPEL Las chaquetas son empacadas en bolsas de papel con el lema de comolia de conservar el meedio ambiente-

F. CONDICIONES DE CONSERVACION

nuestro producto requiere que sea conservado en lugares ambiente.

G. TIPO DE TRATAMIENTO (PROCESO DE ELABORACION)

el peroceso de nuestro productos es la recolecion de material plastico como botellas y empaques los cuales pasar por un proceso de limpieza y desifeccion especializado, seleccion de material que puede ser recuperado, tratamiento de fundicion de este plastico para dar tamaño de tela de plastico con un calibre y resistencia solicitada para el producto, postriormente corte del material deacuerdo con el tallaje de nuestro producto a producir

H. VIDA UTIL ESTIMADA

La vida utili del producto es 4 a 5 años

I. PORCION RECOMENDADA

J. PERFIL DE QUIEN INTERVIENE EN EL PROCESO

INGENIERO INDUSTRIAL con experiencia en el proceso mateterial reciclale con un contrato prestacion de ser

PERSONAL sin expericia para la recoleccion de material reciclado

OPERARIO PARA MAQUINARIA para proceso de fundicion de material plastico contrato indefinido

K. GRUPO POBLACIONAL

Esta dirigido para todo la personas que trabajen expuestos al medio ambiente y sector medico

Firma del responsable del producto:

Nombre del Responsable del producto

CHAQUETAS CON MATERIAL RECUPERADO

Firma:

CONCLUSIONES:

Este trabajo se realizo para obtener mas conocimiento sobre la creación de una empresa en cuanto a los procesos y técnicas de estudio valorativo para obtener un resultado favorable en establecer un plan de negocio sin importar el producto o servicio ofrecido.

EL producto que la compañía determino ofrecer fue teniendo en cuenta la conservación del medio ambiente en la recolección de productos plásticos, pero hay muchas maneras de aprovechar otros productos como el cartón y metálicos que en futuro serán incluidos en la compañía