

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR CUN

DISEÑOS ANGELUZ



Lisset Dayana Castillo Peralta

Adrian Fabricio Garcia Cifuentes

Jose Luis Herrera Lozano

Docente

Maritza Arias Hernández

Creación de Empresas I

Grupo: 667

Bogotá/ Ibagué

COMPROMISOS DEL AUTOR

Nosotros, Lisset Dayana Castillo Peralta identificada con C.C 1192801653 estudiante del programa Administración Turística y Hotelera, Adrian Fabricio Garcia Cifuentes identificado con C.C 1005912717 estudiante del programa Administración de Negocios Internacionales y Jose Luis Herrera Lozano identificado con C.C 1005752844 estudiante del programa Administración de Negocios Internacionales, declaramos que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas

Corrección Primera Entrega

SEMANA 2: ANALIZAR EL SECTOR

- Plantee como mínimo tres problemas, retos, oportunidades, o necesidades que percibe en el entorno en el que se desenvuelve. (Puede ser a nivel social, económico, político o ambiental).

1. En el ámbito Social vemos que las mujeres están pasando por la necesidad de “versen bien”. En la actualidad vemos que el físico importa cada vez más, tanto así que los medios de comunicación están promoviendo la estética; por lo tanto, nosotros como empresa brindamos la oportunidad de que las mujeres puedan lucir seguras y atractivas diseñando calzado a gusto del cliente y adaptando a su necesidad.

2. En la actualidad con el caso de la Pandemia vimos que la gente no se podía desplazar a sitios para comprar sus productos de calzado, por lo que nosotros decidimos adaptarnos al marketing digital y de esta manera hemos logrado expandir nuestras ventas a diferentes lugares de Colombia.

3. Una problemática que se vive actual es que Colombia al abrir las puertas a negocios internacionales empezó a afectar el sector del calzado porque empezaron a llegar productos chinos de muy mala calidad a precios muy económicos, no obstante, nosotros como empresa nos tuvimos que adaptar y de esta manera logramos conseguir la materia prima del exterior y reducir los costos finales del producto.

- Enuncie de manera resumida a cuál (es) de los objetivos de desarrollo sostenible se puede relacionar el problema, reto, necesidad u oportunidad previamente identificados, o que aplica a su idea de negocio.

Respuesta: Nosotros como empresa nos enfocamos en dos objetivos principales el primero es la “Producción y Consumo Responsable” esto para garantizar las pautas de consumo y de producción sostenibles. El segundo es la “Vida de Ecosistemas Terrestres” esto mediante la protección, restauración y promoción de la utilización sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionando de manera sostenible los bosques, combatiendo la desertificación y deteniendo y revertiendo la degradación de la tierra, y frenando la pérdida de diversidad biológica.

- Describa brevemente como desde la teoría del valor compartido, se podría abordar el problema, necesidad, reto u oportunidad pensado o que aplica a su idea de negocio.

Respuesta: La Teoría del Valor Compartido nos habla de renovar procesos y actividades de negocios teniendo en cuenta el entorno social en el que se desempeña, por lo que nosotros como empresa decidimos reforzar nuestros objetivos empresariales mediante impactos sociales, esto lo logramos a través de la conciencia ecológica y el consumo responsable que son pilares a la hora de distribuir nuestros productos. Por otro lado, creamos empoderamiento a las mujeres que no se sienten satisfechas con sus pies generándoles por medio de nuestro calzado seguridad, belleza y elegancia, gracias a esto cada vez más mujeres harán parte de nuestra familia de chicas en contra de los estereotipos sociales.

SEMANA 3: IDENTIFICA LA OPORTUNIDAD

ARBOL DE PROBLEMAS



ARBOL DE OBJETIVOS

Dar a conocer nuestro producto de forma eficaz donde el cliente se sienta a gusto con nuestro trabajo.

Dar un buen servicio en el área de producción donde los diseños sean exclusivos y de alta calidad.

Ser una marca reconocida a nivel nacional e internacional generando a nuestro publico objetivo atracción por la marca.

Lanzar nuestra marca al medio de marketing digital para que las personas se enteren de nuestro trabajo y todos los diseños que ofrecemos.

Utilizar herramientas publicitarias en redes sociales para alcanzar a más consumidores.

Criterio	Problema 1	Problema 2	Problema 3
	Acceso a nuestros productos en unidad desde ciudades lejanas a nuestro lugar de ubicación	Mala calidad del producto terminado a causa de materias primas importadas.	Retraso en el tiempo de llegada del producto por parte de la compañía de envíos.
Conocimiento o experiencia	5	5	1
Asesoramiento de un experto (si se requiere, ¿lo tenemos?)	5	5	4
Alcance (técnico ¿Tenemos las herramientas), ¿Podemos desplazarnos para evaluar el problema?, ¿Tenemos acceso a información/datos/cifras, ¿Puedo darle alguna solución?)	5	4	1
Tiempo (posible solución)	3	2	2
Costos (posible solución)	4	3	3
Impacto ¿es trascendental? ¿representa un desafío para ustedes?	5	4	1
¿Que tanto le llama la atención el desarrollo del problema?	5	5	5
TOTAL	32	28	17

Preguntas problema:

1. ¿Como lograr que la marca sea reconocida a nivel nacional?

Respuesta: Utilizando las redes sociales como canal de acceso a nuestra mercancía, con esto, las personas puedan ver que diseños vendemos y en donde estamos ubicados.

2. ¿Por qué las ventas no se ven reflejadas?

Respuesta: Por falta de reconocimiento de la marca.

3. ¿Por qué no hay un mejoramiento en la terminación del producto?

Respuesta: Por falta de desarrollo tecnológico de la empresa ya que toca estar revisando e ir renovando la maquinaria.

4. ¿Por qué los precios cada vez aumentan?

Respuesta: Por la demanda de los productos, por el mejoramiento en la calidad del producto terminado y por el mayor reconocimiento de la marca ya que cada vez se van implementando nuevos diseños y por el tipo de diseño que busque el cliente.

SEMANA 4: CREA UNA IDEA DE NEGOCIO

Lluvia de Ideas

- El servicio que buscamos ofrecer y poner en marcha en el mercado es un calzado innovador para dama, producto de calidad que se enfoca en el consumo femenino.

Centrándonos en la comodidad y variedad en nuestra mercancía.

- Como clientela potencial, el negocio busca que nuestros clientes objetivo sean las mujeres porque abordamos y entendemos sobre las necesidades de las mujeres respecto a su comodidad y preferencias al comprar calzado, tanto en un entorno laboral como para una finalidad casual o deportiva, nuestro calzado proporciona una gran comodidad y confort así mismo como una gran variedad para los distintos gustos que tiene la mujer colombiana promedio de una edad entre 18 a 50 años, acoplándonos a las tendencias de moda.

- Teniendo en cuenta que hay más empresas en competencia con nosotros a nivel local, que estas empresas manejan calzado importado de distintas ciudades y que manejan distintas sedes y conociendo la cantidad de clientela que abordan diariamente, nuestra empresa se enfoca en emprender creando la necesidad a nuestros posibles clientes a futuro para que estos busquen en nuestra empresa la satisfacción y la innovación que desean encontrar al buscar diversidad en un nuevo lugar.

- El valor añadido de nuestro producto, siguiendo esta línea yo opino atinar que nuestros diseños van muy enfocados a la comodidad sin perder el estilo en los zapatos elegantes para la vida laboral de la mujer colombiana/Ibaguereña, Nuestro valor añadido es un diseño cómodo pero elegante a la vez.

- Por medio de las redes sociales de mayor uso en Colombia las cuales son Facebook e Instagram, consolidar la empresa creando perfiles donde exponga a través de fotografías y piezas gráficas, la variedad de nuestro producto, así mismo poder generar una relación más cercana con nuestros clientes y expandir nuestro campo de mercado, por medio de la herramienta Facebook Business Suite se logra un mejor manejo de las redes sociales y se facilita la recolección de estadísticas que permitan conocer mas a nuestros clientes, aplicando igualmente promociones a nuestras publicaciones, expandimos el alcance publico y por medio de campañas que generen más interacción logramos una mejor fidelización del cliente.

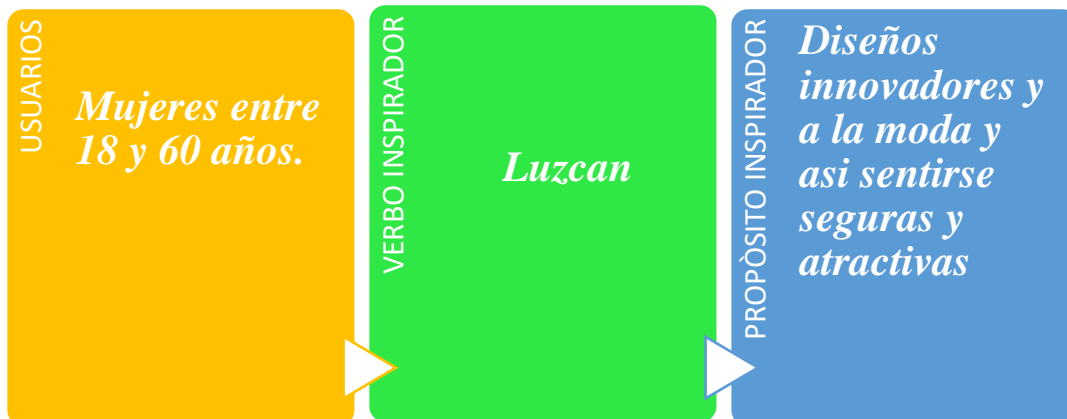
	A		B		C
Total de afirmaciones valoradas en 1:	0	X	1	=	0
Total de afirmaciones valoradas en 2:	0	X	2	=	0
Total de afirmaciones valoradas en 3:	0	X	3	=	0
Total de afirmaciones valoradas en 4:	2	X	4	=	8
Total de afirmaciones valoradas en 5:	2	x	5	=	10
			PUNTAJE		18
			TOTAL:		

¿Cuál es el producto o servicio?	Calzado para dama.
¿Quién es el cliente potencial?	Mujeres entre 18 y 60 años.
¿Cuál es la necesidad?	Para que las mujeres estén o busquen la moda de hoy en día, ya que nuestro objetivo en Ibagué es lograr que ellas consigan en nuestro calzado comodidad, estilo, innovación y diversidad.
¿Cómo funciona el producto o servicio?	Nuestra empresa, busca por medio del diseño, fabricación y producción de calzado crear un producto de calidad que logre gran alcance en el mercado, enfocándose en el consumo femenino. La función principal de nuestro producto se basa en satisfacer del todo a nuestras clientas, brindarles gran comodidad, estilo, variación, pero, sobre todo, la conformidad total de nuestro producto hacia el cliente.
¿Por qué lo preferirían?	Porque manejamos productos innovadores realizados con la mejor materia prima del mercado, enfocándonos en el gusto y la necesidad de cada mujer; por otro lado, hay que reconocer que nuestros diseños son creados por manos y mentes colombianas con experiencia de más de 20 años en el mercado de la marroquinería.

¿Cómo podemos...



Para que los...



Segunda entrega

Fuerzas de La Industria

Contextualización de la Empresa

Diseño Angeluz

Somos una microempresa dedicada a la fabricación de todo tipo de calzado para dama en un rango de edades entre los 18 a 60 años, nuestros diseños son realizados conforme a las tendencias, la temporada y al gusto de nuestras clientas, por lo tanto, son diseños acoplados a la ocasión.

Análisis de Demanda

El personal y la maquinaria que se maneja es nuestra empresa es de total eficacia ya que conocen bien de su trabajo, aparte de esto manejamos productos de mejor calidad para que nuestro trabajo sea perfecto y se acomode con lo que el cliente anhela.

Nuestra empresa es de alta competitividad ya que existe muchos negocios de esta clase, pero sin embargo nosotros manejamos variedad de precios y diseños que son acorde a lo que el cliente desea además somos reconocidos nacional e internacionalmente.

Somo una microempresa ya que contamos con maquinarias y personal requerido para la elaboración de nuestro calzado para obtener una mejor producción.

¿Cómo es la personalidad de mis usuarios?

Respuesta: La personalidad de nuestros usuarios varían de acuerdo con la edad, el estilo de vida y la cultura de cada persona.

¿Como se comportan?

Respuesta: Llevamos a cabo todos los requerimientos que se deben cumplir en la empresa, también manejamos productos de buena calidad.

¿Cuáles son sus tipos de creencias?

Respuesta: Queremos que nuestros diseños sean totalmente innovadores y que nuestros clientes se sientan a gusto por nuestro trabajo ya que los precios que manejamos son de total economía.

¿Cuál es el tamaño del mercado?

Respuesta: Empezamos por una microempresa mientras vamos creciendo cada vez mas por la calidad de trabajo que estamos dando a ofrecer a nuestros clientes.

Análisis de Oferta

Nombre del competidor	Producto	Precio	Servicio (ventajas competitivas)	Ubicación
Luz Mila Lopez	-Zapatos -Bolsos -Accesorios	Desde \$130.000 en adelante	-Envíos -Garantía y devoluciones -Dar regalos	En todo Colombia
Prestigio Shoes	-Zapatos -Bolsos -Cinturones	Desde \$150.000 en adelante	-Envíos	En todo Colombia
Zavatty	-Zapatos -Accesorios	Desde \$80.000 en adelante	-Promociones -Tipos de Pago -Garantía -Reembolsos -Envíos	En todo Colombia

Análisis de la Comercialización y de los Proveedores

-Precio: Teniendo en cuenta que tipo de material se utilice como cuero, tela, hilos, plantillas, suela, cordones o plástico.

-Localización Geográfica: En todo Colombia.

-Experiencia: En máquinas de costura y fabricación.

-Posibilidad de Alianzas: Con otros negocios de boutique que manejen línea de calzado o quieran implementarla.

-Conocimiento de Mercado: Tenemos una experiencia en el mercado hace aproximadamente 15 años gracias a la ayuda y perfeccionamiento de profesionales en el tema, por otro lado, no podemos olvidar los consejos y sugerencias de nuestras clientas.

-Cumplimiento Legal: Tenemos en cuenta que debemos tener un registro en la Cámara de Comercio de Colombia y en la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN).

Diseño del Producto

FICHA TECNICA DEL PRODUCTO / SERVICIO	
A. Nombre del producto o servicio.	Calzado para Dama
B. Composición del producto (materias primas) /líneas de servicio o portafolio.	- Cuero o material sintético, forro, pegante amarillo, pegante blanco, solución, herrajes, hebillas, suela, odena, lambrilla, yute (la materia prima de la composición del calzado varía según el estilo).
C. Normas de calidad.	Revisión en la terminación del producto (costura, limpieza, pegado), y en la calidad de las materias primas adquiridas.
D. Presentaciones comerciales (litro, kilo, ml) /combos, paquetes especiales.	Catalogo.
E. Tipo de empaque o embalaje (diseño, tamaño, material) /canal de información.	Bolsa o cajas.
F. Material de empaque/publicidad, brochure.	Plástico, papel y cartón.

<p>G. Condiciones de conservación.</p>	<p>El manejo del pegante de acuerdo con el clima para que sea duradero el pegue y el buen empaquetado para que el zapato no valla a sufrir daños durante el envío.</p>
<p>H. Vida útil estimada / garantía.</p>	<p>Dependiendo el material de composición del calzado, cuando es cuero el zapato tiende a durar un aproximado entre 4 a 5 años dándole un buen uso, por otro lado, si su composición es en material sintético puede durar un aproximado entre un año o año y medio dándole un buen uso.</p>
<p>I. Porción recomendada, servicios adicionales/recomendaciones por tipo de cliente.</p>	<p>Garantía, servicio posventa y envíos.</p>
<p>ELABORÓ</p>	<p>Diseños Angeluz</p>
<p>REVISÓ</p>	<p>Diseños Angeluz</p>
<p>APROBÓ</p>	<p>Diseños Angeluz</p>

Ciclo de Vida del Producto


Como empresa podemos identificar que nos encontramos en la fase de introducción del ciclo de vida del producto, por lo tanto, sabemos que nuestra capacidad de comercialización es baja, gracias a que estamos en el proceso de reconocimiento de la marca, el costo de la publicidad es elevado y la remuneración en ventas es escasa.

Segmentación del mercado.

1. Describa 15 bondades de su producto (bien o servicio) que proporciona.

Respuesta: Nuestro producto tiene varios tipos de cualidades o bondades, por ejemplo nuestra empresa se centra mucho en la innovación, la variedad de edades en calzado, variedad de tipo de calzado, manejamos una muy buena calidad de materia prima, se maneja la opción de dejar que el cliente pueda enseñar un diseño hecho por el mismo y poder realizar el tipo de calzado que el cliente desea, se maneja una muy amplia garantía hacia cualquier calzado que el cliente obtenga, nuestro producto tiene una larga durabilidad, ofrecemos promociones de todo tipo de clases y para todo el público femenino de diferentes edades, pero manejando nuestro rango de edades(18 a 60), fácil obtención de nuestro producto en el aspecto económico, variabilidad en nuestros precios para todo tipo de calzado y edades.

2.

	<p>El miedo de nuestro cliente es que nuestro producto tenga deficiencias y no llene sus expectativas totalmente, la frustración es que se sientan estafados con nuestro producto, y la ansiedad es desear adquirir el producto en el menor tiempo posible.</p>	<p>Nuestro cliente desea obtener nuestro producto y que este lo deje totalmente satisfecho, también necesita que adquirir nuestro producto para así poder saber si este producto es el que está buscando para su necesidad.</p>
<p>En la variable demográfica encontramos como público objetivo a mujeres en un rango de edad entre los 18 y 60 años, esta población maneja diferentes ocupaciones, distintas clases de educación y por supuesto ingresos según el estilo de vida de ella. Por otro lado, podemos ver que nuestro público objetivo reside en diferentes municipios y departamentos de Colombia.</p>	<p>Se trata de suplir una necesidad la cual es la del cliente y para esto se lleva a cabo nuestro producto y se desea obtener el mayor visto bueno de las clientas para así poder expandir nuestro producto, es importante para ellos ya que tratamos de agregar un nuevo producto innovador y bien visto al mercado.</p>	<p>Las metas las alcanzan siendo eficaces y eficientes en la venta de nuestro producto teniendo en cuenta la competencia, a pesar de que existen barreras para nuestro negocio, como la competencia, el pedido o las críticas de los clientes, y los altos precios del mercado y proveedores para adquirir nuestra materia prima.</p>

<p>¿Frasas que mejor describen sus experiencias?</p>	<p>1. Por mucho tiempo busqué seguridad para mis pies y gracias a la innovación, calidad y excelentes estilos de Diseños Angeluz encontré el calzado perfecto para hacerme sentir empoderada.</p> <p>2. La excelente atención al usuario me hizo encontrar la fidelización no solo de una empresa, si no de la familia Diseños Angeluz.</p>
<p>¿Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta?</p>	<p>Teniendo en cuenta la vida de nuestras clientas existen dos variables importantes a resaltar, una de ellas es la segmentación psicográfica que nos habla del estilo de vida y la personalidad de nuestra consumidora por otro lado encontramos la variable conductual la cual nos habla de la frecuencia de uso y la situación de lealtad de nuestras clientas hacia la marca.</p>

3. Describa lo siguiente:

A. ¿En dónde se encuentran personas similares a su cliente ideal?

Respuesta: Estas personas se pueden ubicar fácilmente ya que a la mayoría de las personas del género femenino les gusta o tienen alguna necesidad de adquirir un producto que sea innovador, de buena calidad, y que sea un producto a la moda, por eso nuestro producto influye en toda clase de, edad, gustos, variedad, y población femenina, por lo tanto, estas personas se encuentran en todas partes ya que la mayoría le gusta adquirir producto para su presentación personal.

B. ¿Qué valores destacan a su cliente ideal?

Respuesta:

-Respeto

-Honestidad

-Responsabilidad

-Libertad

-Franqueza

-Paciencia

-Prudencia

C. ¿Qué encuentra en el entorno de su cliente durante la semana? Con entorno, nos referimos a cómo y con quienes se relaciona durante una semana normal.

Respuesta:

Nuestro cliente durante su semana pasa por cualquier tipo de entorno, ya sea un entorno bueno o malo, se dice bueno o malo porque se relaciona con personas que a su vez pueden hacer tener un mal día o un buen día, el género femenino se relaciona más en ambiente de trabajo y este es un espacio en el cual se maneja personas que pese a cualquier circunstancia siempre va a haber un apoyo por medio de este entorno.

D. ¿Cuáles cree que sean las necesidades más urgentes que presenta su cliente ideal?

Respuesta:

Para nosotros las necesidades más urgentes de nuestros clientes al momento de adquirir nuestro producto es obtener un buen producto para así sentirse cómodo, a la moda, pero sobre todo satisfecho, en si nuestro cliente obtiene nuestro producto por una necesidad las cuales pueden ser gusto, cambiar de producto por que el anterior se deterioró fácilmente, pero en lo que nosotros nos basamos mucho es en tratar de crearle la necesidad al cliente, por ejemplo la moda, si el cliente tiene un producto que ya está pasado de moda, y nosotros sacamos al mercado un producto que sea exclusivo a la moda al cliente le va a llamar la atención y por esta razón tendrá un motivo de muchos para adquirirlo.

4. Tome las bondades descritas en el numeral 1 y explique cómo se ajustan a su cliente ideal descrito en el numeral dos, teniendo muy en cuenta sus anotaciones del numeral 3.

Respuesta: La calidad, la innovación y los buenos diseños son el complemento perfecto para una clienta que está buscando seguridad, belleza y empoderamiento, por lo tanto, nuestros objetivos y bondades los tenemos día a día en cuenta desde el momento en el que damos una atención hasta la entrega oportuna de nuestro producto final.

Necesidades del Cliente

1. Tome nota de los otros actores del mercado que ofrecen cosas similares a su producto.

Respuesta: El mercado en el que nos manejamos se caracteriza por tener gran cantidad de competencia basándose en factores como la marca, el precio y los servicios adicionales que se generan desde el momento de dar la atención al usuario, por lo tanto, vemos entre ellos autores como Luz Mila Lopez, Prestigio, Zara y Calzado Bucaramanga los cuales participan de forma similar en la línea de productos que manejamos.

2. ¿Cuál es la población total de personas o negocios que potencialmente podrían comprar su producto o productos similares al suyo?

Respuesta: El número total de personas que pueden llegar a adquirir nuestro producto o servicio es prácticamente la mayoría de población femenina, ya que la mayoría del género femenino le gusta adquirir productos para su belleza, para sentirse seguras de producto que adquirieron, pero sobre todo que llene las expectativas que ellas estaban buscando.

3. Cuantas personas o negocios necesariamente deben suplir su necesidad con un producto igual, similar o sustituto a suyo.

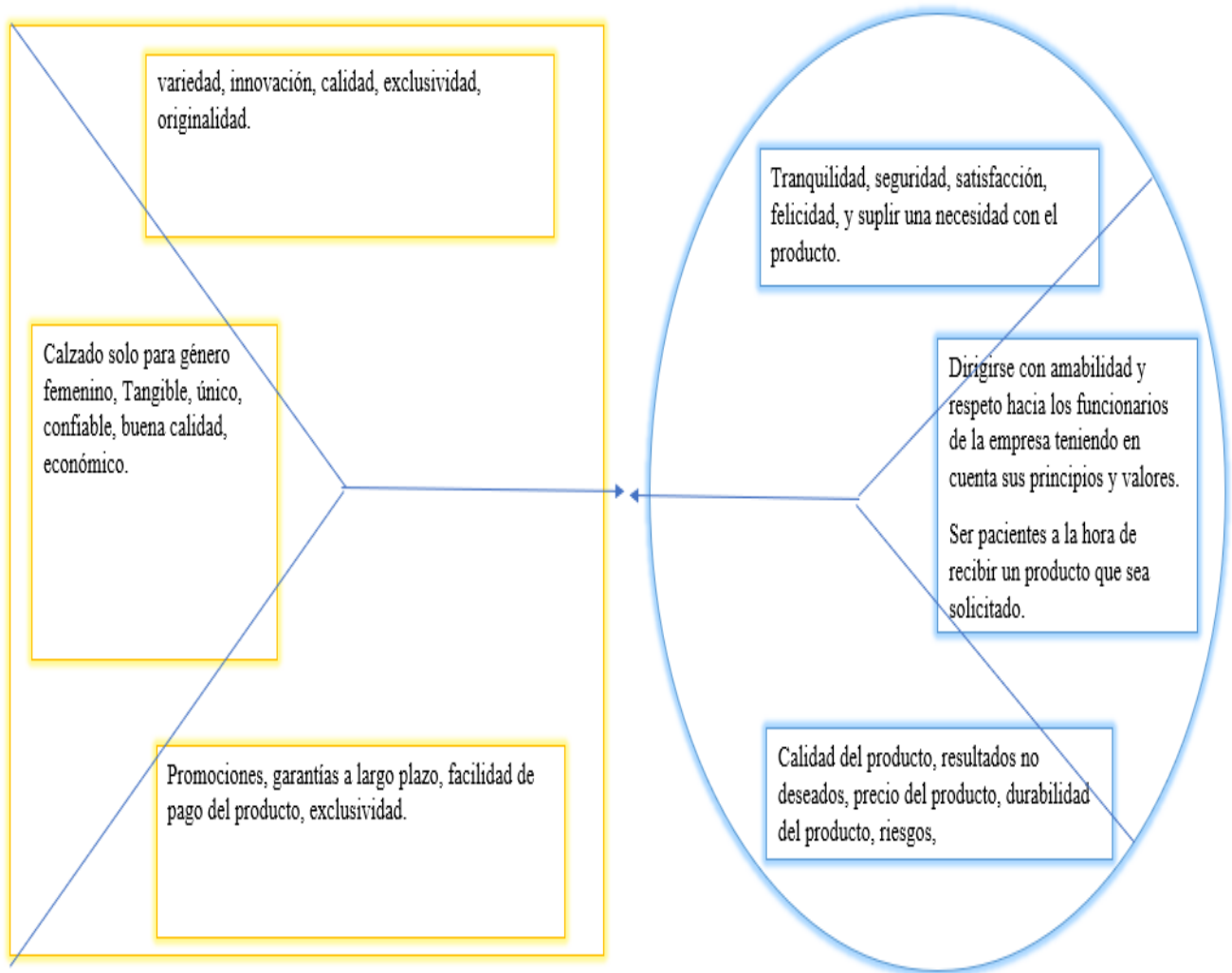
Respuesta: Actualmente en la gran parte de la población femenina se encuentra la necesidad de calzarse, no obstante, junto a esta se ve inmersa una cantidad extensa de gustos y deseos según la persona, por lo tanto, como empresa buscamos suplir el conjunto de deseos que se generan a partir de la necesidad primaria.

4. Cuantas personas o negocios presentan alto potencial de adquirir su producto.

Respuesta: Nuestro público objetivo en el que nos direccionamos es las mujeres entre 18 a 60 años, por lo tanto, esa población de mujeres puede adquirir nuestro producto, en el caso de los negocios, son los que manejen líneas de calzado para dama en el que nosotros nos enfocamos a desarrollar nuestros estilos.

5. Cuantas personas o negocios definitivamente suplirían sus necesidades con su producto.

Respuesta: Teniendo en cuenta que manejamos un rango de edad de 18 a 60 años, en toda la población femenina esta la necesidad de adquirir la línea de productos que nosotros ofrecemos.



PRECIO DE VENTA

COSTOS DE PRODUCCIÓN		
+	Costo unitario de materiales	\$25.000
+	Costo unitario mano de obra	\$5.000
+	Costo unitario de CIF (Costos indirectos de la fabricación)	\$2.200
=	COSTO TOTAL UNITARIO	\$32.200

Calculo Precio de Venta (PV), a partir del Costo total Unitario:

$$\text{PV} = \frac{\text{Costo total unitario}}{1 - \% \text{ de Utilidad}} = \frac{32.200}{1 - 0,30} = \text{PV} = \$46.000$$

SEMANA 10

CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO

Nuestro producto está fabricado con materiales en cuero, materia prima importada y mano de obra especializada con más de 15 años de experiencia. Nuestro calzado cuenta con diferentes variables en cuanto al color, la altura, el modelo, talla y adecuaciones especiales según el consumidor. Por otro lado, brindamos servicio al cliente especializado para atender casos singulares y servicios postventa.

CARACTERISTICAS DEL PROTOTIPO

El proceso de la realización del producto inicia con la adquisición de materias primas por parte de nuestros proveedores, luego pasan a cortarse los materiales según el diseño para después proseguir con el proceso de guarnición, este consiste en armar los cortes y realizar la costura correspondiente. El paso para seguir es el proceso de soladura, en el cual se monta el corte del zapato en una horma según la talla necesaria, luego se procede a hacer el pegado de la suela, esto a base de calor y finalmente se procede a la sección de terminación, en el que la persona encargada examina detalles mínimos del zapato para hacer la corrección y garantizar una buena calidad.

INTERACCIÓN DEL CLIENTE CON EL PROTOTIPO

El consumidor logrará la interacción con el producto desde el momento en que ve la publicidad hasta la adquisición de este. Cuando el deseo de compra se genera en el cliente se activa la acción de interrogar por temas como la disponibilidad, el color, el precio, etc. Por lo tanto, como empresa tratamos de cubrir el conjunto de preguntas generadas por el cliente para crear convencimiento y seguridad, y finalmente culminar con la acción de adquisición por parte del consumidor.

EVIDENCIA DE PROTOTIPO



Semana 11: Modelo Running Lean de la empresa: Diseños Angeluz.

<p>Problema</p> <p>Imperfecciones en el producto.</p> <p>Demora en los envíos.</p> <p>Poco reconocimiento de la marca.</p> <p>Alternativas existentes</p> <p>Negocios de zapatería para dama.</p>	<p>Solución</p> <p>Servicio postventa.</p> <p>Alta calidad en terminaciones del producto.</p> <p>Garantía en temas de fabricación.</p>	<p>Propuesta de Valor única</p> <p>Brindar diseños únicos y a la moda para que la cliente se sienta cómoda y tranquila a la hora de usarlos teniendo muy buenos precios asequibles.</p>	<p>Ventaja especial</p> <p>La disciplina, la innovación y la unicidad son nuestras bases como diseñadores y distribuidores.</p>	<p>Segmento de clientes</p> <p>Mujeres de 18 a 60 años.</p> <p>Mujeres que buscan moda, comodidad y economía.</p> <p>Mujeres con personalidad y estilo de vida comunes.</p>
	<p>Métricas Clave</p> <p>Adquisición de productos.</p> <p>fidelización de clientes.</p> <p>Consecución.</p>		<p>Canales</p> <p>Marketing Digital.</p> <p>Publicidad.</p> <p>Tienda en físico.</p>	
<p>Estructura de costos</p> <p>Costos Fijos: Pago de servicios, pago de arriendo, pago del personal.</p> <p>Costos Variables: Adquisición de materias primas, costo de transporte y costo de envíos.</p>		<p>Flujos de ingresos.</p> <p>Nuestra obtención de ingresos se dará a partir de la cantidad de ventas dependiendo de la segmentación demográfica y teniendo en cuenta que serán ingresos variables.</p>		

Semana 12: Validación de Idea Negocio.

1. Defina el objetivo de la investigación.

Objetivo de investigación: Lograr satisfacer las necesidades específicas de nuestros clientes brindando calidad y cumplimiento, haciendo que el producto alcance los requerimientos y deseos del cliente cuando sea adquirido y utilizado.

Objetivos específicos:

- 1.* Abordar el campo específico de grado de cobertura que tenemos en el mercado, los precios de cada producto disponibles y por hacer, los procesos de producción, la eficiencia y el rendimiento de la microempresa y los empleados.
- 2.* Para lograr el cumplimiento de los objetivos se buscará organizar una lluvia de ideas, frente a esto miraremos que recursos tenemos disponibles y cuales nos faltan reunir para lograr las ideas anteriormente propuestas midiendo el posible éxito de las propuestas, enfocándonos en nuestras ventajas y desventajas en el mercadeo y reconociendo nuestros fuertes.
- 3.* Para lograr alcance buscamos crear una comunidad, donde nuestros clientes tengan opinión, interés y sean escuchados por nosotros por los diferentes medios propuestos para lograr una comunicación asertiva. También buscamos ofrecer un valor agregado a nuestros productos y así mismo buscar líderes de opinión con el que podamos dar a conocer nuestro producto y que a futuro se logren convertir en nuestros portavoces.

2. Determine el tipo de Investigación a realizar (cualitativo y cuantitativo)

:

Entrevista de grupo focal:

Cualitativa

Se elige la entrevista de grupo focal debido a que allí se puede llevar a cabo una discusión en grupo, donde, entre los participantes tenemos aspectos comunes y podemos expresar nuestras ideas y tener variedad de opiniones frente a un mismo tema eje, de esta manera, haciendo uso de éste antes, durante y después del proyecto propuesto para así obtener la percepción y creencias que se pueden presentar en el grupo frente a determinados problemas o servicios, o de alguna característica relevante que se quiera abordar desde el punto de vista de los objetivos de la investigación.

Cuantitativo:

Encuesta

Realizamos una encuesta como proceso de investigación cuantitativo - estadístico con el fin de obtener información específica sobre los gustos, preferencias y deseos de los clientes objetivo y de esta manera conocerlos mejor (qué buscan, dónde lo buscan encontrar, por qué y cuando lo quieren) para así llegar de manera más directa a él con nuestro producto, también nos sirve para mirar a la competencia, al mercado y a nuestra propia empresa. No obstante, el uso de la encuesta también nos podrá ayudar a evitar fracasos y generar alertas frente a nuestro proyecto actual y su desarrollo a futuro.

3. Diseña el Formulario de encuesta, entrevista o focus grupal

Anexo capturas de la encuesta creada previamente.

ENCUESTA CALZADO PARA DAMA

Somos un grupo de estudiantes de la universidad Corporación Unificada Nacional (CUN). Creamos una microempresa de calzado para dama llamada DISEÑOS ANGELUZ que consiste en el diseño, creación, producción y venta de calzado para dama en busca de que nuestros clientes consigan en nuestro calzado comodidad, estilo, innovación y diversidad. El objetivo de nuestra encuesta es obtener información que alimente las ideas a largo plazo sobre nuestro proyecto, para que nuestra empresa, por medio del análisis de poblacional y la información brindada por ustedes en cuestión al mejoramiento y conocimiento del producto, pueda nutrirse y formar un proyecto sólido y sostenible por y para nuestros clientes.

***Obligatorio**

Edad *

Tu respuesta _____

Ocupación *

Tu respuesta _____

¿Es importante para usted adquirir calzado frecuentemente? *

- Sí
- No
- Tal vez

¿Usted estaría dispuesto a adquirir nuestro producto? *

- Sí
- No
- Tal vez

¿Por cuál medio le gustaría contactarse con nosotros? *

- Página web empresarial
- Redes sociales
- Teléfono
- Correo
- Personalmente
- Otro: _____

¿Cree usted que este accesorio es necesario en su día a día? *

- Sí
- No
- Tal vez

Link: <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfnl1bA4t2gBoM7e0Mq3yUz-0AeNDdt8yC-a8c3zf7Pr48WFQ/viewform>

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este producto? *

- \$80.000 a \$90.000
- \$90.000 a \$100.000
- \$100.000 a \$200.000
- El monto mínimo propuesto se excede de su presupuesto
- Para usted el precio no es un problema

¿Recomendaría usted a sus conocidos este producto si cumple con sus expectativas? *

- Sí
- No
- Tal vez

¿Conoce usted algún otro emprendimiento similar a este? *

- Sí
- No
- Tal vez

¿Qué es lo primero en que se fija al momento de adquirir calzado? *

- Comodidad
- Precio
- Diseño
- Marca
- Calidad
- Ninguna de las anteriores
- Todas las anteriores
- Otro: _____

1. Bibliografía: Determine el Tamaño de la muestra.

Muestreo por cuotas:

Elegimos este tipo de muestreo ya que podemos formar una muestra que involucre a individuos que representen una población y que sean elegidos de acuerdo a ciertos rasgos y/o cualidades. Por ej.: 25 individuos entre 18 a 60 años, de sexo femenino y residentes de la ciudad de Ibagué.

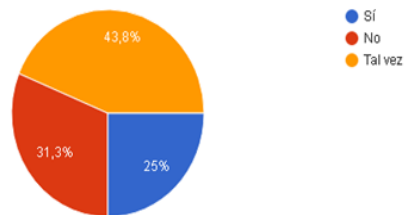
Teniendo en cuenta estas cuotas estipuladas podremos buscar realizar un análisis comparativo de mercado y saber cómo estas personas utilizan un producto específico y qué importancia tienen para ellos (en este caso es el calzado) de acuerdo a los diferentes rasgos de edad propuestos, sus antecedentes socioeconómicos y el sexo (calzado exclusivamente para dama).

ACTIVIDAD SEMANA 14

Análisis de datos según la pregunta:

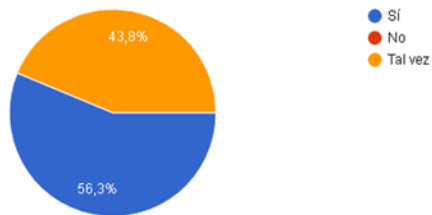
¿Es importante para usted adquirir calzado frecuentemente?

16 respuestas



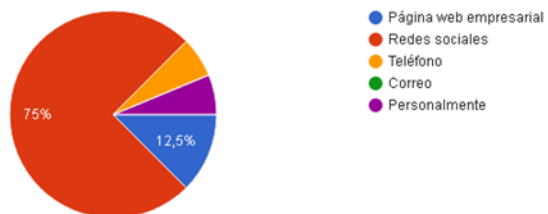
¿Usted estaría dispuesto a adquirir nuestro producto?

16 respuestas



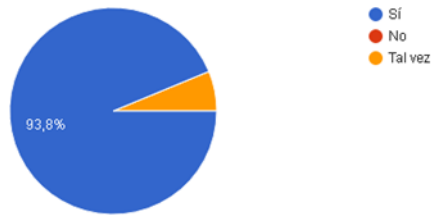
¿Por cuál medio le gustaría contactarse con nosotros?

16 respuestas



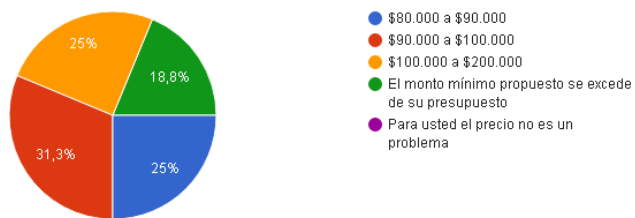
¿Cree usted que este accesorio es necesario en su día a día?

16 respuestas



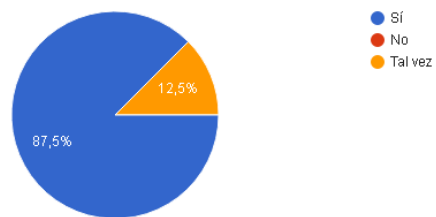
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este producto?

16 respuestas



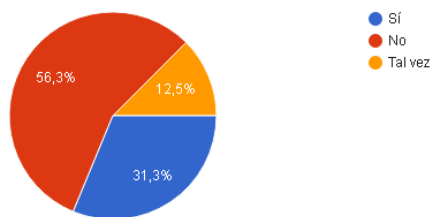
¿Recomendaría usted a sus conocidos este producto si cumple con sus expectativas?

16 respuestas



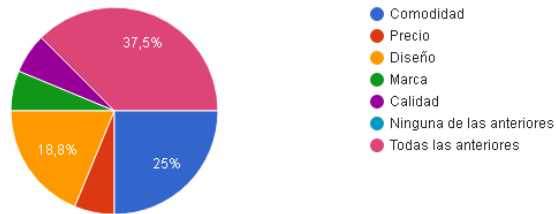
¿Conoce usted algún otro emprendimiento similar a este?

16 respuestas



¿Qué es lo primero en que se fija al momento de adquirir calzado?

16 respuestas



CONCLUSIONES

A partir de nuestra encuesta pudimos concluir que ciertamente el producto que vinimos trabajando es de carácter necesario gracias al diseño, calidad y el buen servicio a nuestras clientes.

BIBLIOGRAFIA:

-<http://luzmilalopez.com/home/tienda/zapatos/> (Luz Mila Lopez)

-<https://es-la.facebook.com/somosprestigio/> (Prestigio Shoes)

-<https://www.zavatty.com/> (Zavatty)

**-[https://www.discapnet.es/areas-tematicas/innovacion-y-empleo/fomento-del-
empleo/emprendedores/la-idea-de-negocio-plan-
de#:~:text=La%20idea%20de%20negocio%20es,que%20tengamos%20%C3%A9xito%20
o%20no](https://www.discapnet.es/areas-tematicas/innovacion-y-empleo/fomento-del-empleo/emprendedores/la-idea-de-negocio-plan-de#:~:text=La%20idea%20de%20negocio%20es,que%20tengamos%20%C3%A9xito%20o%20no)**