



Estampados CreaSion

Danna Valery Vargas Herrera y William Andrés Penagos Suarez

Facebook: <https://www.facebook.com/EstampadosCreaSion/>

Instagram: <https://www.instagram.com/p/CDI02-ZIP2Z/?igshid=12tk53qdnix5r>

Creación de empresas 1, Corporación Unificada Nacional de Educación Superior.

50101 modelos de Innovación

Maritza Arias Hernández

20 de septiembre de 2020

Contenido

COMPROMISOS DEL AUTOR	5
INTRODUCCIÓN	6
OBJETIVO GENERAL	7
OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	7
RESUMEN EJECUTIVO	8
CLAVES DEL ÉXITO	9
1. Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio.	10
1.1 Objetivo de desarrollo sostenible.	12
1.2 Teoría del valor compartido.	13
1.3 Tecnologías disruptivas.	13
1.4 Análisis del sector económico.....	13
2. Identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad.	19
2.1 Árbol de problemas y objetivos	22
3. Descripción de la idea de negocio.....	23
4. Innovación.....	25
5. Fuerzas de la industria.....	29
5.1 Contextualización de la empresa.....	29
5.2 Análisis de la demanda.....	29
5.3 Análisis de la oferta.....	33

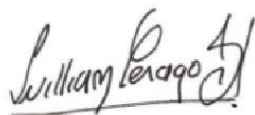
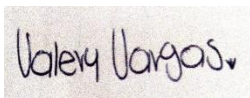
5.4 Análisis de la comercialización.....	33
5.5 Análisis de los proveedores.....	34
6. Segmenta el Mercado.....	35
6.1 Bondades.....	35
6.2 Ejercicio Buyer.....	36
7. Propuesta de valor.....	39
7.1 Perfil del cliente.....	39
7.2 Mapa de valor.....	41
7.3 Productos y servicios.....	42
8. Diseño del producto.....	42
8.1 Ficha Técnica.....	42
8.2 Ciclo de Vida.....	47
9. Precio de venta.....	53
10. Prototipo.....	53
11. Modelo Running Lean.....	55
12. Validación de ideas de negocio.....	57
12.1 Defina el objetivo de la investigación.....	57
12.2 Diseño del formulario de la encuesta.....	57
12.3 Tamaño de la muestra.....	59
13. Tabulación y análisis de la información.....	59

14. Lecciones aprendidas y recomendaciones.....	62
15. Bibliografías.....	63

COMPROMISOS DEL AUTOR

Yo William Andrés Penagos Suarez, identificado con C.C. 80.798.630 del programa de diseño gráfico y Danna Valery Vargas Herrera, identificada con C.C. 1.110.564.693 del programa de Contaduría Pública. Declaro que: El contenido del presente documento es un reflejo de nuestro trabajo grupal, personal y manifestamos que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, somos 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.

Firmas:



INTRODUCCIÓN

Basados en el gusto por las diferentes técnicas que se emplean para estampar camisetas, viendo la innovación de última generación, llamada “Realidad Aumentada”, se desea analizar y ver la viabilidad de combinar lo tecnológico con lo real para cumplir con el objetivo de Creación de empresa, analizando estas técnicas, creemos que podemos hacer un gran emprendimiento y con la ayuda de este curso convertirlo en un producto o un servicio de éxito.

OBJETIVO GENERAL

El objetivo general es tener clara una idea de negocio y a través de los pasos que nos brinda la asignatura creación de empresas, aplicarlos y llevar esta idea a convertirse en un negocio rentable y de éxito.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Aplicar el conocimiento dado por la asignatura a nuestro producto.
- Poder realizar el producto y que no quede solo en ideas.
- Convertir el producto en un gran generador de ingresos.

RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto es una idea que sobre sale y la escogemos resaltando varias cualidades a favor que predomina una lluvia de ideas pareciendo apta para la asignatura de creación de empresa, citada por la universidad o Corporación Unificada Nacional De Educación Superior, la idea es poder evaluar y llevar este emprendimiento a cabo con la ayuda de los temas que aportan riquezas que nos brinda la asignatura.

A través de esto investigaremos y daremos forma al proyecto, conociendo cada una de las técnicas, evaluando los procesos necesarios, conociendo cada uno de sus requerimientos y con el conocimiento adquirido, saber si es el producto o servicio es indicado para formar como empresa.

Exploraremos los temas que es la serigrafía, que es la sublimación, que es transfer, que es vinilo textil, insumos y equipos necesarios para estas técnicas, preparación previa a los estampados, proceso de estampación, preparación después del estampado y también el tema de que es la realidad aumentada, combinar la realidad aumentada con los estampados, cuáles son las aplicaciones y como se programa para realizar el proceso de combinación.

CLAVES DEL ÉXITO

Creemos que son claves para poder alcanzar el éxito.

1. Tener un objetivo claro y definir lo que queremos.
2. Debemos adquirir compromiso para alcanzar el objetivo propuesto.
3. Actitud para superar obstáculos.
4. Persistencia y perseverancia.
5. Auto disciplina.

1. Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio.

El objetivo principal es la creación de empresa de estampados de camisetas la cual se utilizan diferentes técnicas a través de mensajes positivos para concientizar, promover cultura ciudadana y al cuidado de nuestro medio ambiente.

Los diferentes tipos de técnicas que se emplearan son:

Serigrafía.

Sublimación.

Vinilo textil.

Transfer.

Tampografía.



Problemas a plantear con enfoque en Bogotá:

Desabastecimiento de agua.



Mal manejo de las basuras.



Inconciencia del ser humano en cuanto a su ciudad.



A través de las camisetas del estampado el objetivo es concientizar y llevar un mensaje positivo que ayude a minimizar impacto negativo que generamos en el medio ambiente.

1.1 Objetivo de desarrollo sostenible.

- **Objetivo 3 SALUD Y BIENESTAR.** Garantizar una vida saludable y promover el bienestar para todos y todas en todas las edades.
- **Objetivo 6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO.** Garantizar la disponibilidad y la gestión sostenible del agua y el saneamiento para todos.
- **Objetivo 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO.** Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo, y el trabajo decente para todos.

1.2 Teoría del valor compartido.

El objetivo es crear un movimiento que a través de mensajes ayude a mitigar y prevenir los problemas mencionados en el punto 1.1. con la guía de mensajes que se puedan difundir en las redes sociales, volantes publicitarios estampados en camisetas y que este sirva como sistema de comunicación y medio de expresión de cultura visual con el objetivo crear esa necesidad de cuidar y salvar el medio ambiente.

1.3 Tecnologías disruptivas.

Nuestra técnica de estampados podría ser considerada como tecnología disruptiva, ya que empleamos la realidad virtual y llevamos nuestro producto a que no sea un estampado físico, sino que sea un estampado sistematizado y digital.

1.4 Análisis del sector económico.

Análisis político: Anónimo (2020). En Colombia se generan cerca de 12 millones de toneladas de basura al año, de las cuales se recicla en promedio un 17%. **Solo en Bogotá se producen 6.300 toneladas de basura al día y solo se reaprovechan entre el 14% y 15%**, según el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible.

- Localidad donde esté ubicada.

- Capital que la conforma.
- Los socios
- Tamaño de la empresa.

Los requisitos son:

- Estatutos de la compañía.
- Pre-Rut.
- Todos los libros, accionistas, actas de la empresa y los libros contables.
- Registro único proponentes.
- Registro de información tributaria.

Económico:



El comercio de prendas de vestir crece a razón de 4,86% (Fenalco, 2017) al finalizar el 2016.

Aunque fue una cifra menor que la registrada en 2019 o 2020, se espera mejoría para el siguiente año por el crecimiento del consumo interno.

Comportamiento Camisetas Algodón y Fibras Sintéticas en Bogotá

La producción de camisetas esta agrupada en dos grandes tipos: las camisetas de tejido de algodón y las camisetas de tejido de fibras artificiales o sintéticas (Poliéster, por ejemplo). El primer caso es un sector casi 7 veces más grande que el segundo, pero su comportamiento muestra ambivalencia y susceptibilidad de importaciones y costos de fabricación. Con una producción de 396 mil millones para el año 2010, el país muestra una reducción año a año con leves picos de producción al finalizar el año de camisetas en algodón (ESTACIONALIDAD). A diferencia, el sector de camisetas de fibras sintéticas viene creciendo desde el 2017 pasando de 51 mil millones a 72 mil millones en 2017. En tan solo 4 años se duplico la producción.

Las camisetas de fibras artificiales o sintéticas crecieron en producción, mientras que las de algodón han mostrado un comportamiento estable con variaciones impredecibles. Estos dos tipos de camisetas, evidencian crecimientos. Mientras las fibras de algodón son un fenómeno estable y grande, las camisetas en fibras sintéticas es un mercado 7 veces más pequeño, pero crece más rápidamente. Se utilizará fibras sintéticas de poliéster 70% y algodón 30%.

Social:

Se hace en base a 2 tipos de mercados: el localizado en las tiendas en la localidad de Bosa ya mencionadas, y la cuantificación potencial de toda Bogotá, para el caso de las camisetas que se vendan por internet. Teniendo eso en cuenta, para el año 2017, el segmento meta de las tiendas es de aproximadamente 5.000 personas, es decir, un 0,06% de la población bogotana. Eso, aclarando que solo el 1,7% de la población bogotana habita en la localidad de Bosa; y que de esta población el 47% están en los estratos 1, 2 y 3. Así mismo, asumiendo que, tanto en Bogotá, como en la localidad de Bosa, generalmente el 10% de la población total, es masculina entre 14-24 años. Adicionalmente, el segmento potencial de Bogotá, para las ventas en toda la ciudad por medio de Internet es de 380.000 personas, es decir, un 4,77% de toda la población capitalina. Estas cantidades se tienen en cuenta para todos aquellos que están en estrato 1, 2 y 3, que son hombres y que tienen entre 14 y 24 años.

El grupo etario con mayor concentración de población se encuentra en el rango de los 15 a los 19 años, donde la mayor densidad de población es masculina. Obsérvese, además, que, en la población inferior a 24 años, la mayoría pertenece al género masculino.

Tecnológico:

Estampados con realidad Aumentada es un recurso tecnológico que ofrece experiencias interactivas al usuario a partir de la combinación entre la dimensión virtual y la física, con la utilización de dispositivos digitales.

Las empresas están cada vez más conscientes de la importancia que la tecnología representa en la vida de las personas y, por esa razón, muchas están buscando nuevas alternativas para llamar la atención de su audiencia mediante procesos de transformación digital.

En este contexto, la Realidad Aumentada puede ser de gran ayuda, una vez que, además de ser extremadamente eficiente, abre infinitas posibilidades en comparación con otras tecnologías.

La versatilidad de este recurso permite implementarlo en diferentes ocasiones, con la finalidad de alcanzar distintos objetivos.

En otras palabras, los estampados con realidad aumentada, se muestran al usuario usando la interfaz del ambiente real con el apoyo de la tecnología. Este recurso viene revolucionando el estampado tradicional, de este modo podemos afirmar que la realidad aumentada se caracteriza por:

- combinar el mundo real y el virtual.
- ofrecer una interacción en tiempo real.
- adaptarse al entorno en que se insiere.
- interactuar con todas las capacidades físicas del entorno (en tres dimensiones).

Ecológico:

¿Por qué un estampado natural? Porque el estampado textil convencional resulta peligroso para el medio ambiente, trabajadores y consumidores finales.

En efecto el estampado convencional se compone de un adhesivo y un pigmento que forman la pasta de estampado. Ambos compuestos tinte y adhesivo no son confiables.

La pasta convencional para estampado más usada es el Plastisol, compuesto a base de PVC, el segundo plástico más usado y el más perjudicial para el medio ambiente, a la que se le agrega un pigmento de acuerdo al color deseado.

En general los pigmentos para estampado son de baja calidad y peligrosos para la salud, en especial los rojos y verdes.

Proponemos un estampado con adhesivo y tinte natural. Nuestra pasta de estampado está compuesta de un soporte 100% natural y concentrados de tintes naturales, en sí se realiza un intenso y definido teñido de la tela, asegurando el enlace del color y la fibra con ayuda de una fuente de calor medio.

Finalmente, las prendas son lavadas para retirar el exceso y el producto final es un estampado sin relieve y suave al tacto.

- **Leyes:**

Ley 23 de 1982:

Artículo 1º.- Los autores de obras literarias, científicas y artísticas gozarán de protección para sus obras en la forma prescrita por la presente Ley y, en cuanto fuere compatible con ella, por el derecho común. También protege esta Ley a los intérpretes o ejecutantes, a los productores de programas y a los organismos de radiodifusión, en sus derechos conexos a los del autor.

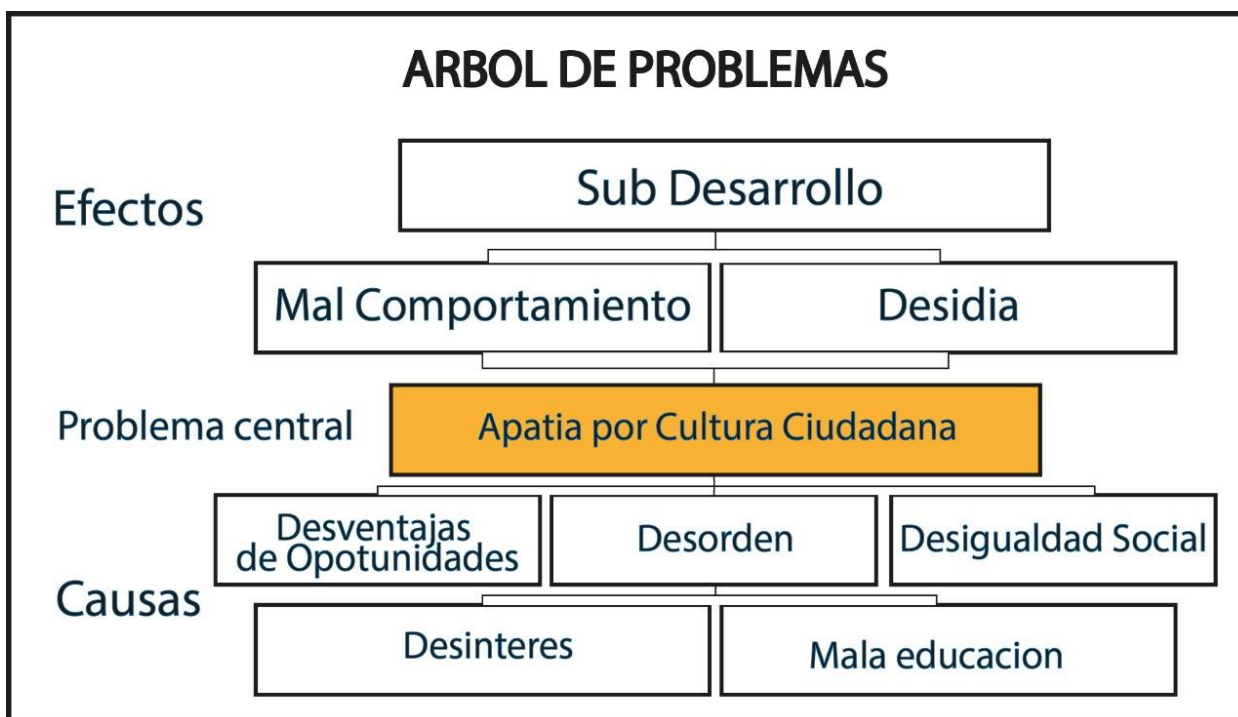
2. Identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad.

DESABASTECIMIENTO DE AGUA PROBLEMA 1

MAL MANEJO DE BASURAS PROBLEMA 2

FALTA DE CULTURA CIUDADANA 3

Criterio	Problema 1	Problema 2	Problema 3
	Conocimiento o experiencia	2	3
Asesoramiento de un experto (si se requiere, ¿lo tenemos?)	1	5	3
Alcance (técnico ¿tenemos las herramientas?, ¿Podemos desplazarnos para evaluar el problema?, ¿tenemos acceso a información/datos/cifras, ¿puedo darle alguna solución?)	1	4	3
Tiempo (posible solución)	1	3	2
Costos (posible solución)	1	1	1
Impacto ¿es trascendental? ¿Representa un desafío para ustedes?	5	3	5
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	5	4	5
TOTAL	16	23	24



PROBLEMA CENTRAL: Apatía por la cultura ciudadana.

PREGUNTA PROBLEMA: ¿Como podemos fomentar la cultura ciudadana a través de mensajes positivos por medio de redes sociales, volantes publicitarios y nuestros estampados en la ciudad de Bogotá? A continuación, adjuntamos la justificación del porque nuestra ciudad necesita esta clase de mensajes.

Concejo de Bogotá (2020). Nos estamos enfrentando a un relleno que ha demostrado sus falencias, con incapacidad para cubrir la demanda de la capital y un pésimo manejo, que está causando daños a los vecinos del sector y con inversiones que no están dando resultados tangibles. Con **592** hectáreas lleva 30 años en funcionamiento siendo uno de los depósitos de basuras más grandes del mundo.

Martin, E (2020). En Bogotá se desperdicia el 36% de agua, según estadísticas de DPN
Los factores institucionales también han afectado en el desperdicio hídrico que llega hasta un 21.6%.

El tiempo (2020). Definitivamente uno de los grandes problemas que tiene nuestra ciudad y que si se le pone atención podría ayudar en la solución de serias dificultades que tenemos, es la falta de cultura ciudadana.

2.1 Árbol de problemas y objetivos





3. Descripción de la idea de negocio

Con nuestro problema identificado aplicamos la técnica de ideación, tomando en cuenta la **LLUVIA DE IDEAS** salió la idea de vender afiches y de crear una fundación.

Después de haber evaluado varios campos de acción, llegamos al acuerdo de hacer estampados con realidad aumentada, ya que combina la tecnología y la innovación que son objetivos principales para la creación de empresa a través de ellos poder plasmar los mensajes que queremos.

Realizamos la autoevaluación de nuestra idea de negocio con el siguiente cuadro.

INTERÉS / DISPOSICIÓN AFIRMACIONES	ESCALA DE VALORACIÓN				
	(F)				(V)
- La Idea de Negocio que tengo se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer.					5
- No me incomodaría decir a otros que me dedico a esta actividad.					5
- Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio.					5
- Considero que en seis (6) meses puedo tener el negocio funcionando.					5
Nº TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN:					20

	A		B		C
Total de afirmaciones valoradas en 1:		x	1	=	
Total de afirmaciones valoradas en 2:		x	2	=	
Total de afirmaciones valoradas en 3:		x	3	=	
Total de afirmaciones valoradas en 4:		x	4	=	
Total de afirmaciones valoradas en 5:	4	x	5	=	20

PUNTAJE TOTAL 20

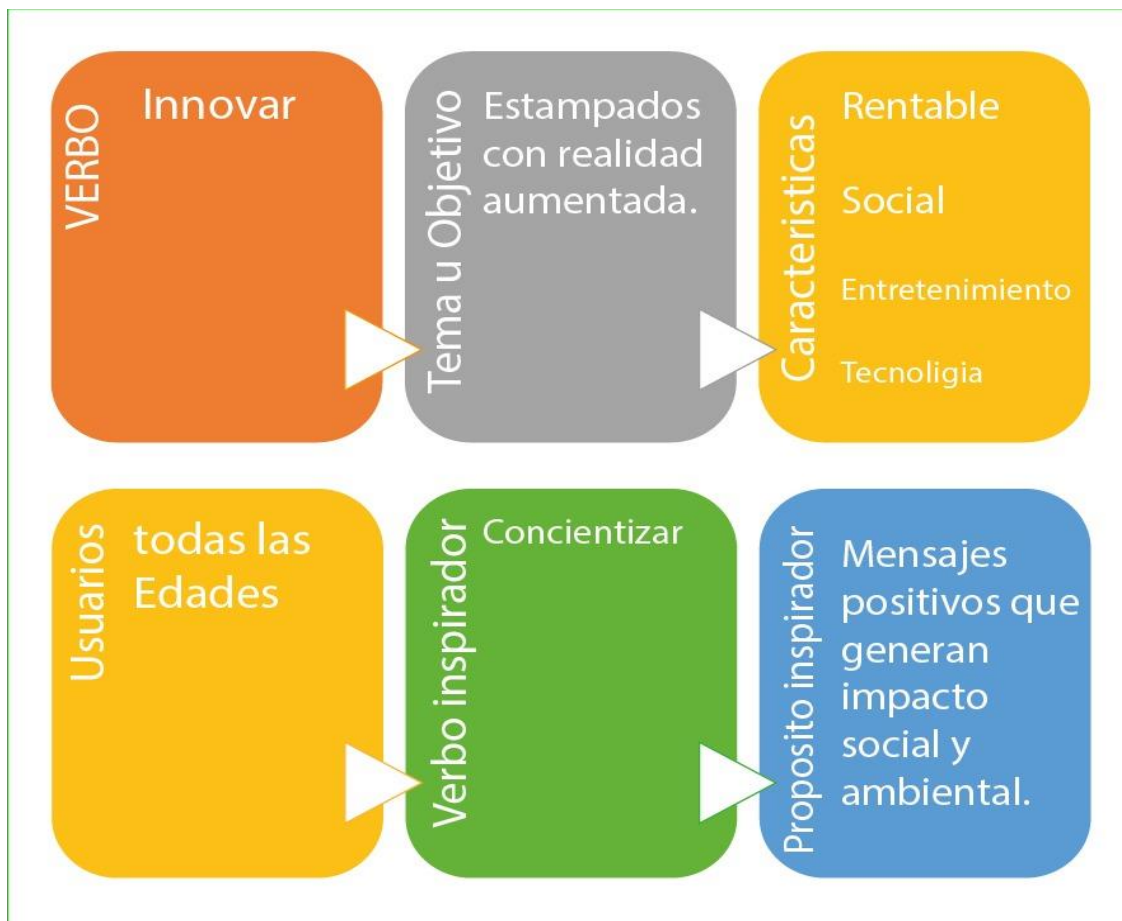
De acuerdo al puntaje es una idea de negocio que nos interesa y continuaremos elaborándola.

¿Cuál es el producto o servicio?	El Producto es un estampado combinado con el software de realidad aumentada en el que se utilizan diferentes técnicas tales como: Serigrafía. Sublimación. Vinilo textil. Transfer. Tampografía.
¿Cuál es el cliente potencial?	Compradores mayores de edad entre los 18 años y los 40 años.
¿Cuál es la necesidad?	Llevar ropa es algo que caracteriza a los seres humanos y dada igualmente la diversidad de ropas que ellos han llevado son sin duda varias las razones que hacen que se convierta en un artículo de primera necesidad, ahora bien, si la combinamos con el entretenimiento y la tecnología es una experiencia que se convierte en un producto muy atractivo y hace que las personas deseen utilizarlo.
¿Cómo funciona el producto o servicio?	El producto es un diseño estampado en cualquier clase de prenda, que combinado con la tecnología de realidad aumentada y la utilización de códigos QR y AR generan una percepción de vida o movimiento a cada diseño.
¿Por qué lo preferirían?	Debido a que es una innovación que genera un entretenimiento especial. Y que lo podemos aplicar en varias formas tal como.) Publicidad. Marketing. Ropa infantil. O simplemente personalización de productos.

4. Innovación

Revisamos la información del encuentro sincrónico nos inclinamos por la realidad aumentada y aplicarla a nuestro proyecto ya que es un tema nuevo de Innovación.

Describimos la idea de negocio estructurada en el siguiente cuadro.



NEGOCIO INICIAL: Estampados de camisetas con diferentes técnicas aplicando mensajes sociales, que puedan ser animados a través de un software con realidad aumentada.

A continuación, desarrollamos las 4 ALTERNATIVAS:

- Estampado de material publicitario (P.O.P).
- Estampados de ropa deportiva.
- Estampados de dotación empresarial.
- Estampados animalistas.

- Investigamos y documentamos otras empresas que brindan soluciones al mismo problema que queremos resolver.

Sublimados & Estampados SAS

tienen una experiencia de 5 años en el mercado. La empresa nace a partir del desarrollo de nuevas técnicas de estampación. Inicialmente se manejaron técnicas diversas en serigrafía tales como: PLASTISOL, FLOCK, ALTA DENSIDAD, PUFF, GLITTER, POLICROMIA, FOIL, entre otros. A través de los desarrollos a nivel de estampación que se presentaban en el país, la empresa adquirió el conocimiento de nuevas técnicas de estampación, las cuales poco a poco se fueron adhiriendo a la empresa de forma gradual. Actualmente la empresa cuenta con la maquinaria necesaria para satisfacer todo tipo de estampación sobre una alta variedad de elementos y materiales, con variedad en las técnicas más reconocidas del mercado: Impresión serigráfica, transfer sobre prendas oscuras y claras, vinilo textil y sublimación.

Visión: Sublimados & Estampados SAS será para el 2018 la principal empresa en servicio de estampación y sublimación en el país, a través de la implementación de nuevas tecnologías y tendencias que permiten desarrollar nuestro servicio con una excelente calidad y cumplimiento.

CATAR Estampados Metálicos.

Es una empresa que nació hace más de 12 años en el mercado por la creciente necesidad de innovar en diseños metálicos originales para puertas.

Cuenta con personal humano y altamente calificado para satisfacer oportunamente cada una de las necesidades de nuestros clientes, por lo que es reconocida por el cumplimiento en la producción de todos sus productos, en sus entregas y el envío de pedidos a nivel nacional.

Mundo Estampado.

es una empresa destacada en el ámbito de la confección, diseño y venta de productos textiles estampados. Desde nuestros inicios nos avocamos al estudio y desarrollo del negocio para ofrecer la mejor calidad y el mejor servicio a nuestros clientes que día a día confían en nosotros.

Tenga la confianza de elegirnos para desarrollar su producto, nuestra experiencia nos avala, y nuestros resultados nos confirman.

- Analizamos las 4 alternativas de nuestra idea de negocio y nos damos cuenta que sobre sale la que tiene que ver con la realidad aumentada, ya que ninguna de estas empresas elabora esta clase de estampados.
- Ya evaluado el tema nos damos cuenta que el producto de elaborar camisetas combinado con la técnica de realidad aumentada, es el más viable debido a que ninguna empresa aun elabora esta clase de producto.
- Basamos en la idea de estampados con realidad aumentada que su vez contenga mensajes que ayuden a concientizar a las personas en el ámbito social, cultural y ambiental.

Variable	Estampados con Realidad Aumentada
producto o servicio	hacer camisetas con realidad aumentada es perfectamente viable tanto en calidad como en costos. El fenómeno de las camisetas con realidad aumentada va a ser un Producto imparable debido que se esta tecnica es nueva y genera una gran expectativa y es un campo muy grande.
mercadeo	este es un producto que se presta para comercializar en redes sociales, en tiendas.
Proceso	Sin duda alguna su elaboracion es nueva, fresca, es una gran innovacion.

5. Fuerzas de la industria.

5.1 Contextualización de la empresa.

- Nombre de la empresa: Estampados CreaSion.
- Actividad económica **1410**: Elaboración de prendas de vestir, excepto prendas de piel.
- Tamaño: Microempresas.
- Ubicación: Calle 58 Bis # 10 – 32

5.2 Análisis de la demanda.

Encontramos que la personalidad de nuestros clientes, es un pensamiento juvenil dados a las nueva tendencia, tecnología e innovación. Cada uno con una personalidad única, pero queriendo decir de la mejor manera, todos queriendo marcar diferencia en el uso de sus prendas y queriendo siempre lo mejor.

Analizando las respuestas de nuestros clientes, y viendo diferentes tipos de vista, decidimos ampliar la venta de productos sustitutos tales como:

- ¿Le gustaría adquirir nuevos productos como Gorras, busos, llaveros, pocillos con el mismo objetivo?

Se realizaron unas encuestas a 50 personas entre las edades de 18 a 40 años, por medio de un formulario web, en la ciudad de Bogotá para determinar entre los clientes de camisetas, cuál era el precio sugerido en los diferentes tipos de diseños, opinión sobre materiales y con ello poder determinar el tamaño del nicho de mercado y poder identificar el poder negociador de los clientes.

Teniendo como referencia las siguientes preguntas:

- ¿Suele comprar camisetas a menudo?

Evaluamos a las personas en categorías de años y podemos deducir que de 18 a 25 años el 89% dicen que Si. 26 a 32 años el 75% dicen que Si. 32 a 40 el 25% dicen que Si.

- ¿Le gustaría tener una camiseta estampada con un estampado de realidad aumentada?

Evaluamos a las personas en categorías de años y podemos deducir que de 18 a 25 años el 98% dicen que Si. 26 a 32 años el 90% dicen que Si. 32 a 40 años el 75% dicen que Si.

- ¿Estaría dispuesto a invertir en una camiseta de estampados con realidad aumentada entre 25.000 y 30.000 pesos?

Evaluamos a las personas en categorías de años y podemos deducir que de 18 a 25 años el 98% dicen que Si. 26 a 32 años el 60% dicen que Si. 32 a 40 el 45% dicen que Si.

- ¿Cree usted que mi idea de negocio es atractiva?

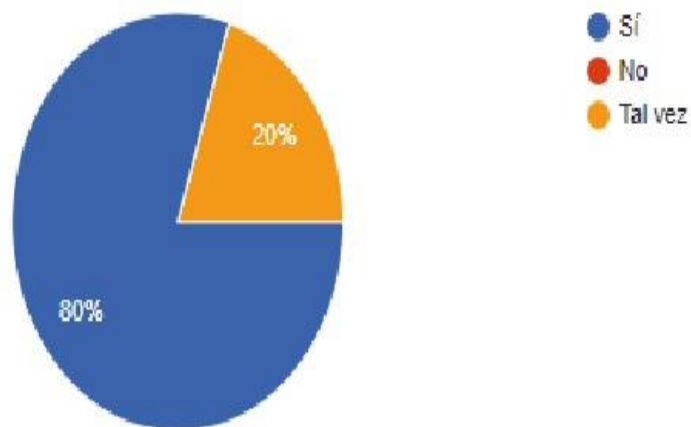
Evaluamos a las personas en categorías de años y podemos deducir que de 18 a 25 años el 98% dicen que Si. 26 a 32 años el 90% dicen que Si. 32 a 40 el 75% dicen que Si.

La Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD. Es el primer estudio de percepción ambiental y social que se realiza en esta universidad, una de las más grandes del país con cobertura nacional. Según los resultados se obtuvo información que en la ciudad de Bogotá donde las principales problemáticas ambientales y sociales identificadas fueron: contaminación del agua (39.6 %), contaminación del aire (23.5 %), mal manejo de residuos sólidos (18.9 %), pérdida de bosques por deforestación (8.6 %), degradación de suelos (5.1 %), contaminación de alimentos por agroquímicos (2.1 %), otras (1.2 %), disminución de especies vegetales y animales (0.7 %) y comercio ilegal de animales y plantas silvestres (0.2 %). El análisis de los resultados se centró en las primeras tres problemáticas, lo que permitió conocer los actores sociales relacionados con las

mismas, la escala geográfica en que éstas se manifiestan, el potencial de afectación sobre la salud humana y la existencia de documentación al respecto.

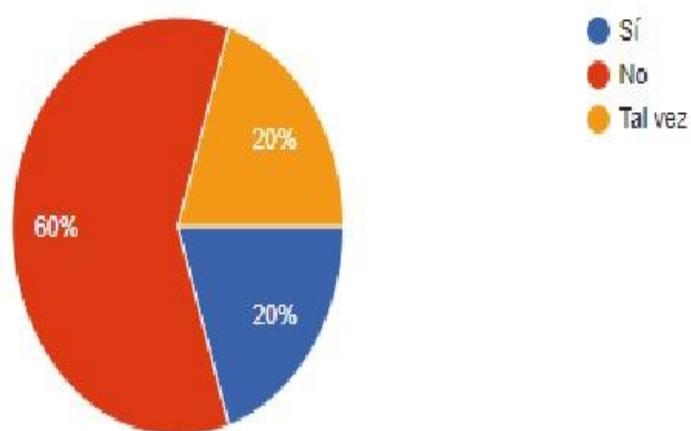
cree usted que mi idea de negocio es atractiva

63 respuestas



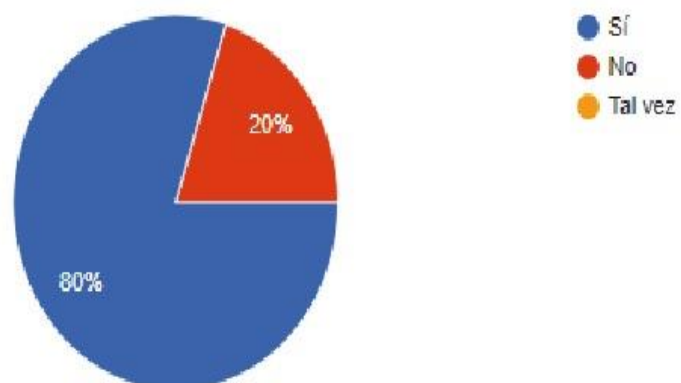
conoce usted a otras personas que hagan camisetas con estampados de realidad aumentada?

63 respuestas



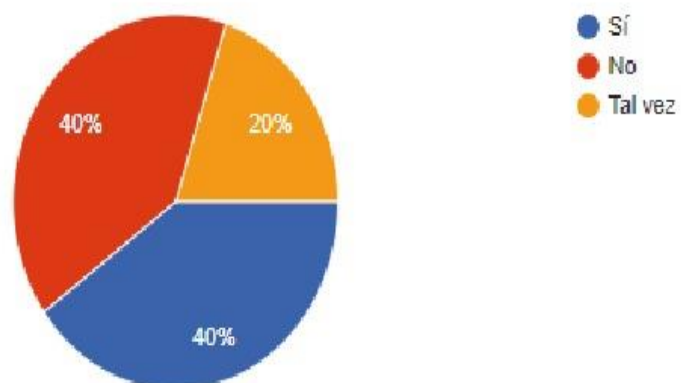
suele comprar camisetas a menudo ?

63 respuestas



le gustaría tener una camiseta estampada con realidad aumentada?

63 respuestas



5.3 Análisis de la oferta.

- En Bogotá hay un sin número de empresas dedicadas a trabajar estampados textiles, pero son pocas dedicadas a los estampados con realidad aumentada.

Nombre del competidor	Producto	Precio	Servicio (Ventaja competitiva)	Ubicación
Arte digital impresores	Camisetas con estampado	30.000	El domicilio en Bogotá es gratis	Calle 65 # 20- 34
Cristalida Studios	Camisetas con estampado realidad aumentada	35.000	Gran capacidad de producción	Calle 127 D # 52 - 24
Realidad aumentada arte y animación	Camisetas con estampado realidad aumentada	27.000	Bajos costos	Calle 50 28 - 25

5.4 Análisis de la comercialización.

El producto de nuestra competencia, es un producto de estampado simple, es común en todo lado el cual maneja, técnicas de serigrafía, sublimación, transfer, vinilo textil, igual que nosotros, el valor de nuestra competencia es similar entre ellos, nosotros damos un valor

agregado y es que manejamos el estampado convencional, combinado con la tecnología llamada realidad aumentada.

5.5 Análisis de los proveedores.

Los proveedores que necesitamos para llevar a cabo nuestro proyecto son:

- Sumiprint química y color S.A.S.

Dirección: Calle 6 A # 71 B – 04

Experiencia: Producen y comercializan suministros para la técnica de serigrafía.

Empresa proveedora de insumos para serigrafía (cintas, bastidores, racletas, mayas, disolventes, emulsiones y etc.)

- Mundocor S.A.S.

Dirección: Carrera 27 # 9 – 43 Local 139 A

Experiencia: Importación y comercialización de materiales e insumos para la técnica de Estampados con vinilo textil.

Empresa proveedora de camisetas, gorras, busos y todo lo relacionado con vinilo textil.

- Tinec S.A.S

Dirección: Av. Calle 68 # 72 - 32

Experiencia: Marca internacional con sede en Bogotá, la cual se dedica a la distribución de productos de sublimación.

Empresa proveedora de máquinas, cintas, papel de sublimación Y material P.O.P.

- Canales de distribución.

Dentro de nuestros canales de distribución que tenemos contemplado esta: Inter rapidísimo que es una cadena de distribución independiente el cual cobra una tarifa dentro de la ciudad de Bogotá de 6.000\$ por Kg.

También contemplamos el distribuir nuestra mercancía a través de un domiciliario independiente, el cual cobra la tarifa, según la ubicación.

6. Segmenta el Mercado.

Con el propósito de reducir nuestro grupo objetivo al que sea más viable y nos vamos a enfocar en la localidad de Chapinero, acercándonos a hombres y mujeres entre los 18 y 35 años que vivan, estudien o trabajen en esta localidad.

6.1 Bondades.

- ✓ Novedosos.
- ✓ Buen costo.
- ✓ Llamativo.
- ✓ Materiales de calidad.
- ✓ Buen acabado.
- ✓ Buenos diseños.
- ✓ Durabilidad.
- ✓ Resistente.
- ✓ Sirve para comunicar.
- ✓ Confiable.
- ✓ Fácil de recomendar.
- ✓ Fácil de usar.

- ✓ Accesible a todo el público.
- ✓ Artículo de primera necesidad.
- ✓ Versátil.

6.2 Ejercicio Buyer.

Inserta la foto de cliente	Describe los miedos, frustraciones y ansiedades.	Desea, necesita, anhela y sueña.
	Podemos encontrar que a esta edad hay pocos miedos y que las frustraciones son muy fáciles de superar, en cambio las ansiedades son muchas ya que son jóvenes.	desean en gran manera, experimentan, investigan y tienen una gran necesidad de vivir, anhelan cosas nuevas y que cada día los sorprenda, son grandes soñadores ya que eso les brinda su juventud
Demográficos y geográficos en este caso son personas de la ciudad de Bogotá.	Que están tratando de hacer y por qué es importante para ellos? los jóvenes quieren experimentar, probar e investigar ya que es su sentido de existencia es el sabor de la vida.	como alcanzan estas metas hoy? hay alguna barrera en su camino? En la actualidad es más fácil conseguir lo que se proponen debido a el apoyo gubernamental, la tecnología y las facilidades de adquisición.
Frases que mejor describen sus experiencias	Se pueden adquirir conocimientos y conciencia a lo largo de toda la vida, pero jamás en ninguna otra época de su existencia una persona volverá a tener la pureza y el desinterés con que, siendo joven, se enfrenta a la vida	
Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta?	Dentro de nuestra investigación es bueno contar con las ideologías, culturas, grupos de pertenencia, el estudio del carácter del temperamento que esta de moda o a la vanguardia.	

Después de hacer el ejercicio Buyer y analizando las características de nuestro cliente, encontramos que muy acorde a nuestro producto porque podemos ver por sus características ideológicas, culturales y sus grupos de pertenencia son muy a fin a lo que ofrecemos como producto.

Podemos encontrar que a través de estas características la segmentación la podemos definir en universidades, grupos sociales juveniles en redes sociales afiliadas y segmentadas en edades de 18 a 35 años.

A) Encontramos este tipo de personas en universidades, en grupos sociales (moters, barras, ciclistas, equipos de fútbol y porrismo) y clientes del común.

B) valores de nuestro cliente ideal.

- Rentabilidad.
- Diversidad.
- Fidelización.
- Libertad.
- Recomendación del producto.

C) El entorno de nuestros clientes son jóvenes universitarios, trabajadores que se desempeñan en cargos básicos, en sus tiempos de óseo pertenecen a grupos sociales.

D) Necesidades de mi cliente ideal.

- Entrega del producto con la calidad que se le ofrece a tiempo que supla las necesidades con la que necesita el producto.
- Que el producto cumpla sus expectativas.
- Nuestro cliente desea un producto novedoso.
- Un cliente siempre espera un bien costo.
- Nuestro cliente siempre busca llamar la atención por su edad.
- Espera que le aconsejemos buen material.
- Satisface tener una prenda bien elaborada.
- Los Clientes desean tener buenos diseños para su imagen.
- El cliente siempre busca productos duraderos y de calidad.
- Que, por más uso sepa que el producto tenga buena durabilidad.

- El cliente anhela expresarse a través de su diseño.
- Desea afianzarse con nuestros productos.
- A través de su buena experiencia con nuestra marca.
- No necesita manual de uso.
- Sirve para el cliente y personas que lo rodean (mamá, papá, abuelos, etc..).
- Es un producto necesario para vestir.
- Permite varias posibilidades.

En el mercado tomamos nota de los siguientes actores que ofrecen cosas similares a nuestro producto, dentro de los cuales encontramos varias empresas:

- T-SHIRT XPRESS

Dedicada a los estampados de camisetas personalizadas.

- LA GRAN STAMPA

Dedicada a la estampación de camisetas en algodón.

- TU CAMISETA.COM

Elabora camisetas con toda clase de estampados.

- CAMISETAS HIMNOARTE

Dedicada a la elaboración de camisetas en 3D.

La población total de personas 126.591, microempresas 17.809 y pequeñas empresas 895, mediana empresa 261 y gran empresa 163 en la localidad de Chapinero que pueden comprar nuestro producto.

Las empresas o negocios que puedan suplir sus necesidades con el producto, igual o similar, son todas aquellas que se dedican a la personalización, al entretenimiento o que quieren mostrar sus productos de una forma innovadora.

Podemos observar que el 28% de personas, el 17% de las micro empresas, el 10% las pequeñas empresas, el 8% medianas empresas y el 5% de grandes empresas presentan un alto potencial de adquirir nuestro producto.

Observamos que el 14% de las personas, el 8% de las micro empresas, pequeñas empresas 5%, el 4% las medianas empresas y el 3% las grandes empresas. Definitivamente podrían suplir sus necesidades con nuestro producto.

7. Propuesta de valor.

7.1 Perfil del cliente.

a) Trabajos del cliente

Funcionales: Dentro del perfil de nuestros clientes, identificamos que es un artículo de primera necesidad, la prenda de vestir llamada camiseta, por lo tanto, el nivel de adquisición

De nuestro producto puede ser alto.

Social: Debido a que nuestros clientes potenciales esta entre los 18 y 35 años, encontramos que siempre desean verse de la mejor manera, ya que frecuentan en universidades, trabajos y grupos sociales.

Emocional: Gallón (2015). Sentirse bien vestido, dar seguridad y satisfacción. (Pag 1)

b) Frustraciones del cliente.

Efectos secundarios: Hemos encontrado que nuestros clientes son inconformes con estampados de mala calidad, que pierden su color, su textura o simplemente se despegan de las camisetas.

Obstáculos: Nuestros clientes se retractan al comprar, debido a que no encuentran motivos, diseños, colores acordes a la necesidad, en muy pocos lados encuentran la personalización de productos.

Riesgos/Resultados no deseados: Uno de los más grandes es encontrar una camiseta de buena calidad, ya que se decoloran, se encogen o pierden su horma.

c) Alegrías del cliente.

Necesarias: Nuestro cliente anhela encontrar un producto que cumplan con características de buena calidad, buen diseño y ante todo un precio justo.

Esperada: Que el producto salga como se ofrece y que la entrega sea en el tiempo estipulado.

Deseada: Que su pedido independientemente de la cantidad o tamaño sea el primero que salga, que el costo este por debajo de los precios de la competencia, la calidad y la durabilidad este por encima de la competencia.

Nuestro compromiso es poder ofrecer un buen producto que cumpla con las expectativas y satisfacción de nuestros clientes, al fin de poder fidelizarlos con nuestra empresa y que no

tengan la posibilidad de contemplar otro proveedor y que sus calificaciones hacia nosotros sean las mejores.

7.2 Mapa de valor.

a) Aliviadores de frustraciones (Pain killers)

Dentro de nuestras características tenemos un producto de buen material, en el cual se pueda dar una buena garantía, alta calidad en confección y nuestros estampados son elaborados con materiales resistentes y duraderos. También manejamos exclusividad en los diseños y lo más importante la personalización de productos de estampados lo que el cliente desee, en el tamaño que desee, con los colores que desee, contando con 7 técnicas diferentes de estampados para satisfacción del cliente.

Contamos con el servicio de asesoría para nuestros clientes tales como; asesoría en cuanto a materiales textiles para sus camisetas, asesoría en técnica de estampado, asesoría en diseño, asesoría en costos y también contamos con el servicio de envíos nacionales.

Contamos con la aplicación de la realidad aumentada en los estampados de las prendas, utilizamos programas de diseños profesionales y tenemos a disposición las plataformas para medios de pago.

b) Creadores de alegrías.

La satisfacción de que nuestros clientes, sientan y palpen los materiales de buena calidad para así generar seguridad y confiabilidad.

El placer de ver que las prendas son duraderas.

Le damos la facilidad al cliente de plasmar sus ideas en un diseño, el cual le complazca en colores, tamaños y técnicas. Damos la facilidad de que el producto llegue a sus casas sin necesidad de salir de ella.

Todo el proceso se pueda manejar en las plataformas digitales, envío de información, propuestas de diseño y pagos.

7.3 Productos y servicios.

Tangibles: elaboración y confección de camisetas, elaboración de estampados en técnicas de serigrafía, sublimación, transfer, vinilo textil y tampografía.

Intangibles: Brindar una buena asesoría en cuanto a diseño, color, marca, materiales y tamaños el cual contamos con el servicio de envíos a nivel nacional.

Digitales: Combinamos la tecnología con lo físico utilizando aplicaciones de realidad aumentada, elaborando previamente los diseños en programas profesionales como; ilustrator, aura asma, foto shop y app de codificación de códigos RA y QR.

Declaración de la propuesta de valor.

Entretenimiento a través de la innovación.

8. Diseño del producto.

8.1 Ficha Técnica.

FICHA TECNICA DEL PRODUCTO/SERVICIO
<p>A. Nombre del producto o servicio</p> <p>Estampados Creasion</p>

B. Composición del producto (materias primas) /Líneas de servicio o portafolio.

Materias Primas.

Telas.

Poliéster 100% en 150 Gr.

Algodón 100% en 180 Gr.

Estampados.

Serigrafía.

Marcos en madera.

Ceda tipo malla.

Calibre 40' 60' 80' 100' 120'.

Raseros en madera y caucho.

Pintas Plastisol, Plastipuf, PVC, Alta densidad y Gliter.

Disolventes.

Tiner.

Sublimación.

Papel de sublimación.

Tinta de sublimación.

Transfer.

Papel transfer.

Tinta transfer.

Tampografía.

Tintas de tampografía.

Cliset.

Vinilo Textil.

Vinilo Termoadhesivo.

Cuchillas de corte.

Descartonadores.

Tela Teflón.

Líneas de Servicio o portafolio

Servicio de Producción.

Servicio de distribución

C. Normas de calidad.

Telas.

Pruebas de resistencia: consiste en evaluar las características de duración y resistencia textil.

Elongación y recuperación: es la capacidad de un tejido de recuperar sus propiedades elásticas después de habersele aplicado una carga constante. Se expresa como porcentaje de recuperación del tejido.

Solidez del color al lavado doméstico: el textil es sometido a varios procesos de lavado doméstico e industrial para determinar la solidez del color del material textil, esta prueba se determina bajo la norma técnica AATCC 61.

Estampados.

Serigrafía: Se hace una prueba estampando sobre una tela y se verifica el traspaso de Adecuado, nitidez de los bordes, definición del diseño correcta y secado

a la temperatura predeterminada y después de termofijada la prenda, se hace un lavado a mano y eso determina si el estampado está en óptimas condiciones.

Sublimación: la prueba de calidad se hace verificando que la tinta haya traspasado totalmente del papel a la prenda, que los bordes del estampado no estén decolorados, ni hayan sufrido exposiciones al calor y se hace un lavado a mano para verificar los colores

Transfer: Se verifica que el papel haya sido impreso en calidad alta y que las imágenes hayan quedado con excelente resolución. también se verifica que el pegado a la prenda quede bien adherido, que no quede con las puntas levantadas y se hace un lavado a mano para verificar los colores.

Tampografía: Se hace una prueba estampando sobre una tela y se verifica el traspaso de Adecuado, nitidez de los bordes, definición del diseño correcta y secado a la temperatura predeterminada y después de termofijada la prenda, se hace un lavado a mano, eso determina si el estampado está en óptimas condiciones y se hace un lavado a mano para verificar colores.

Vinilo Textil: Se verifica en la fase de descartonado que el diseño haya cortado adecuadamente y después de pegado el diseño, se verifica que ningún borde haya quedado despegado y se hace un lavado a mano para verificar colores.

D. Presentaciones comerciales (litro, kilo o ml) / combos, paquetes

especiales.

Camisetas tallas Infantiles: 2, 4, 6, 8,10,12,14, 16

<p>Camisetas hormas femeninas: XS, S, M, L, XL</p> <p>Camisetas hormas masculinas: XS, S, M, L, XL.</p>
<p>E. Tipo de empaque o embalaje (diseño, tamaño, material) / canal de información.</p> <p>Bolsa trasparente, resellable.</p>
<p>F. Material del empaque / publicidad, brochure.</p> <p>Polímero orgánico derivado del almidón de maíz y pegante adhesivo.</p>
<p>G. Condiciones de conservación.</p> <p>Bolsa resellable, que el producto permanezca a la sombra, que no se mantenga en muy altas temperaturas o a muy bajas temperaturas, no dejar en remojo, lavar a mano, no planchar los estampados, no usar cloro, ni blanqueador, no retorcer, centrifugado corto, lavar en colores por separado y no usar secador.</p>
<p>H. Vida útil estimada / garantía.</p> <p>Aproximadamente 50 lavadas</p>
<p>I. Porción recomendada, servicios adicionales / recomendaciones por tipo de cliente</p> <p>Se recomienda al cliente la calidad de tela y el tipo de estampado conforme a la necesidad.</p>
<p>ELABORÓ: William Andrés Penagos y Danna Valery Vargas</p>

REVISÓ: William Andrés Penagos y Danna Valery Vargas
APROBÓ: William Andrés Penagos y Danna Valery Vargas

8.2 Ciclo de Vida.

Crecimiento.

Ya que vemos que es una reciente innovación, catalogamos que nuestro proyecto está en la fase de crecimiento, debido a que, en este momento no se encuentra mucha competencia, pero si hay empresas investigando y queriendo aplicar el tema.

Definición de estrategia.

- Universidad del norte [UN] (2006). La ley marco en la que se suscribe la política estatal para la promoción de la creación de empresas en Colombia es la Ley 590 del 10 de julio de 2000, conocida como Ley MiPymes. Fue creada principalmente con el objeto de “Inducir el establecimiento de mejores condiciones del entorno institucional para la creación y operación de micro, pequeñas y medianas empresas”, como un reconocimiento al papel fundamental de las instituciones en el desarrollo empresarial. Las micro, pequeñas y medianas empresas son definidas de acuerdo con el número de personas empleadas y sus activos totales. [UN] (2006).
- “Ministerio de industria y comercio (2003)”. Resolución decreto 210 de febrero 03 de 2003. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo tiene como objetivo primordial dentro del marco de su competencia formular, adoptar, dirigir y coordinar las políticas generales en materia de desarrollo económico y social del país, relacionadas con la competitividad, integración y desarrollo de los sectores productivos de la industria, la

micro, pequeña y mediana empresa, el comercio exterior de bienes, servicios y tecnología, la promoción de la inversión extranjera, el comercio interno y el turismo; y ejecutar las políticas, planes generales, programas y proyectos de comercio exterior.

- “Ministerio de industria y comercio (2003)” Decreto 1351 del 22 de agosto del 2016 Capítulo 5. Procedimiento para la elaboración de listas de materiales e insumos de escaso abasto para el sector textil y confección en Colombia.
- Ley 1014 de enero 26 de 2006 En Colombia existe una ley nacional que busca fomentar la cultura del emprendimiento. Esta, identificada como la ley 1014 de 2006, pretende promover el espíritu emprendedor entre los estudiantes y hacer de ellos personas capacitadas para innovar y generar bienes servicios dirigidos a formar competencias empresariales.

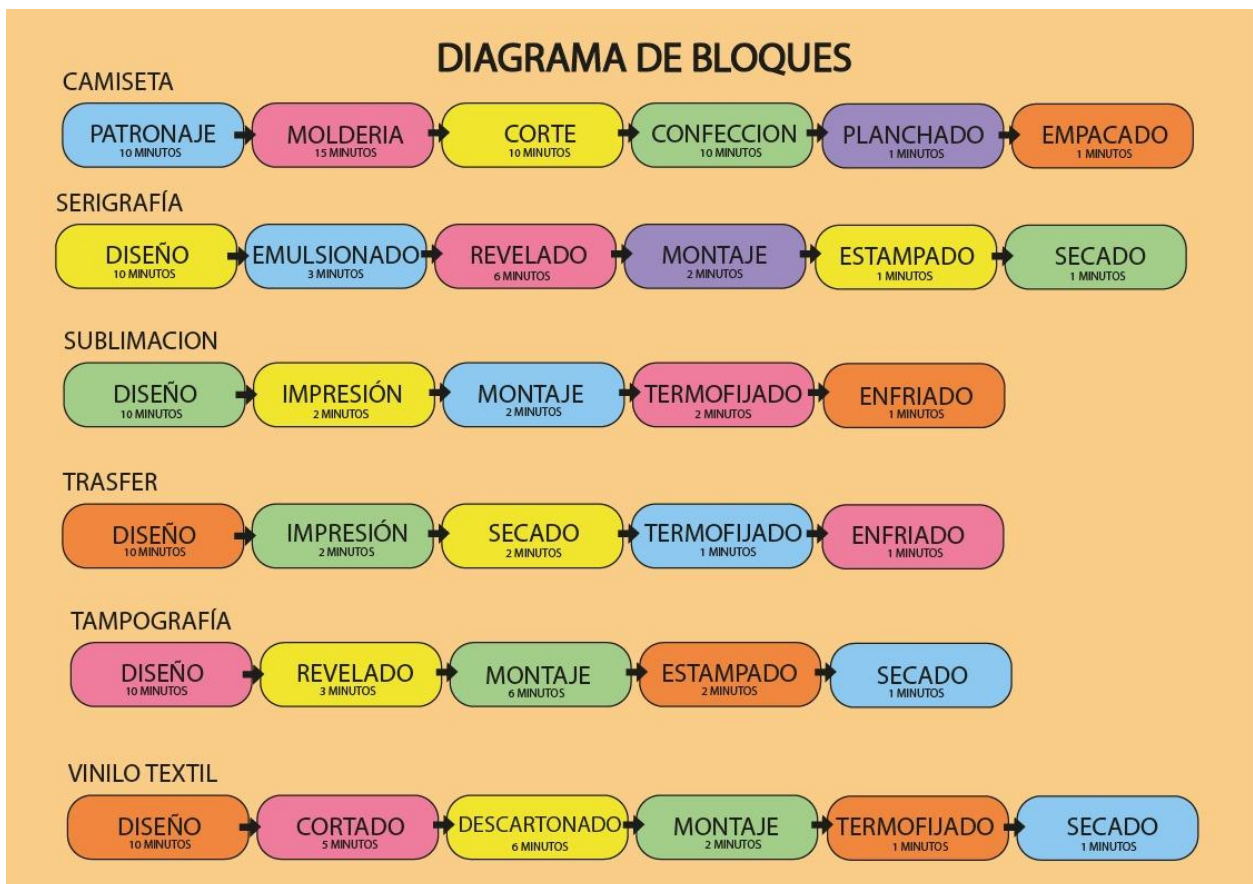
Diseño de concepto.

- Serigrafía.
Fotolitos, pantallas de serigrafía, racletas, emulsión, emulsionado, tintas, recuperador, cepillo, pegamento spray textil, decapador, secador, insoladora y mesa o pulpo de serigrafía.
- Sublimación.
Papel de sublimación, tintas de sublimación, impresora o plotter y plancha termofijadora.
- Transfer.
Impresora plotter, tintas transfer, vinilo imprimible y termofijadora.
- Tampografía.
Tintas de tampografía, Cliset, máquina de tampografía.

- Vinilo Textil.

Plotter de corte, descartonadores, vinilo textil, vinilo para termofijar y plancha termofijadora.

Diseño de detalle.





- Costos de producción y el precio de venta.

	Tamaño	Tela	Confección	Papel	Tintas	Planchado	Empaque	Mano de obra
Camisetas	1 Cm2	\$ 0.4	\$ 0.2	\$0	\$0	\$0	\$ 0.1	\$0
Serigrafía	1 Cm2	\$0	\$0	\$0	\$2.5	\$2.5	\$0	\$2.5
Sublimación	1 CM2	\$0	\$0	\$0.15	\$0.1	\$0.4	\$0	\$5
Transfer	1 CM 2	\$0	\$0	\$3	\$1	\$0.4	\$0	\$5
Tampografía	1 CM 2	\$0	\$0	\$6	\$2	\$0	\$0	\$5
Vinilo textil	1 CM 2	\$0	\$0	\$5	\$0	\$4	\$0	\$5

Costo de producción de camiseta talla M = $12.750 \text{ CM}^2 * 0.4 = 5.100$ DE TELA 2.550 DE CONFECCION PARA UN VALOR TOTAL DE \$ 7.350 VALOR TOTAL DE LA PRENDA SIN ESTAMPADO

ESTAMPADO DE 609 CM2 EN SERIGRAFÍA \$4.567

ESTAMPADO DE 609 CM2 EN SUBLIMACION \$3.439

ESTAMPADO DE 609 CM2 EN TRANSFER \$5.724

ESTAMPADO DE 609 CM2 EN TAMPOGRAFÍA \$ 7.917

ESTAMPADO DE 609 CM2 EN VINILO TEXTIL \$8.526

PRECIO DE VENTA \$30.000

Validación y verificación.

1. Satisfacción del cliente.
2. Grado de cobertura del mercado.
3. El precio.
4. Procesos de producción.
5. De seguridad.
6. Eficiencia
7. Rendimiento.
8. Mantener estándares de calidad.
9. Controlar y manejar los procesos.
10. Gestionar con eficiencia.

Producción.

Empaque del producto.



- Ficha técnica del producto.

FICHA TECNICA

Camiseta 100% algodón

ESTAMPADOS EN:
Serigrafía.
Sublimación.
Trasfer.
Tampogrffía.
Vinilo textil.

- Ciclo de vida del producto



9. Precio de venta.

COSTOS DE PRODUCCIÓN		
+	Costo unitario de materiales	\$9.972
+	Costo unitario de mano de obra	\$5.545
+	Costo unitario de CIF (Costos indirectos de fábrica)	\$1.275
=	Costo total unitario	\$16.792

$$P_v = 16.792 / 56 = 299 * 56 = 30.000 \text{ aproximándolo}$$

10. Prototipo.

- Características del producto.

Elaboración del prototipo camiseta de 16 cm de alto, por 23 cm de ancho, confeccionada en algodón, de 180 gr con una utilización de tela de 480 cm², elaborada en maquina fileteadora, con acabados en maquina collarín y maquina plana.

Estampados de 8 cm, por 6 cm, elaborado en material vinilo textil, tipo PU y tipo Glitter Flack. Con una utilización de vinilo de 96 cm², es cortado en un plóter cameo 4, el vinilo fue adherido a la camiseta con una termofijadora marca TINET. A 160 grados centígrados por 10 segundos.

- Interacción del cliente con el prototipo.

Es importante la interacción entre el cliente potencial y el prototipo que se desarrolló, por esto debemos colocar bajo que entorno y por medio de cuales acciones se llevara a cabo la interacción entre las 2 partes.

A través de una interacción con nuestro cliente tipo encuesta, evaluaremos la calidad, la viabilidad y que tanto empata nuestro producto con el cliente, sugiriéndole que evalué la calidad de confección, la calidad del estampado y la calidad de la realidad aumentada.

- Evidencia del prototipo



11. Modelo Running Lean.

LIENZO LEAN CANVAS

PROBLEMA Apatia por la cultura ciudadana.	SOLUCIÓN Buena calidad de materiales, excelente calidad de confección y estampado e innovación.	PROPOSICIÓN DE VALOR ÚNICA Porque solo con buenos ciudadanos es posible construir buenas sociedades.	VENTAJA ESPECIAL La aplicación de la tecnología de la realidad aumentada en los estampados	SEGMENTO DE CLIENTES Clientes mayores de edad entre los 18 y 40 años.
	METRICAS CLAVE Evaluaremos que tanto le gusta a los clientes la textura, confección y estampado.		CANALES Instagram, Facebook, Google adds, Google y maps.	

COSTOS FIJOS MENSUALMENTE (ESTRUCTURA DE COSTOS)	\$ VALOR
MANO DE OBRA EXTERNA	\$ 0
MANTENIMIENTO	\$ 0
ARRIENDO	\$ 450.000
NOMINA (2 PERSONAS)	\$ 1.372.416
SALUD (EPS)	\$ 219.450
PENSIÓN	\$ 280.896
ARL	\$ 18.328
CAJA DE COMPENSACIÓN	\$70.224
SERVICIOS PÚBLICOS (AGUA, TEL, ELECT)	\$ 160.000
PUBLICIDAD DE OPERACIÓN	\$ 0
GASTOS FINANCIEROS	\$ 0
TOTAL	\$ 2.552.986

FLUJO DE INGRESOS	
¿Como ganaras dinero?	Teniendo nuestro grupo objetivo identificado, llegaremos a ellos a través de redes sociales, haciendo prototipos conformes al gusto de cada uno, teniendo en cuenta su cultura, ideología y estilo. Con el objetivo de vender las camisetas en esos grupos.
¿Por qué te van a pagar tus clientes?	Por la calidad de la tela, confección, innovación y con la realidad aumentada.
¿Son precios fijos o dinámicos?	Tenemos un valor primario, pero se puede convertir dinámico, debido al pedido del cliente, en cuanto a tamaño y técnicas.
¿Dependerá del tipo de segmento o ubicación geográfica?	Se aprovechará el estudio de segmentación realizado con el objetivo de ser más puntuales.
¿Son ingresos por pagos periódicos o pagos puntuales de clientes?	En este caso los pagos serán puntuales conforme a cada compra que hagan los clientes.

12. Validación de ideas de negocio.

12.1 Defina el objetivo de la investigación.

El objetivo de nuestra investigación, es poder evaluar que tanto gusta nuestro producto en cuanto a su calidad, en el material, en la confección, en el estampado y en el precio al público.

La encuesta de nosotros va a ser de manera cuantitativa debido a que vamos a evaluar los porcentajes para validar la viabilidad de nuestro producto.

12.2 Diseño del formulario de la encuesta.

- ¿Generalmente usted, cada cuanto tiempo compra camisetas?

-Cada año

-Cada 6 meses

-Cada 3 meses

-Ocasional, cuando sus características me llaman la atención.

- Al momento de comprar una camiseta, lo más importante para usted es:

-Los materiales.

-La confección.

-El diseño.

-El color.

- Cuando usted desea comprar una camiseta se dirige a:

-Centros comerciales.

-Ventas informales.

-Tiendas on line.

-Almacenes de cadena.

- ¿Usted usaría una camiseta que lleve un diseño consentido social? Eje: el buen uso de agua, el óptimo manejo de basuras o cuidado del planeta.

-Si.

-No.

-Tal vez.

- ¿Le gustaría portar una camiseta que se convine con la tecnología y que su estampado sea interactivo?

-Si.

-No.

-Tal Vez.

- ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por una camiseta que lleve un diseño, con realidad aumentada que sea de su gusto?

-25.000.

-30.000.

-35.000.

-40.000.

<https://forms.gle/6QgDig2gVhbBTHZK6>

12.3 Tamaño de la muestra.

El tamaño de la muestra es de 300 cm² de tela algodón de 180 Grs y tiene 42 cm² de material vinilo textil.

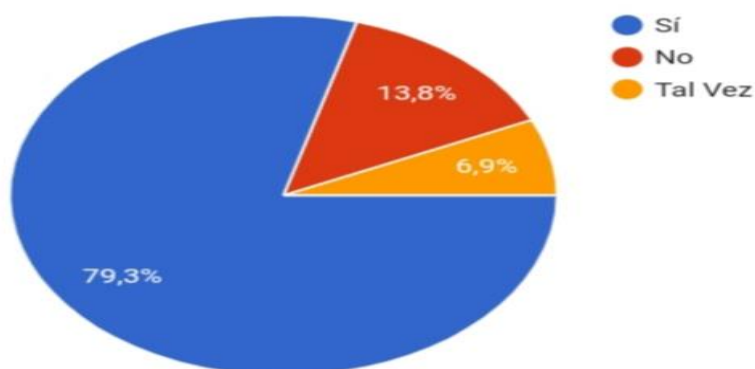
13. Tabulación y análisis de la información.

Gráficos de los resultados de nuestra entrevista realizada.



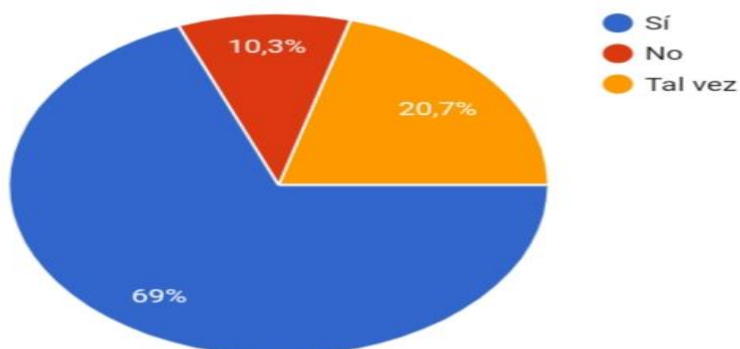
le gustaría portar una camiseta que se combine con la tecnología y su estampado sea interactivo.

29 respuestas



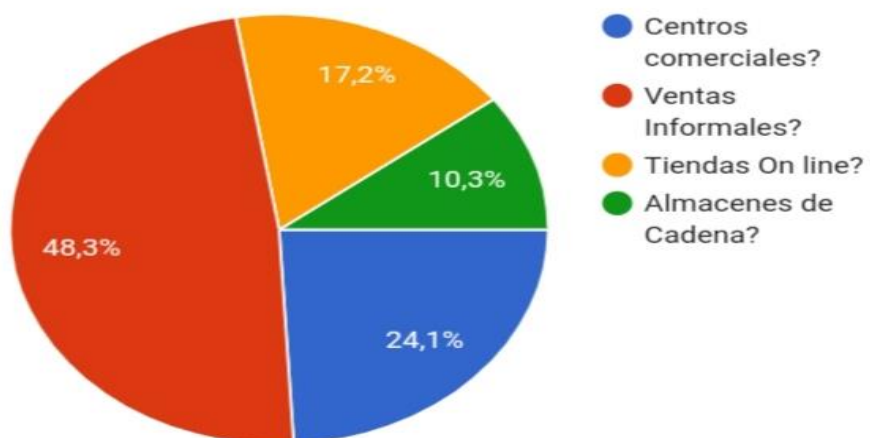
Usted usaría una camiseta que lleve un diseño con sentido social?
Ejemplo: El buen uso de agua, al optimo manejo de basuras o cuidado del planeta?

29 respuestas



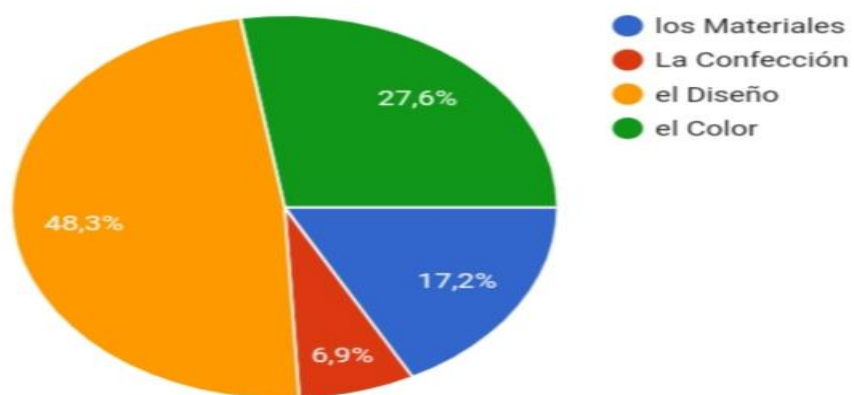
Quando usted desea comprar una camiseta se dirige a?

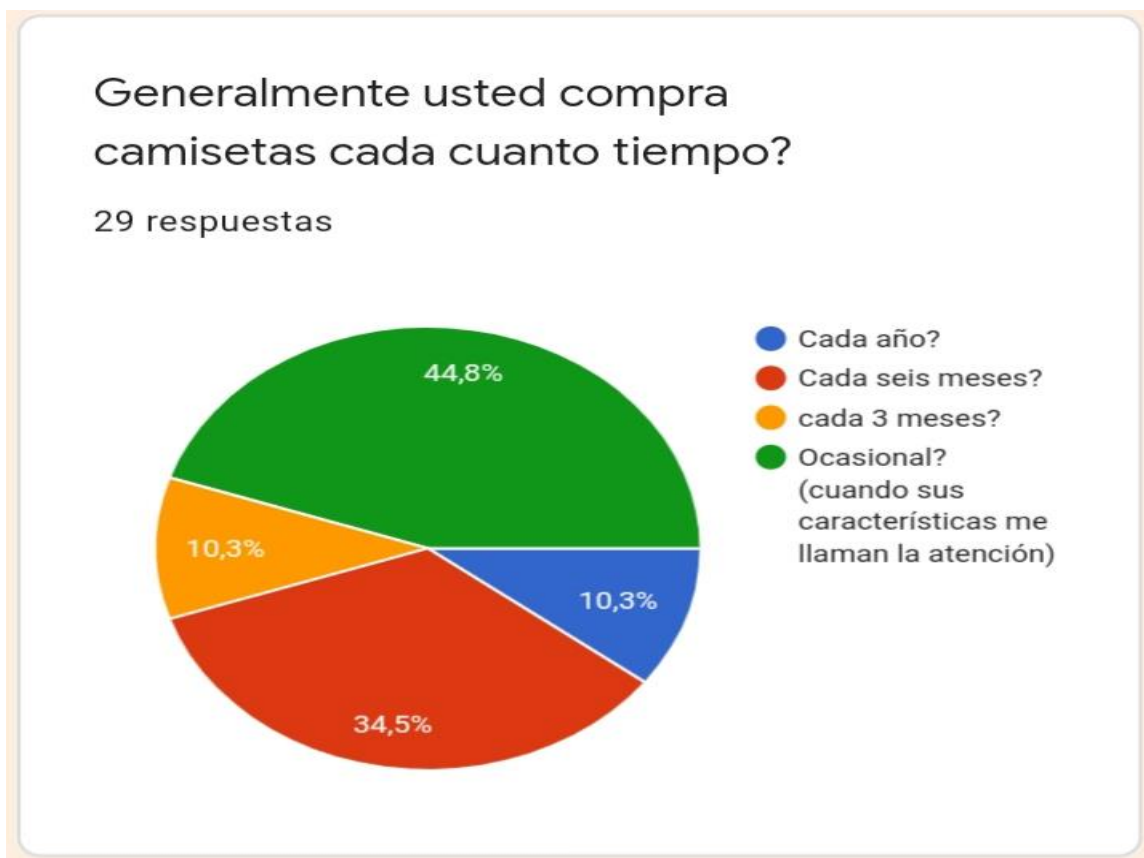
29 respuestas



Al momento de Comprar una Camiseta lo mas importante para usted es?

29 respuestas





14. Lecciones aprendidas y recomendaciones.

Después de haber hecho el análisis completo en el que analizamos el sector, pudimos identificar la oportunidad y crear nuestra idea de negocio, pudimos hallar una innovación en el medio de los estampados, por este motivo nos tomamos la tarea de investigar este mercado, en el que encontramos un grupo objetivo, hicimos la segmentación, la cual nos llevó a diseñar una propuesta de valor dentro de nuestro producto, creamos un prototipo por medio lean canvas y cada uno de estos pasos determinamos la validación de nuestra idea de negocio, a través de una investigación cuantitativa, determinamos que nuestro producto está listo para ser llevado al mercado y al consumidor final.

A través de este proceso, entendimos como llevar una simple idea a un producto final y vimos como enfocarlo de manera óptima para que pueda llegar hacer un producto exitoso, nos dimos cuenta de la importancia de aplicar el conocimiento generado en creación de empresas 1.

15. Bibliografías.

- Gallón, A (2015) ¿qué es vestirse bien? (16 de octubre de 2020)
<https://www.bacanika.com/seccion-cultura/que-es-vestirse-bien.html>
- Universidad del norte [UN] (2016) pensamiento y gestión (16 de octubre de 2020)
<https://www.redalyc.org/pdf/646/64602101.pdf>
- “Ministerio de industria y comercio (2003)” Decreto 1351 del 22 de agosto del 2016 (17 de octubre de 2020)
<https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%201351%20DEL%2022%20DE%20AGOSTO%20DE%202016.pdf>
- Fomento de la cultura del emprendimiento Ley 1014 de enero 26 de 2006
- “Ministerio de industria y comercio (2003)”. Resolución decreto 210 de febrero 03 de 2003(17 de octubre)
http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/decreto_0210_2003.html
- Ley 1014 del 2016 fomento al emprendimiento (17 octubre de 2006) <http://sistema-empresario.blogspot.com/2012/10/ley-10-14-de-2006.html#:~:text=En%20Colombia%20existe%20una%20ley,dirigidos%20a%20for%20mar%20competencias%20empresariales>
- Anónimo (2020) el 78% de los hogares colombianos no reciclan
<https://sostenibilidad.semana.com/medio-ambiente/articulo/el-78-de-los-hogares->

[colombianos-no-recicla/44231#:~:text=En%20Colombia%20se%20generan%20cerca,de%20Ambiente%20y%20Desarrollo%20Sostenible.](#)

- Concejo de Bogotá (2020). Toneladas de basura que llega a Doña Juana <http://www.concejodebogota.gov.co/las-6-000-toneladas-de-basura-que-llegan-a-dona-juana-es-responsabilidad/cbogota/2019-04-02/131450.php>
- Martin, E (2020) Desperdicio de agua en Bogotá https://caracol.com.co/emisora/2020/07/13/bogota/1594673359_877830.html
- El tiempo (2020). Falta de cultura ciudadana <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-639939>.
- Universidad Nacional abierta y a distancia (2018). Identificación de problemáticas http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-49992015000300009