

SE LE VEN LAS MEDIAS



KEVIN ALEXANDER AGUIRRE

JUAN MATEO GUARIN CORREA

Corporación Unificada Nacional de educación superior (CUN)

Opción de grado – Creación de empresa

BOGOTA, COLOMBIA

2017

## **TABLA DE CONTENIDO**

### **INTRODUCCIÓN**

#### **1. IDEA DE NEGOCIO**

- 1.1 Descripción del negocio
- 1.2 Problema a desarrollar
- 1.3 Oportunidad de negocio
- 1.4 Clase de producto que generará el negocio
- 1.5 Sector económico al que pertenece la idea de negocio
- 1.6 Descripción del producto o servicio
- 1.7 Justificación de la idea de negocio
- 1.8 Antecedentes de la idea de negocio
- 1.9 Misión y Visión
- 1.10 Objetivos
  - 1.10.1 Objetivo general
  - 1.10.2 Objetivo específico

#### **2. CUSTOMER DEVELOPMENT**

- 2.1 Hipótesis
  - 2.1.1 Stakeholders
  - 2.1.2 Identificación de las necesidades del stakeholder
  - 2.1.3 Identificación de beneficios y expectativas de resultado
  - 2.1.4 Identificación de soluciones actuales
  - 2.1.5 Análisis de inconformidades, frustraciones y limitaciones
  - 2.1.6 Mercado

### **3. ENTREVISTAS**

3.1 Proceso de recolección de información

3.2 Hallazgos de la información recolectada

3.3 Análisis de la información

3.4 Resultados de la información

### **4. PROTOTIPO**

4.1 Descripción del producto

4.2 Ficha técnica del producto

**4.3** Planos

### **5. MATRIZ ESTRATEGICA**

5.1 identidad estratégica

5.2 Futuro preferido

5.3 Objetivo general

5.4 Objetivos específicos

5.5 Valores

5.6 Análisis PESTEL

5.7 Análisis de Porter

### **6. ANEXOS**

### **7. CONCLUSIONES**

### **8. BIBLIOGRAFIA**

## **INTRODUCCION**

En el siguiente trabajo será posible apreciar el proceso acerca de la creación de nuestra empresa, su origen y sus características mediante puntos específicos para que la idea de negocio sea explicada y comprendida brevemente con muestras reales de encuestas y análisis o diagramas para que así el lector pueda entender mejor el desarrollo del presente proyecto.

## **1. IDEA DE NEGOCIO**

### **Descripción del negocio:**

SE LE VEN LAS MEDIAS es una empresa encargada de fabricar, crear, diseñar y producir calcetines con diseños propios a gusto y encargo del cliente que lo desee. Como tal, el cliente puede seleccionar los materiales, los colores, el tamaño y crear o elegir su propio diseño para que nosotros se lo confeccionemos y así satisfacer sus necesidades. Podrá usar nuestro producto en cualquier momento que este lo desee, como en eventos especiales, para hacer deporte, para ir a dormir, si le gusta algún tema en específico las podrá usar, o simplemente para lucirlas en el ambiente que el desee.

### **Problema a desarrollar:**

Diversas personas les gustaría lucir ciertas prendas, pero siempre es el mismo estilo aburrido que se encuentran en las tiendas, muchos posibles clientes lucen medias de colores, incluso usan dos medias diferentes a la vez, a ellos no les da pena lucirlas y que se noten debajo del pantalón, al contrario, ellos pretenden que sea un punto de atracción a la mirada ya que los hace sentirse diferentes, otras personas les gustaría usar medias de su banda favorita, de algún videojuego o de su equipo de futbol favorito. En ciudades donde hace mucho frio se usan medias gruesas, pero nos encontramos el mismo problema; siempre es el mismo estilo.

Por esta razón hemos decidido crear SE LE VEN LAS MEDIAS, para que la gente pueda imaginar y lucir su prenda a su gusto sin necesidad de buscar y preguntar durante minutos e incluso horas por un par de medias adecuado para él, nosotros somos los encargados de satisfacer sus necesidades.

**Oportunidad de negocio:**

Al ser un sector textil, brinda la oportunidad de contar con diversas personas que se encarguen de diferentes producciones como bordados o estampados, diseñadores que traspasen las ideas de los clientes, los vendedores, repartidores que lleven el producto final hasta el cliente, secretarios, economistas, publicistas y demás personas que quieran ser parte de nuestro negocio.

**Clase de producto que genera:**

Nuestro producto es un Bien que se encarga y se preocupa del buen vestir y el vestir cómodamente para aquellas personas que deseen adquirir un producto único, diferente y propio.

**Sector económico al que pertenece:**

Nuestro producto pertenece a la industria textil, es decir, al sector secundario de la economía, allí se encuentra todo producto que pasa por un proceso o transformación industrial, ya sea químico, manual o mecánico de este mismo, en este caso las telas o materiales con el que se van a fabricar las medias pasan por dichos procesos.

### **Descripción del producto:**

El cliente podrá adquirir sus medias con TODAS las especificaciones que el desee, tanto en tamaño, color, forma, diseños incluidos, o alguna especificación concreta que el desee. Nuestros diseñadores serán encargados de producir todo el material visual y encargarse de estampar dicho diseño en la media, pero si por el contrario el producto requiere que sea bordado, habrá personal entrenado y capacitado que hará posible implantar el diseño en la media.

Podrá obtener esta prenda por medio de tiendas virtuales o contactando con nosotros personalmente en nuestras tiendas físicas.

### **Justificación de la idea de negocio:**

Las medias son una prenda que todos utilizamos a diario, día y noche y en todo momento, evento o actividad; convirtiéndose así en una prenda necesaria y muy utilizada por hombres, mujeres y niños. Generalmente no prestamos mucha atención al diseño al momento de comprar esta prenda de vestir, sin embargo, hay personas que les gusta vestirse cómodamente. Nos dimos cuenta que hay muchas personas que desearían llevar medias de su banda preferida, su equipo deportivo, un videojuego, algún programa de su preferencia o simplemente de ciertos colores con diseños específicos y que no pueden conseguir este tipo de medias en ningún lado, decidimos optar por la idea de crear un negocio que se adapte a las necesidades de aquellas personas que no encuentran su producto con facilidad, y si lo encuentran son costosas y algo inalcanzables para algunos de ellos y así nace SE LE VEN LAS MEDIAS una empresa dedicada a satisfacer las necesidades de los clientes para uso de sus pies.

**Antecedentes de la idea de negocio:**

Pensamos en diversos productos que pudieran contemplar una problemática en las personas, pero todas nos parecían muy cliché, nada único, nada innovador, decidimos esto porque es algo que no se ve a diario, que es algo nuevo e interesante de trabajar, que cuando se vea por la calle a uno le entre curiosidad y ganas de adquirir este producto.

**Misión:**

Atender a las necesidades del vestir cómoda y plácidamente de la sociedad, proporcionando a sus clientes servicios y productos de calidad, además agregando un valor diferencial al dar la oportunidad de que los mismos clientes creen su propio diseño a la medida.

**Visión:**

Ser una empresa líder en el mercado textil, enfocándonos en calcetines, generando un crecimiento constante no solo a nivel nacional si no internacionalmente, promover una distinción por nuestra calidad e innovación.



## **OBJETIVO GENERAL:**

Diseñar calcetines que cumplan con estándares de calidad y con las indicaciones del cliente para que cumpla con las expectativas y genere una atracción y ambición de adquirir más.

## **OBJETIVOS ESPECIFICOS:**

- Conseguir materiales de excelente calidad para así lograr mejores acabados y un mejor producto.
- Controlar y manejar las herramientas para la elaboración de los diseños para que queden lo mejor posible y sea lo que la persona desea.
- Atraer mediante el diseño y la creatividad a las personas interesadas para que consuman este producto.
- Usar ideas innovadoras y así incursionar en algo nuevo, único y diferente.

# 1. CUSTOMER DEVELOPMENT

## Stakeholders



## **IDENTIFICACIÓN DE LAS NECESIDADES DEL STAKEHOLDER**

Las necesidades encontradas en nuestra empresa, y más objetivamente en los stakeholder, son básicamente la continuidad de los mismos, que permanezcan alrededor de la empresa, haciendo su parte, y generando siempre actividad en esta.

## **IDENTIFICACIÓN DE BENEFICIOS Y EXPECTATIVAS DE RESULTADO**

- **Beneficios:** se generan ganancias, al mismo tiempo que algún tipo de reconocimiento por parte de las personas.
- **Expectativas:** se tienen expectativas que superen lo realizado, por parte de nosotros como grupo, son positivas, que la gente compra y adquiera cierto gusto y afinidad hacia este producto.

## **IDENTIFICACIÓN DE SOLUCIONES ACTUALES**

Las soluciones actuales que se lograr obtener mediante investigaciones, es el de lograr mediante nuestro producto cumplir con una solución que es la de tener medias a la medida y para toda ocasión, ajustándose así a cualquier lugar y predomina su comodidad y buen diseño de la misma.

## ANÁLISIS DE INCONFORMIDADES, FRUSTRACIONES Y LIMITACIONES

- **Inconformidades:** para esta parte, entra todo lo que en cierto punto llega a afectar tanto al usuario como a la empresa en sí, un claro ejemplo de esto son las emociones y sentimientos negativos de las personas al ver los calcetines, que en cierto punto hacen dudar de si comprar o no.
- **Frustraciones:** en este punto lo más claro que se puede deducir es que casos de frustración, aplicarían en la elaboración del calcetín, que alguno no cumpla con los parámetros y lo planeado.
- **Limitaciones:** para la empresa de calcetines, las limitaciones son variadas, ya que se ve regido a un tamaño, en el caso de un ejemplo de tamaño, y aplica claramente para el sector económico igual.

## MERCADO

La empresa “se le ven las medias”, crea diseños de calcetines a la medida, con un diseño personalizado al gusto del cliente; apunta a un mercado donde constantemente se mueven muchos productos semejantes, valores diferentes, que oscila entre personas de los 20 a 30 años, para generar así una especie de competencia donde al final se logre obtener la mayor cantidad de gente que adquiera los productos o bien evolucionar con los productos.

### **3 ENTREVISTAS**

#### **Proceso de recolección de información**

la recolección de la información de las entrevistas realizadas a distintas personas de distintas edades se elaboró bajo un proceso el cual fue elegir personas que tuvieran cierto gusto o afinidad hacia los calcetines, para obtener información acerca de que se debe mejorar, que se debe tener en cuenta y que claramente evitar. Algo interesante es que muchas de las personas que se entrevistaron tenían una opinión y manera de pensar muy distinta a la otra.

#### **Hallazgos de la información recolectada**

Los más relevantes sin duda, son los de las personas que los calcetines les pasa por desapercibido y no les dan mucha importancia, ya que estas personas no avalaban la propuesta de diseños propios, por lo que se tornó interesante, y que todos concuerdan con que tienen un solo fin, proteger el pie y brindarle calor y comodidad.

#### **Análisis de la información**

Para esta parte la información recopilada de todas las personas tiene algo en común, que todos a la hora de conociendo, se tiene un pensamiento de que nadie usa medias distintas pese a lo que otra persona diga o lo que piensa, ahora la gran mayoría de personas que les gustan estas medias, prefieren comprarlas y generar una propia tendencia y moda.

## **Resultados de la información**

Se obtuvo el resultado el cual se asemeja frente al anterior , en la parte de cada entrevistado, y este concuerda y opina semejante a las demás respuestas, que afirma que a las personas no ven las medias, pero que si son a la medida, y que porque se diferencia del resto, lo que hace que sea más atractiva, pero con un solo fin que es dar calor, proteger y cuidar el pie.

## **PROTOTIPO**

### **Descripción del producto**

Medias fabricadas en cualquier tipo de tela ya sea gruesa o delgada, veladas, tobilleras, baletas o normales para uso de cualquier persona en eventos especiales o de uso cotidiano, con los colores que dicha persona desee el diseño será definido por el cliente el tamaño y los colores.

### **Ficha técnica del producto**

**Nombre:** Calcetines

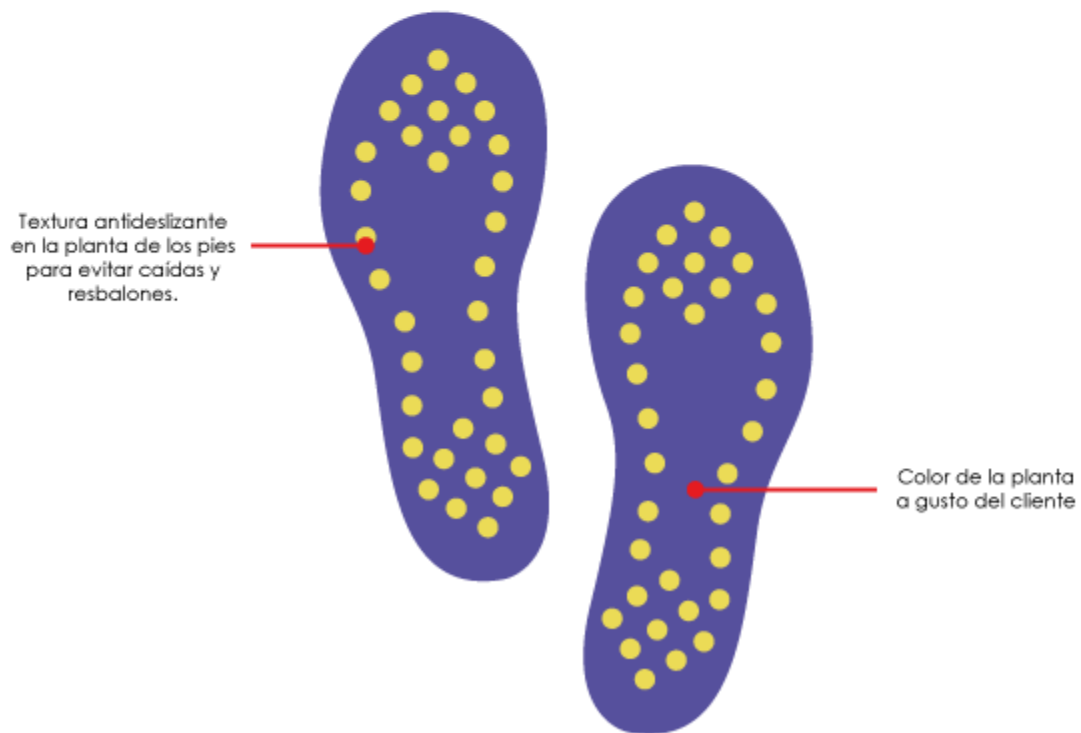
**Nombre de la empresa:** Se le ven las medias

**Colores:** A preferencia del cliente

**Medidas/tallas/tamaños:** A preferencia del cliente

**Descripción:** Prenda hecha del material, color, diseño y medida que el cliente prefiera con diseños únicos y de excelente calidad para comodidad y beneficio del adquirente

## Planos



## **MATRIZ ESTRATEGICA**

### **Identidad estratégica**

La empresa se encarga de crear una prenda de vestir que todos usamos a diario, nuestro objetivo principal es darle al cliente una prenda digna y cómoda, a la medida y con las especificaciones que él nos brinda, eso es lo que nos hace diferentes, no todos se animarían de darle a sus clientes lo que ellos deseen TAL CUAL como lo quieren.

### **Futuro preferido**

Al ver que la gente acoge y recibe muy bien nuestros productos estaríamos dispuestos a ampliar la visión global de nuestra empresa, ya no se distribuirán productos localmente (ciudad) si no que nos encargaremos de llevarla a todo el país, con ansias de en un futuro más lejano se pueda llevar a todo el mundo.

### **OBJETIVO GENERAL:**

Diseñar calcetines que cumplan con estándares de calidad y con las indicaciones del cliente para que cumpla con las expectativas y genere una atracción y ambición de adquirir más.

### **OBJETIVOS ESPECIFICOS:**

- Conseguir materiales de excelente calidad para así lograr mejores acabados y un mejor producto.



- Controlar y manejar las herramientas para la elaboración de los diseños para que queden lo mejor posible y sea lo que la persona desea.
- Atraer mediante el diseño y la creatividad a las personas interesadas para que consuman este producto.
- Usar ideas innovadoras y así incursionar en algo nuevo, único y diferente.

## Valores

- **Calidad:** Se busca que los productos ofrecidos sean excelentes a como el cliente los busca.
- **Originalidad:** Todo producto que ofrecemos es diferente con el anterior, debido a que cada cliente es diferente y tiene gustos únicos.
- **Seguridad:** Los clientes estarán seguros de que el producto es de excelente calidad y no tendrán que preocuparse por desgastes o daños en su producto
- **Libertad:** Esto tiene que ver con la originalidad, puesto que los clientes son libres de pedirnos lo que ellos deseen con respecto a sus calcetines.
- **Puntualidad:** Todo producto se entrega en el plazo de tiempo deseado y propuesto por el cliente, así brindaremos mayor satisfacción con producto y con la empresa.

## **Análisis PESTEL**

### **Política:**

- **Gobierno**
- **Clima político**
- **Tendencias electorales**
- **Impuestos**
- **Política fiscal**

### **Económico:**

- **Inflación**
- **Tasas de interés**
- **IVA**
- **Crisis**

### **Sociocultural:**

- **Crecimiento en la población**
- **Nivel de educación**
- **LGBTI**
- **Estrato económico**
- **Demografía**
- **Actitudes y opiniones**

**Tecnológico:**

- **TICS**
- **Patentes**
- **Infraestructura física**
- **Infraestructura tecnológica**
- **Nuevas tecnologías**

**Ecológico:**

- **Políticas ambientales**
- **Problemas ambientales**
- **Procesos de producción**
- **Amigabilidad con el medio ambiente**
- **Control ambiental**

**Legal:**

- **Licencias**
- **Leyes**
- **Reglamentos nacionales**
- **Decretos municipales**

## **Análisis Porter**

### **Fuerza uno: Poder de negociación de los Compradores o Clientes:**

Como al principio los clientes se irán familiarizando con el producto y con la empresa se podrá tener un mayor control sobre las personas que lo adquieran y así poder afianzar y negociar mejor con ellos.

### **Fuerza dos: Poder de negociación de los Proveedores o Vendedores:**

Poder conseguir mejores herramientas más rápido y de mejor calidad para conseguir un objetivo principal.

### **Fuerza tres: Amenaza de nuevos competidores:**

Los competidores llegarán a medida que la empresa vaya creciendo, puesto que a todos nos gustan elementos hechos a la medida y personalizados con nuestros personajes u objetos favoritos, no tardará mucho en que empiecen a hacer lo mismo pero no solo con calcetines, también con camisas, corbatas y demás prendas que usamos a diario.

### **Fuerza cuatro: Amenaza de productos sustitutos:**

En este caso, los calcetines no tienen un sustituto como tal, no hay prenda que reemplace el uso de medias de todo tipo tanto en hombres y mujeres.

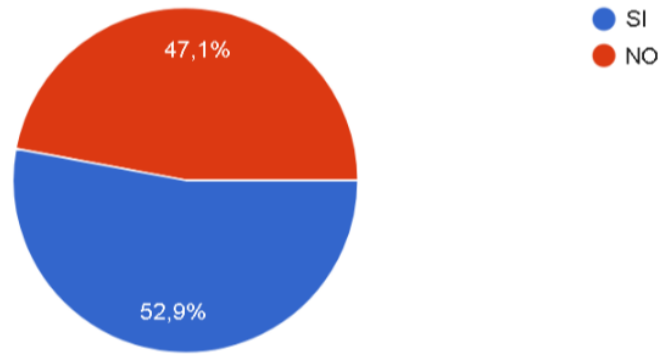
### **Fuerza cinco: Rivalidad entre los competidores:**

Cuando se instalen nuevas empresas empezará una lucha por ver quien tiene precios más bajos, mejor calidad textil y de diseño, quien está mejor posicionado y demás, ahí es donde debemos actuar y proponer cosas nuevas y mejores.

## ANEXOS

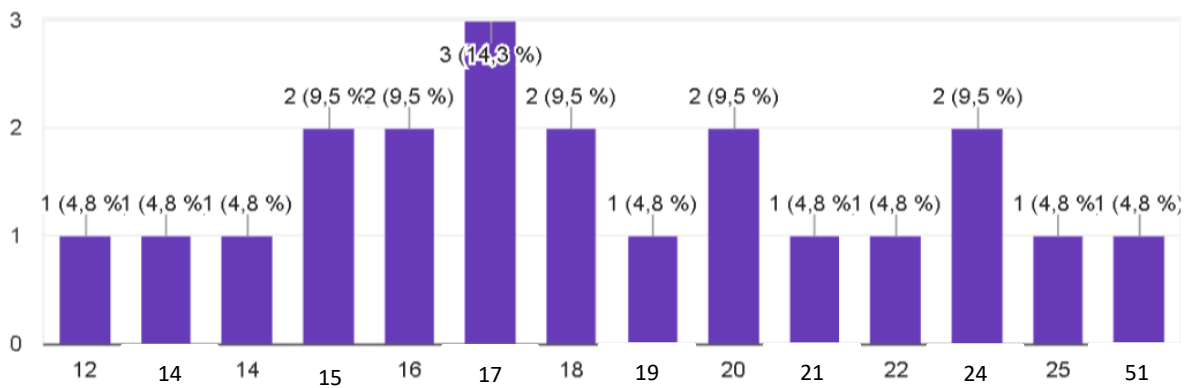
### ¿Utilizarla medias con diseños propios?

17 respuestas



### Edad

21 respuestas



## ¿En donde o por que medio compra sus medias?

11 respuestas

Tiendas cercanas a mi casa
Voy directamente a la tienda.
en tiendas
Almacenes de ropa
En una tienda de medias
En el centro de Fontibón :v y en efectivo
En el centro 3 pares x 5Mil :(
En almacenenes de ropa
En internet
Tienda de ropa
Internet

## ¿En que se fija cuando compra sus medias?

11 respuestas

Que sean suaves
Tela
precio y material
Los colores y estampados
En el diseño
En el material y en lo largas que sean
En sean cómodas y el diseño me agrade
Calidad y precio
Talla y precio
Color y textura
Talla calidad y economía

## ¿Cuanto dinero invierte usted comprando este producto?

11 respuestas

10000 (2)
2000
15.000
5000 a 10.000
3x5000
5.000
Estaría dispuesto a pagar 4pares x 10mil si el diseño es exclusivo :3
200000
De 10000 a 20000
20000

## ¿Que marcas acostumbra a comprar?

7 respuestas

No me fijo en marcas
Puma
no tengo marcas favoritas
Cualquier
No me fijo en marcas
Cualquiera
Punto Blanco o Galax//solo me alcanza para esas :(





## **CONCLUSIONES**

Gran parte de las personas tanto hombres como mujeres usarían este tipo de medias y harían parte de nuestros servicios, sin embargo hay otra parte que no lo haría, claro está que hay un público objetivo y bien delimitado en el cual nos vamos a enfocar pero también podemos cambiar el pensamiento e interferir en las decisiones de las personas que no les gustan o no las usaría, tal vez dando pruebas o muestras gratuitas de lo que podemos lograr y lo que queremos generar en aquellas personas.

## **BIBLIOGRAFIA**

- [https://es.wikipedia.org/wiki/Sector\\_econ%C3%B3mico](https://es.wikipedia.org/wiki/Sector_econ%C3%B3mico)
- [https://es.wikipedia.org/wiki/Parte\\_interesada\\_\(empresas\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Parte_interesada_(empresas))
- Urroz R, Francisca, 2010, Guioteca, recuperado de:  
<https://www.guioteca.com/rse/que-son-los-stakeholders/>
- Parada, Pascual, 2013, <http://www.pascualparada.com>, recuperado de:  
<http://www.pascualparada.com/analisis-pestel-una-herramienta-de-estudio-del-entorno/>
- <http://www.5fuerzasdeporter.com/>