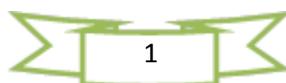


**DESARROLLO Y PLANEACION ESTRATEGICA PARA LA CONFECCION,
DISTRIBUCION Y VENTA DE JEANS INFANTILES DE LA EMPRESA BABY SHOP
LTDA**

**CINDY LORENA HERNANDEZ HIGUERA
LAURA ANDREA BECERRA**
Estudiante de Administrador de empresas

**CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR CUN
BOGOTÁ, COLOMBIA
2018**



DESARROLLO Y PLANEACION ESTRATEGICA PARA LA CONFECCION,
DISTRIBUCION Y VENTA DE JEANS INFANTILES DE LA EMPRESA BABY SHOP
LTDA

CINDY LORENA HERNANDEZ HIGUERA
LAURA ANDRES BECERRA
Estudiantes de Administración de empresas

Asesoría

OSCAR JAVIER MORENO MARTINEZ

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR CUN
OPCION DE GRADO I (CREACION DE EMPRESA)
BOGOTA, COLOMBIA
2018



INDICE

CAPITULO 1.

- 1.1. Introducción
- 1.2. Justificación

CAPITULO 2.

2. DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACION DE CLIENTES CUSTOMER DEVELOPMENT

- 2.1 Stake Holders
- 2.2 Identificación de las Necesidades del Stake Holders (Hipótesis)
- 2.3 Identificación de los Beneficios y expectativas (Hipótesis)
- 2.4 Identificación de las Soluciones Actuales (Hipótesis)
- 2.5 Análisis de las Limitaciones, inconformidades y frustraciones (Hipótesis)
- 2.6 Mercado
 - 2.6.1 Identificación de TAM, SAM y TM

CAPITULO 3.

3. VALIDACION DEL MERCADO

- 3.1 Formato Entrevista
- 3.2 Análisis de la información Resultados.
- 3.3 Pentágono de Perfilación de Clientes

CAPITULO 4.

- 4. Prototipo
 - 4.1 Descripción del Producto o servicio
 - 4.1.1 Mapa de procesos
 - 4.2 Ficha técnica
 - 4.2.1 Planos

CAPITULO 5

5. Planeación Estratégica

5.1 Identidad estratégica

5.2 Futuro preferido

5.2.1 Misión

5.2.2 Visión

5.3 Objetivos empresariales

5.3.1 Objetivo General

5.3.2 Objetivo específicos

5.4 Valores corporativos.

CAPITULO 6

6. Análisis del Macro entorno.

6.1 Pestel

6.1.1. Análisis Político

6.1.2 Análisis Económico

6.1.3 Análisis Social

6.1.4 Análisis Tecnológico

6.2 Cinco fuerzas de Porter

6.2.1 Rivalidad entre competidores existente.

6.2.2 Nuevos competidores

6.2.3 Productos sustitutos

6.2.4 Negociación con los proveedores

6.2.5 Negociación con el cliente

7. CONCLUSIONES

8. BIBLIOGRAFIA

9. ANEXOS

LISTA DE TABLAS

TABLA 1: Perfilación de clientes

TABLA 2: Partes interesadas (STAKEHOLDERS)

TABLA 3: Análisis estadístico de sexo de personas encuestadas

TABLA 4: Análisis estadístico de edades interesadas

TABLA 5: Análisis estadístico de las diferentes opiniones sobre un nuevo diseño de jeans en niños

TABLA 6: Análisis estadístico de los diferentes aspectos, que se tiene a la hora de comprar ropa para niños

TABLA 7: Análisis estadístico del lugar donde compran la ropa para niños

TABLA 8: Análisis estadístico de la prenda que más compran para niños

TABLA 9: Análisis estadístico de compra de ropa para niños por una aplicación móvil.

TABLA 10: Análisis estadístico del dinero que están dispuestos a pagar por la compra de la ropa de los niños

TABLA 11: Análisis estadístico de la importancia de la compra de ropa por internet

TABLA 12: Análisis estadístico de la línea de ropa que se escogerá al momento de realizar la compra

TABLA 13: Ficha técnica de 9 a 12 meses de edad

TABLA 14: Ficha técnica de 2 a 3 años

TABLA 15: Ficha técnica 7 años

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1: Identificación del mercado (tam, sam, tm)

FIGURA 2: Grafica de tipo de sexo encuestado

FIGURA 3: Grafica de edades interesadas

FIGURA 4: Grafica de las diferentes opiniones sobre un nuevo diseño de jeans en niños

FIGURA 5: Grafica de los diferentes aspectos, que se tiene a la hora de comprar ropa para niños

FIGURA 6: Grafica del lugar donde compran la ropa para niños

FIGURA 7: Grafica de la prenda que más compran para niños

FIGURA 8: Grafica compra de ropa para niños por una aplicación móvil

FIGURA 9: Grafica del dinero que están dispuestos a pagar por la compra de la ropa de los niños.

FIGURA 10: Grafica de la importancia de la compra de ropa por internet

FIGURA 11: Grafica de la línea de ropa que se escogerá al momento de realizar la compra

FIGURA 12: Pentágono

FIGURA 13: Planta baby shop Ltda.

FIGURA 14: Logotipo baby shop Ltda.

FIGURA 15: Pestel

FIGURA 16: Cinco fuerzas de porter

CAPITULO 1

TITULO DEL PROYECTO

Desarrollo y planeación estratégica para la confección, distribución y venta de Jean infantiles de la empresa Baby Shop Ltda.

Introducción

El presente proyecto, busca la viabilidad de un nuevo horizonte a la pañalera Baby Shop LTDA con la creación de una de las prendas más usadas por el mundo, el JEANS moderno y con estilo único, de lo cual estará orientado a un mercado de moda infantil, que se desarrollara a niños varones que comprendan la edad de 0 a 7 años. Debido al estudio de campo que practico Baby shop, a padres de familia y personas que tengan niños de estas edades confirma que niños varones son los que gastan más ropa, por sus constantes juegos a diferencia de la niñas que son más delicadas y exigen otro tipo de prenda. Llevando a cabo el estudio se plantea hacer una prenda de mayor uso, rentable, competente al mercado existente con unas características que la identifiquen como: comodidad al momento de la compra ya que uno de los canales será por medio de una App, calidad de la tela, resistencia a caídas, precios asequibles a bolsillos de estratos 1 y 2 y con una garantía a cuatro meses siendo un diseño exclusivo. Pensando en un mercado que ame el futbol Colombiano y quiera llevarlo hasta en la ropa de sus pequeños, vistiéndolos con pantalones Jean modernos que lleven muy discreto pero visible los colores de la bandera de su equipo de futbol favorito. ¿Por qué en los niños? su respuesta la da el mismo mercado exigente, que parte del punto de estudios que apuntan a que los niños son los mayores consumidores por su constante crecimiento y la ropa se les queda muy rápido. Mirando el crecimiento económico y tecnológico en el que estamos hoy en día, donde podemos observar que desde tu móvil pueda comprar ver y comparar la

ropa de sus niños y a si ser parte de un grupo selecto que quiere crecer a pasos gigantes las distintas dinámicas de la moda.

Se abastecerá a corto plazo el mercado de la localidad de Bosa que iniciara desde el establecimiento que está ubicado en el barrio la azucena de bosa, de la ciudad de Bogotá, atendiendo su público como punto de fábrica y pañalera en el momento, desde luego llegando a pañaleras de barrio y tiendas especializadas de ropa para niño como lo es AREQUIPE , después direccionándonos a mediano plazo a mercados nacionales, de plataformas grandes donde se expanda más la distribución del producto a tiendas reconocidas por el cliente, como lo es Baby Ganga entre otras y tener varias boutiques a nivel nacional.

Apuntamos a un mercado dinámico, competitivo de crecimiento constante y donde las estrategias de llegarle al cliente cada día van cambiando y es donde queremos apostarle en potenciar nuevos canales, como lo es una aplicación móvil que sea practica de utilizar para que puedan ver los productos en este caso el pantalón Jean que se ajuste a la talla de su hijo y quiera comprarlo, donde puedan ubicar las diferentes direcciones que se encuentre la prenda y quiera probárselo o haciendo la compra directa, o por la aplicación misma y así poderle entregar el producto por medio de envío donde este será gratis.

Justificación

El principal problema de la comercializadora de productos para bebe Baby Shop radica en la falta de gestión de mercadeo y administración, ya que no posee servicios competitivos que le permita posicionarse en el sector u ofrecer un factor determinante que sobresalga sobre la competencia directa, como tampoco ofrece algún producto o servicio determinante que llegue a los clientes potenciales y genere recordación y fidelización en los clientes.

Se llevó a cabo un estudio sencillo con la pregunta ¿Cómo se puede cambiar el modelo de servicios y ser más competitivos frente al sector?, tomamos como punto de referencia a la empresa Baby Station, quienes tienen un reconocimiento global, ofrecen servicios y productos infantiles novedosos que ninguna otra compañía sea pequeña o mediana realiza, esto permite que Baby Shop tome lo mejor de Baby Station y lo implementemos como estrategia para los estratos 1 y 2 de la localidad de Bosa.

Baby Shop fabricara jeans sin intermediación de algún ente o empresa siempre contando con gran variedad y siempre a la vanguardia de la moda infantil para así satisfacer cada una de las necesidades de nuestros clientes, además se crearan estrategias destinadas a establecer zonas en donde el mercado infantil tiene gran demanda ya sea para establecer puntos directos de venta marca propia o establecer la marca en establecimientos comerciales ya existentes.

CAPITULO 2

**2. DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACION DE CLIENTES
CUSTOMER DEVELOPMENT.**

 	
<p>PERFILACION DE CLIENTES PARA BABY SHOP</p>	
<p>1. PROPUESTA DE VALOR</p> 	<p>La propuesta de negocio consiste en dejar huella con la confección y comercialización de pantalones Jean con estilos únicos para niños de 0 a 7 años, la principal diferencia estará en la gran comodidad de adquisición del producto por medio de una APP, desde nuestra tienda de ropa baby shop y desde luego en las diferentes tiendas que será comercializado nuestro producto, por otra parte con calidad de la materia prima, lo innovador será siempre en nuestros modelos, materiales suaves , antialérgicos y una gran variedad de tallas que se ofrecerán a niños de estas edades.</p>
<p>2.SEGMENTOS DE CLIENTES</p> 	<p>Nuestros segmento de mercado estará ubicado en la localidad 7 de Bogotá (Bosa) estratos 1 y 2, nuestros clientes serán dos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • padres de familia de niños de 0 a 7 años. • tiendas especializadas de ropa para niños como ariquipe, éxito y pañaleras de barrio. <p>baby shop prestara el servicio, de una App para que los clientes tengan más acceso a nuestros productos de una forma práctica e innovadora y lo mismo a las diferentes tiendas, además estas tendrán una muestra del producto para que este en constante retroalimentación del producto .</p>
<p>3.CANALES</p> 	<p>Por medio de nuestra App, pañaleras de bosa y tiendas de ropa especializada.</p>
<p>En la relación con nuestros clientes antes, durante y después, usaremos estrategias de participación donde el cliente quiera</p>	

<p>4.RELACION CON LOS CLIENTES</p> 	<p>pertenecer a una marca de Jean para niños con estilo y esta sea altamente reconocida, que desde el empleado, proveedor y la misma sociedad ame esta marca por su participación, crecimiento y contribución al desarrollo de nuestro país, con materia prima propia de nuestra casa. Mantener clientes felices con nuestro grado de responsabilidad atendiendo sus solicitudes a tiempo.</p>
<p>5.FUENTES DE INGRESO</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Una de las fuentes de ingreso modalidad pasivo será por nuestra App, ya que estará atenta al llamado del cliente de inmediato y esto permitiendo que sea mayor nuestro ingreso sin tanta inversión. • Las pañaleras de barrio quien tendrán el producto día a día llegándoles a los padres de una forma mas cotidiana, y así trayendo a la compañía grandes beneficios monetarios ya que el producto estará en constante rotación física y cerca al cliente para la adquisición. • Tiendas especializadas como lo son arequipe y éxito haciendo que el producto este en constante contacto de alto flujo de personas y así poder participar en los diferentes eventos que allí realizan como ejemplo el día del niño, navidad, donde baby shop se fortalecerá mucho más ya que el cliente tendrá mayor confianza.
<p>6.RECURSOS CLAVES</p> 	<p>¿Qué recursos claves requiere nuestra propuesta de valor? talento humano quien maneja nuestros propios modelos, la materia prima que se implementara en la confección, proveedores competentes, tecnología de innovación y buenas relaciones con los bancos.</p> <p>¿Recursos en canales de distribución? Ejemplares físicos en el caso de las tiendas, nuestra aplicación móvil de acceso rápido y práctico donde podrán ver todo al día sin desplazarse.</p> <p>¿Recursos con el cliente? Servicio personalizado, promociones y facilidades de</p>

 <p>7.ACTIVIDADES CLAVES</p>   	<p>pago.</p> <p>Las actividades que intervienen en la propuesta, en la distribución, en la relación con el cliente y desde luego con nuestras fuentes de ingresos</p>
<p>8.SOCIOS CLAVES</p>  	<p>Son las personas que invirtieron el capital y sus conocimientos en la compañía estas partes son:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Laura Andrea Becerra - Cindy Lorena Hernández Higuera

TABLA 1: PERFILACION DE CLIENTES
FUENTE: AUTORES DEL PROYECTO

2.1. STAKEHOLDERS.

Las partes interesadas de nuestro proyecto serian:

 <p>PARTES INTERESADAS DE BABY SHOP</p> 		
INTERNAS	COLABORADORES	<p>Son nuestros diseñadores, confeccionistas, comerciales que hacen que los Jean Baby Shop sean escogidos por los clientes dándoles la confianza necesaria para vestir a sus niños a la moda.</p>
	SOCIOS	<p>Son las personas que invirtieron el capital y sus conocimientos en la compañía estas partes son:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Laura Andrea Becerra - Cindy Lorena Hernández Higuera.
EXTERNAS	PROVEEDORES	<p>Son los que nos proveerán de materia prima para la confección de los Jean, (tela, cremalleras, botones, cordones, etc.)</p>

	CLIENTES	son las pañaleras, almacenes y demás que deseen adquirir nuestros diseños en forma de concesión para dar a conocer nuestros diseños por medio de los anteriores mencionados.
	CLIENTE FINAL	Padres que estén ubicados en bosa y que tengan niños con edades de 0 a 7 años que les guste vestirlos con estilo.

TABLA 2: PARTES INTERESADAS (STAKEHOLDERS)
FUENTE: AUTORES DEL PROYECTO

2.2. IDENTIFICACION DE LAS NECESIDADES DEL STAKEHOLDERS.

Las necesidades que vamos a suplir con nuestro proyecto, son los padres, abuelos. Tíos, etc., que buscan vestir a sus niños con ropa infantil de moda con altos niveles de calidad y además de esto que sean económicos, ya que analizando una de las problemáticas de este mercado es que muchos de los padres encuentra ropa con calidad pero con un alto precio y hay otros que los encuentran económicos pero que a la primera lavada se daña la prenda, al identificar estas necesidades nosotros acompañados de nuestros diseñadores confeccionaremos jean que estén a la vanguardia de la moda infantil con tela de excelente calidad y fabricada por los mejores costureros para así entregar así un producto que satisfaga al cliente y además de esto a un muy buen costo.

2.3. IDENTIFICACION DE BENEFICIOS Y ESPECTATIVAS DE RESULTADO

Las razones por las cuales estamos realizando este proyecto es para brindarle al cliente un producto con altos estándares de calidad además de esto a un precio que se ajusta al bolsillo de los que adquieren el producto, esto se deberá a que como estrategia de producción implementaremos una maquina laser distribuidora de moldes que permitirá optimizar al cien por ciento la relación metro por tela sobre cantidad de moldes posibles y esto generara que nuestra empresa adquiera menos materia prima y se produzcan más prendas, así tendremos

alta competitividad en el mercado generando más cantidad de diseños teniendo variedad ante las otras empresas, además de esto contaremos con diseñadores que estarán a la vanguardia de la moda infantil confeccionando ropa para toda clase clima (caliente, frio o templado).

2.4. IDENTIFICACION DE SOLUCIONES ACTUALES

Unos de los problemas que hemos podido evidenciar de las empresas que venden productos para bebe en el sector de bosa es la falta de gestión de mercadeo y administración, ya que no posee con servicios competitivos que le permitan posicionarse en el sector u ofrecer un factor determinante que sobresalga sobre la competencia directa, como tampoco ofrecen algún producto o servicio diferenciador que llegue a los clientes potenciales y genere recordación además de esto los productos que sacan al mercado o son muy caros pero que para la mayoría de los clientes no les alcanza para adquirirlo, o el producto es económico pero la calidad es muy baja, teniendo en cuenta lo anterior nosotros contaremos con productos de calidad y que cuide el bolsillo de las personas que adquieran nuestros diseños, además de esto nuestros clientes contarán con el servicio de una app donde con tal solo un clic tendrá el producto a la puerta de su casa así generaremos un mejor servicio y recordación a nuestros clientes.

2.5. ANALISIS DE INCONFORMIDADES, FRUSTRACIONES Y LIMITACIONES

Analizando varias opiniones de los stakeholders hemos llegado a la conclusión que las frustraciones que más los afectan son:

- ✓ **CALIDAD DEL PRODUCTO:** Uno de los factores que más se quejan los clientes es la calidad del producto ya que la materia prima con la que están hechas las prendas o pierden su vida útil antes de tiempo o muchas de estas generan alergias a los niños
- ✓ **PRECIO:** Los precios que manejan los almacenes que venden ropa infantil son muy costosos y no se ajustan al bolsillo del cliente muchos de estos sobreviven al salario

mínimo y antes de comprar para ellos compran para sus hijos, pero el precio con el que venden algunas de estas prendas ya sean vestidos o conjuntos se sale del presupuesto.

- ✓ El tema de servicio al cliente podemos que son al igual que con la calidad son los dos factores que más se quejan los clientes ya que el servicio al cliente en algunos de los almacenes que se dedican a vender productos infantiles es muy vaga ya que nos están comprometidos con el cliente y los atienden de una manera tosca esto genera que la compra no se realice o que el cliente no vuelva.

2.6. MERCADO.

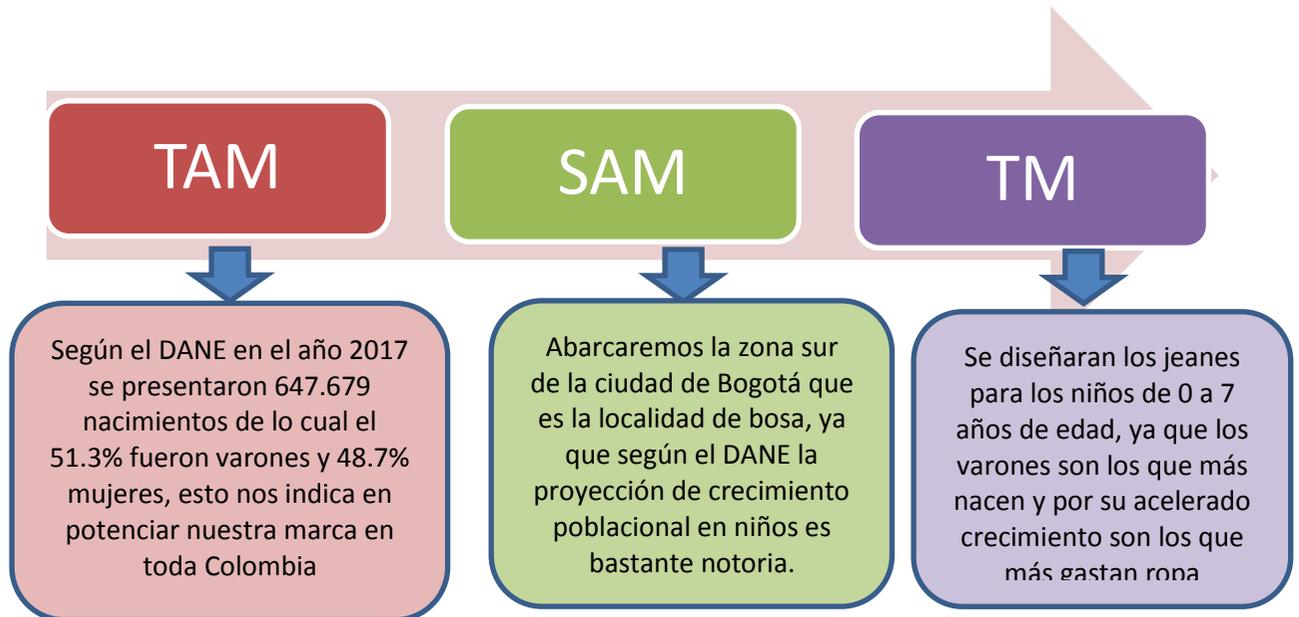


FIGURA 1: IDENTIFICACION DEL MERCADO (TAM, SAM, TM)
FUENTE: AUTORES DEL PROYECTO

CAPITULO 3

3.1. ENTREVISTA.

El estudio de mercado, fue productivo al momento de ver la necesidad que tiene el cliente y de cómo podemos satisfacerla, para esta investigación Baby Shop, tomo como muestra una población de 150 personas encuestadas, asignada de la siguiente manera físicas que se realizaron a clientes de la pañalera Baby Shop y por vía internet se diseñó la encuesta/ y o entrevista lo cual se le envió a personas que vivieran en la localidad de Bosa por medio del WhatsApp lo cual genero ahorro de tiempo.

A continuación se muestra el diseño del formato que se realizó para dicha muestra.

 CONFECCION DE PANTALONES JEANS CON ESTILOS UNICOS PARA NIÑOS ENTRE 0 A 7 AÑOS La información que nos proporcione será utilizada para conocer el grado de aceptación del producto que se quiere mostrar al mercado de la moda infantil	 Corporación Unificada Nacional de Educación Superior
 Baby Shop Ltda El Diseño Nuestro Estilo	
Fecha: _____	Ciudad: _____
Nombre del encuestador: _____	
1. Sexo	Hombre ___ Mujer _____
2. Rango de edad.	
a	18-25
b	26-30
c	31-35
d	36-40
e	41 a mas

3. ¿Que opinión da usted, sobre la confección, de un nuevo diseño de jeans para niños, con estampados de futbol colombiano?

- a Muy interesante
- b Interesante
- c Normal
- d Poco Normal
- e Nada interesante

4. ¿cuales de los siguientes aspectos le llama la atencion a la hora de comprar ropa en una tienda para niños?

- a Precio.
- b Diseños nuevos y estilos originales.
- c Marca.
- d Calidad de telas.
- e Sugerencia o recomendaciones por otras personas.

5. ¿Dónde compra la ropa para bebes/o niños?

- a Internet / APP.
- b tiendas como éxito, onlí y arequipe
- c Centro comerciales.
- d Tiendas de barrio.
- e Manda hacer la ropa.

6. ¿Qué prenda le compra mas a su hijo?

- a Pantalón Jeans
- b chaqueta
- c camisas
- d shorts
- e otros

7. ¿Conoces la venta de ropa para niños por medio de una APP?

SI _____ No _____

¿Cuál? _____

8. ¿Cuánto esta dispuesto usted a pagar por la ropa de su hijo?

- a 20000
- b 50000
- c 150000
- d 160.000 a mas

9. ¿Que considera más importante, a la hora de comprar ropa por internet?

- a Ahorro de tiempo.
- b Seguridad de la compra.
- c Facilidad para realizar el pago.
- d Amplio catálogos de productos /fotografías
- e Cumplimiento con el tiempo de entrega del envío.

10. ¿Si existiera una nueva marca de ropa, para bebés y niños, que línea de ropa considera que sería la más atractiva a la hora de la compra?

- a Clásica (animales, paisajes.)
- b Deportes. (equipos de fútbol)
- c Super Heroes (batman, super man, flash)
- d Moda europea.

Nombre del Encuestado :

3.2. ANALISIS DE INFORMACION DE RESULTADOS.

Pregunta 1: Sexo Encuestado.	
Respuesta	Porcentaje %
Hombre	40%
Mujer	60%
Total general	100%

TABLA 3: ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE SEXO DE PERSONAS ENCUESTADAS
FUENTE: AUTORES DEL PROYECTO

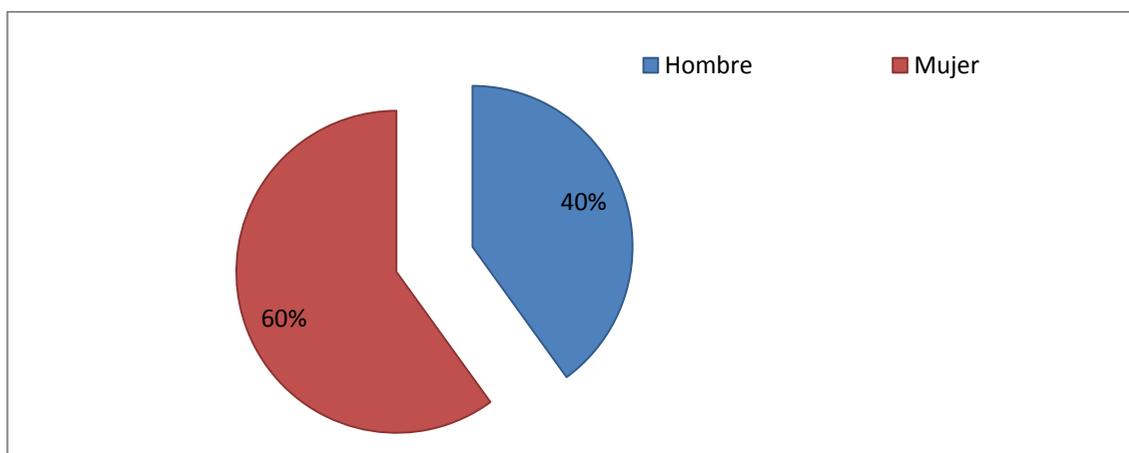


FIGURA 2: GRAFICA DE TIPO DE SEXO ENCUESTADO
FUENTE: AUTORES DEL PROYECTO

Se muestra, de 150 personas encuestadas la mayor fuente de interés hacia el tema de la ropa de niños es la mujer y a responder preguntas de algo nuevo que se quiere implementar.

Pregunta 2: Rango de edad encuestada.	
Respuesta	Porcentaje %
18-25	35%
26-30	15%
31-35	30%
36-40	10%
41 a mas	10%
Total general	100%

TABLA 4: ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE EDADES INTERESADAS
FUENTE: AUTORES DEL PROYECTO

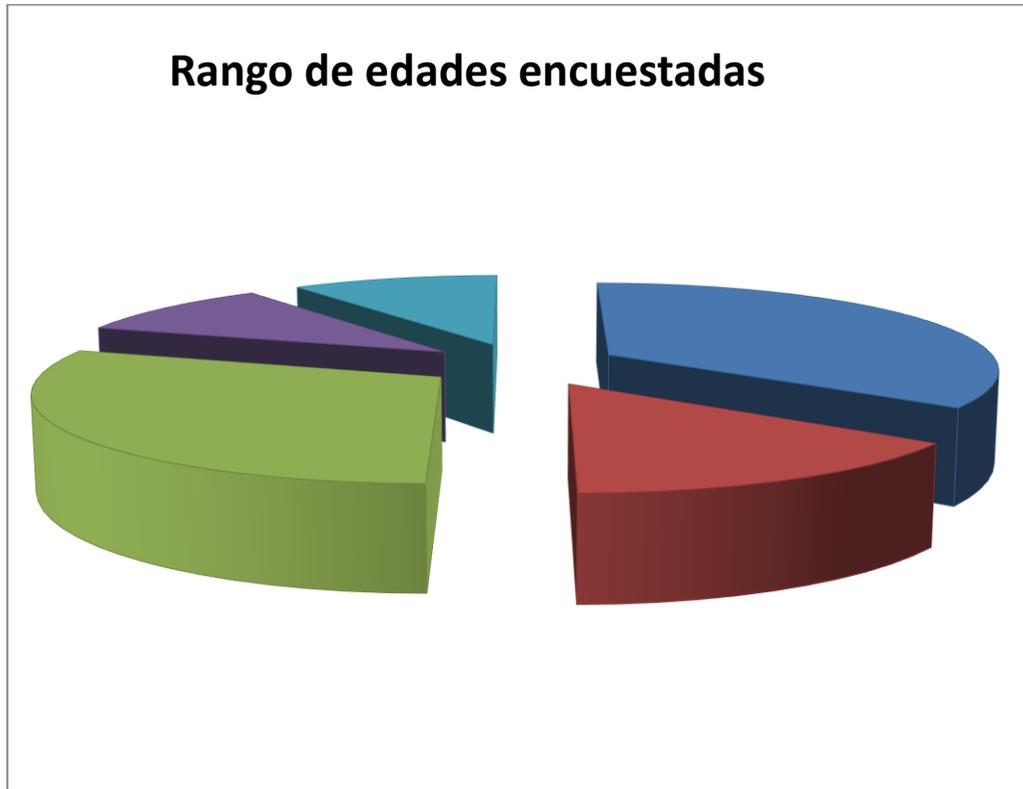


FIGURA 3: GRAFICA DE EDADES INTERESADAS
FUENTE: AUTORES DEL PROYECTO

Se evidencia que los jóvenes, son las personas que buscan cada día trascender en nuevas propuestas de valor, que quieren siempre saberlo todo, aportar sus ideas y estar en sintonía con lanzamientos nuevos y más aun si es un producto novedoso, de calidad y que les pueda contribuir a su desarrollo.

Pregunta 3: ¿Que opinión da usted, sobre la confección, de un nuevo diseño de janes para niños, con estampados de futbol colombiano?	
Respuesta	Porcentaje %
Interesante	35%
Muy interesante	30%
Normal	35%
Total general	100%

TABLA 5: ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE LAS DIFERENTES OPINIONES SOBRE UN NUEVO DISEÑO DE JEANS EN NIÑOS
FUENTE: AUTORES DEL PROYECTO

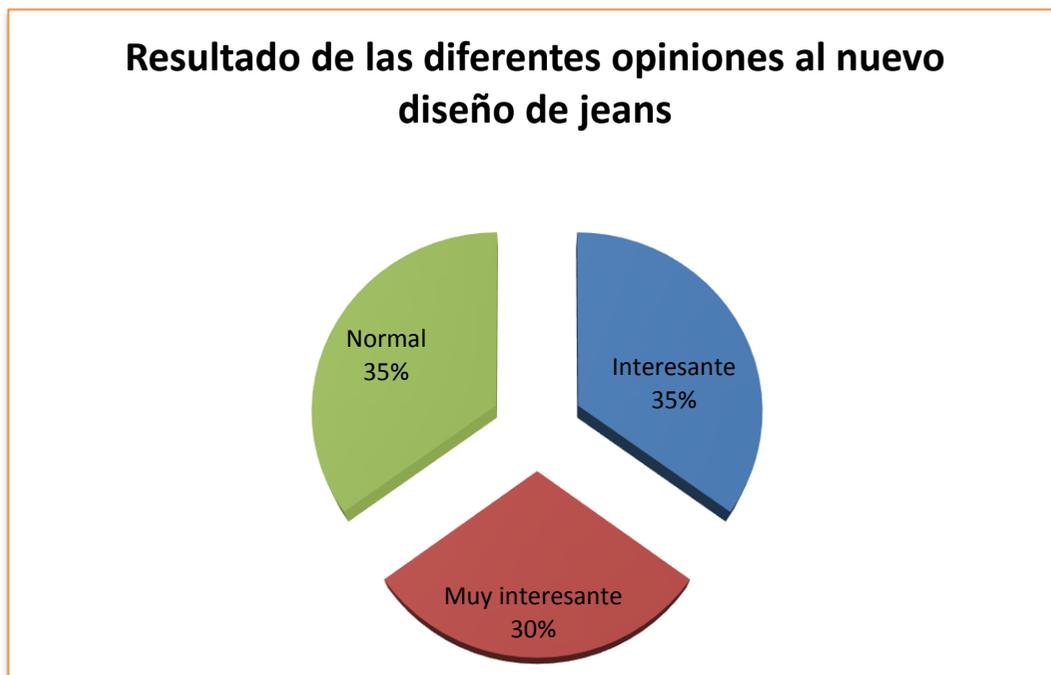


FIGURA 4: GRAFICA DE LAS DIFERENTES OPINIONES SOBRE UN NUEVO DISEÑO DE JEANS EN NIÑOS
FUENTES: AUTORES DEL PROYECTO

Podemos evidenciar que el conocimiento y comprensión del cliente hacia el producto se muestra con interés, pero a la vez les parece normal ya que el producto no lo tienen a la vista aun.

Pregunta 4: ¿cuáles de los siguientes aspectos le llama la atención a la hora de comprar ropa en una tienda para niños?	
Respuesta	porcentaje %
Calidad de telas	5%
Diseños nuevos y estilos originales	40%
Marca	15%
Precio	40%
total general	100%

TABLA 6: ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE LOS DIFERENTES ASPECTOS, QUE SE TIENE A LA HORA DE COMPRAR ROPA PARA NIÑOS
FUENTE: AUTORES DEL PROYECTO

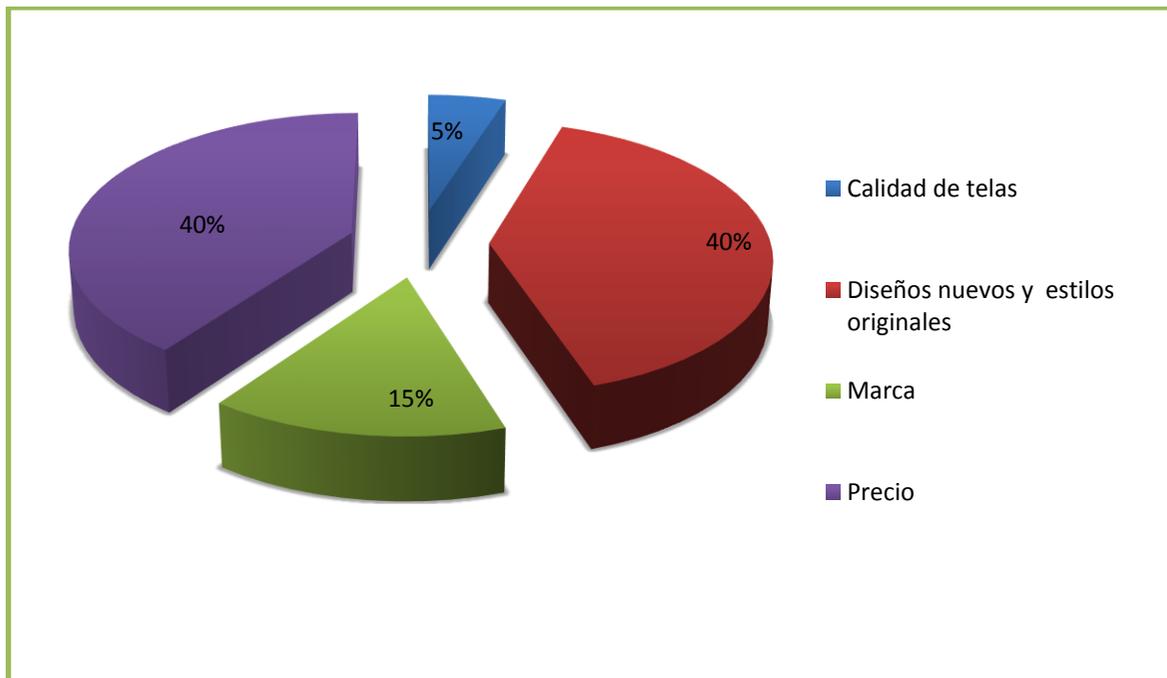


FIGURA 5: GRAFICA DE LOS DIFERENTES ASPECTOS, QUE SE TIENE A LA HORA DE COMPRAR ROPA PARA NIÑOS
FUENTE: AUTORES DEL PROYECTO

Con la respuesta anterior nos podemos enfocar mucho más en nuestra confección de diseños nuevos partiendo desde nuestra idea original, pero también poniendo cuidado al tema de precios ya que es muy importante como aspecto que ellos ponen a la hora de comprar una prenda de vestir.

Pregunta 5: ¿Dónde compra la ropa para bebés/o niños?	
Respuesta	Porcentaje %
Centro Comerciales	50%
Tiendas como éxito, onli y Arequipe	30%
Tiendas de Barrio	20%
Total general	100%

TABLA 7: ANÁLISIS ESTADÍSTICO DEL LUGAR DONDE COMPRAN LA ROPA PARA NIÑOS
FUENTE: AUTORES DEL PROYECTO

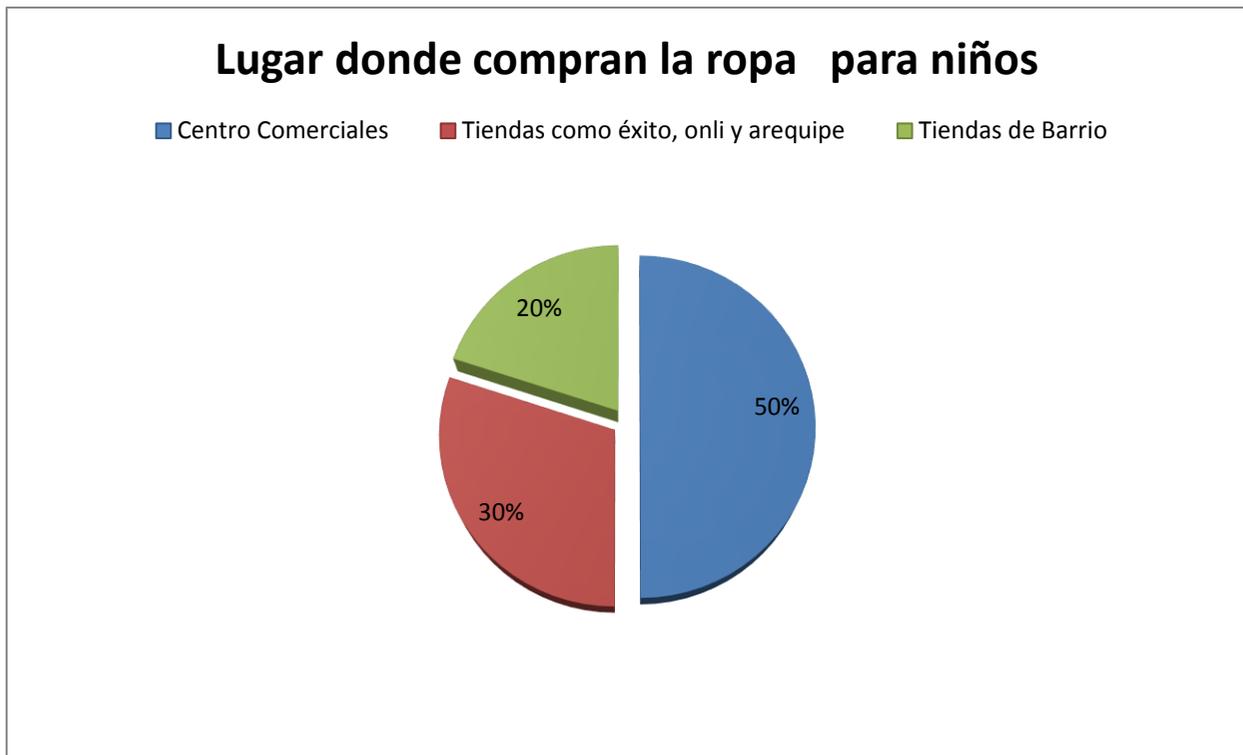


FIGURA 6: GRAFICA DEL LUGAR DONDE COMPRAN LA ROPA PARA NIÑOS
FUENTE: AUTORES DEL PROYECTO

Los centros comerciales son un factor muy clave, para nosotros ya que las familias ven este punto muy integral al tener desde diversión, compras de mercado entre otras la más importante ropa y calzado ya que ahí se sienten mucho más cómodos y en confianza en llevar los productos o servicios que en el establecimiento tenga.

Pregunta 6: ¿Qué prenda le compra más a su hijo?	
Respuesta	Porcentaje %
Camisas	15%
Chaqueta	10%
Pantalones Jean	50%
Otros	20%
Shorts	5%
Total general	100%

TABLA 8: ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE LA PRENDA QUE MAS COMPRAN PARA NIÑOS

FUENTE: AUTORES DEL PROYECTO

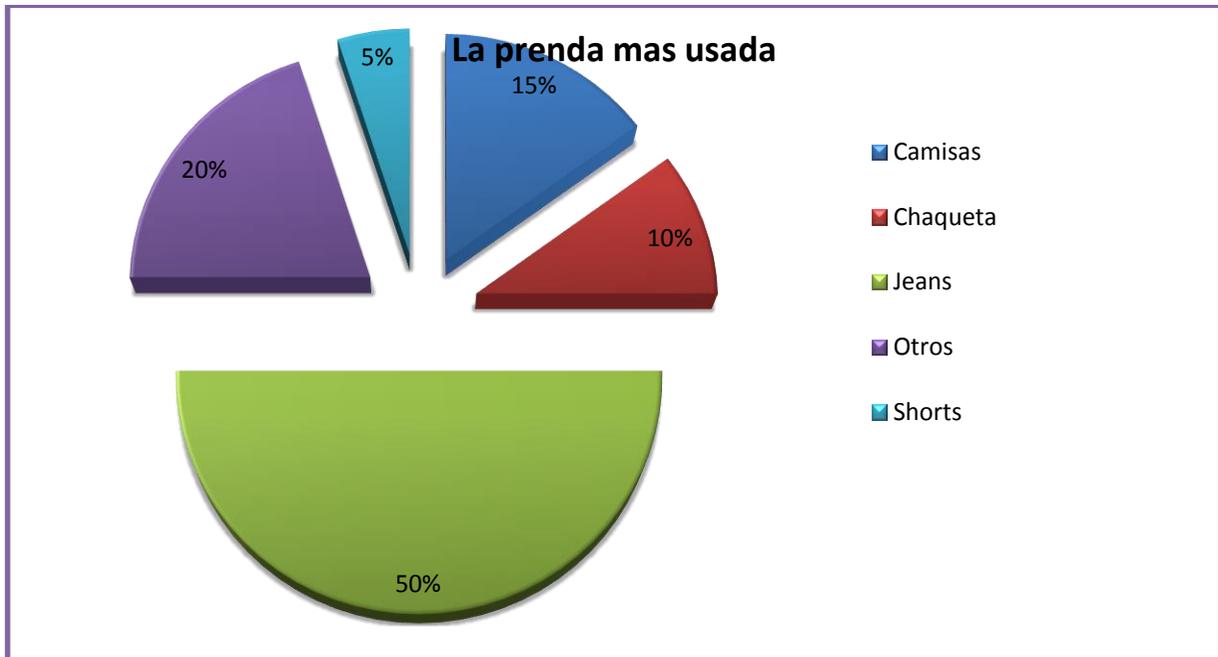


FIGURA 7: GRAFICA DE LA PRENDA QUE MÁS COMPRAN PARA NIÑOS

FUENTE: AUTORES DEL PROYECTO

Fue una de las preguntas claves, que se desarrolló y que dio como resultado la creación de una de las prendas más usadas por las personas, de ahí se parte la gran idea en buscar cómo quieren vestir ese Jean, como lo quieren ver en sus closet.

Pregunta 7: ¿Conoce la venta de ropa para niños por medio de una APP?	
Respuesta	Porcentaje %
No	65%
Si	35%
Total general	100%

TABLA 9: ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE COMPRA DE ROPA PARA NIÑOS POR UNA APLICACIÓN MOVIL.
FUENTE: AUTORES DEL PROYECTO

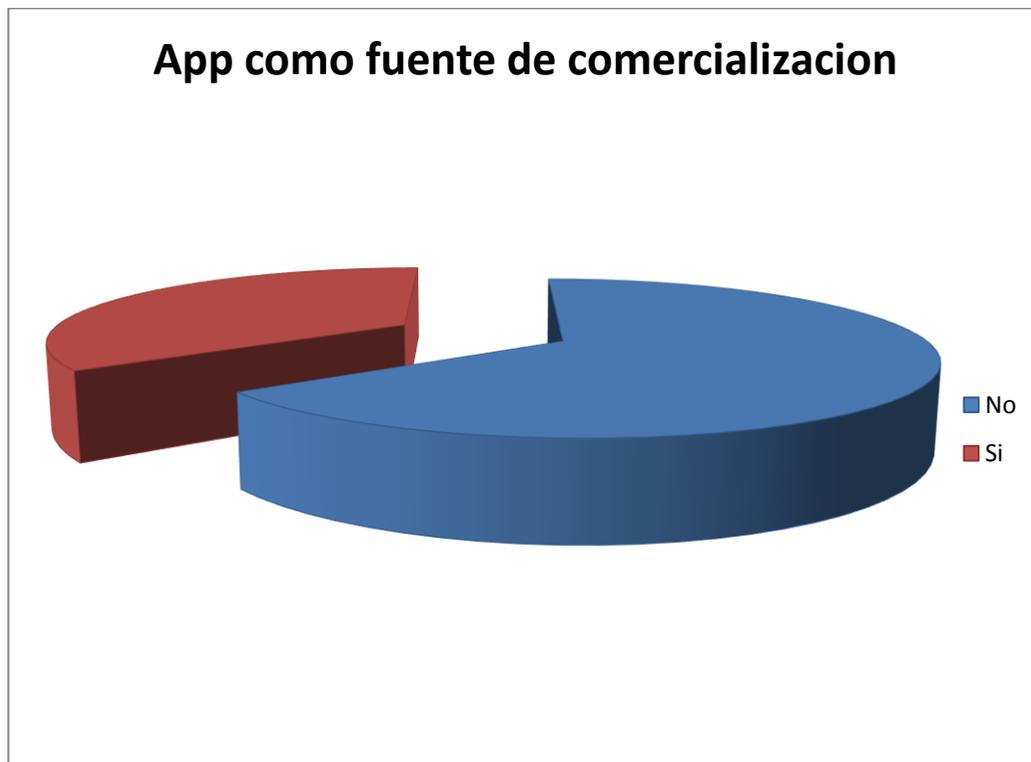


FIGURA 8: GRAFICA COMPRA DE ROPA PARA NIÑOS POR UNA APLICACIÓN MOVIL.
FUENTE: AUTORES DEL PROYECTO

Se pudo encontrar que del 100% de las personas encuestadas un 35% si la conocen y hablan de la página éxito, como la más común en bosa. Con esto damos lo innovador de baby shop creando la App y prestando el servicio de que se reconozca el producto por este canal.

Pregunta 8: ¿Cuánto está dispuesto usted a pagar por la ropa de su hijo?		
Respuesta		Porcentaje %
\$	20.000	15%
\$	50.000	30%
\$	150.000	25%
	160.000 o más	30%
Total general		100%

TABLA 10: ANÁLISIS ESTADÍSTICO DEL DINRO QUE ESTAN DISPUESTOS A PAGAR POR LA COMPRA DE LA ROPA DE LOS NIÑOS
FUENTE: AUTORES DEL PROYECTO



FIGURA 9: GRAFICA DEL DINRO QUE ESTAN DISPUESTOS A PAGAR POR LA COMPRA DE LA ROPA DE LOS NIÑOS.
FUENTE: AUTORES DEL PROYECTO

Se puede observar que las personas tienen dos topes más o menos medibles en cuanto a la compra de la ropa de los niños, una es que compran por que van de paseo y la otra es cuando cumplen años en navidad que son las dos fuentes donde se compra más ropa.

Pregunta 9: ¿Que considera más importante, a la hora de comprar ropa por internet?	
Respuesta	Porcentaje %
Ahorro de Tiempo	5%
Amplio catálogos de Productos / Fotografías	45%
Facilidad para Realizar el pago	5%
Seguridad de la Compra	45%
Total general	100%

TABLA 11: ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE LA IMORTANCIA DE LA COMPRA DE ROPA POR INTERNET
FUENTE: AUTORES DEL PROYECTO

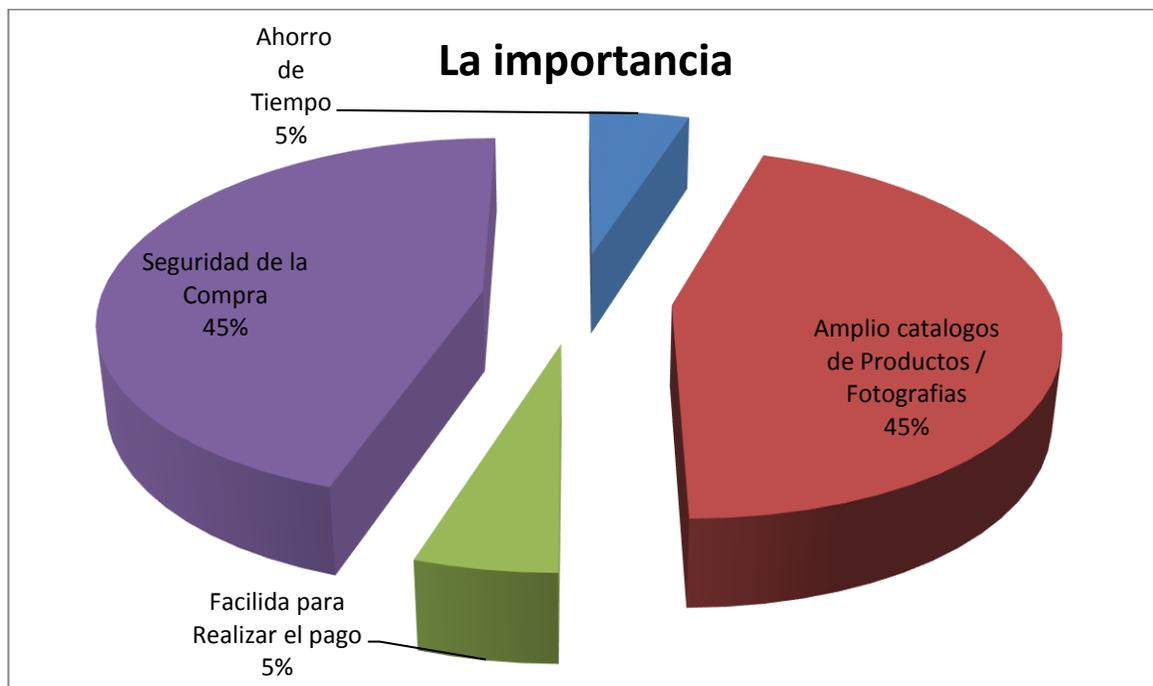


FIGURA 10: GRAFICA DE LA IMORTANCIA DE LA COMPRA DE ROPA POR INTERNET

FUENTE: AUTORES DEL PROYECTO

Es donde nos podemos centrar en las características a la hora de comercializar el producto por este canal de distribución, práctico cómodo, pero sin la opinión del cliente es muy difícil sacarla efectiva.

Pregunta 10: ¿Si existiera una nueva marca de ropa, para bebes y niños, que línea de ropa considera que sería la más atractiva a la hora de la compra?	
Respuesta	Porcentaje %
Clásica (animales, paisajes)	30%
Deportes.(equipos de futbol)	20%
Moda Europea	5%
Super Heroes(Batman, Super Man, Flash)	45%
Total general	100%

TABLA 12: ANÁLISIS ESTADISTICO DE LA LINEA DE ROPA QUE SE ESCOGERA AL MOMENTO DE REALIZAR LA COMPRA

FUENTE: AUTORES DEL PROYECTO

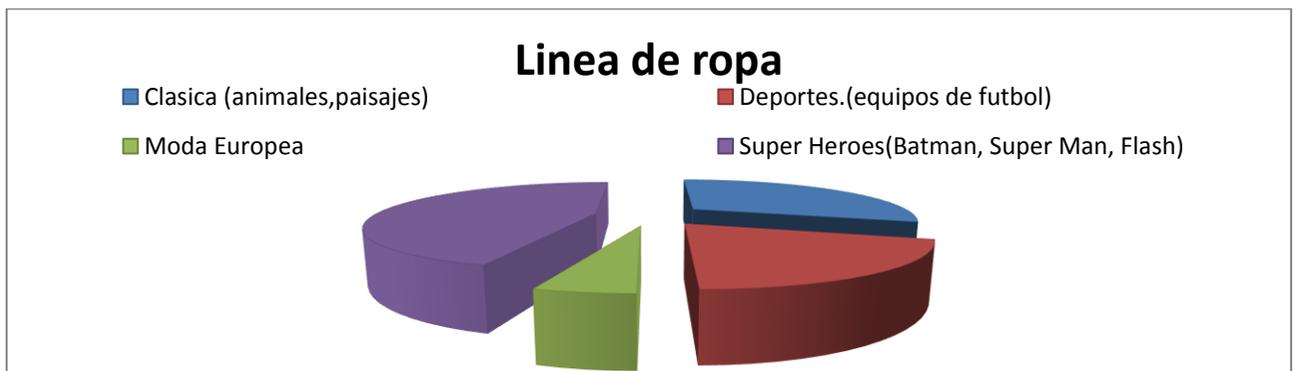


FIGURA 11: GRAFICA DE LA LINEA DE ROPA QUE SE ESCOGERA AL MOMENTO DE REALIZAR LA COMPRA

FUENTE: AUTORES DEL PROYECTO

Del 100 % de personas encuestadas escogen el 45 % llamándonos la atención los ejemplares de los súper héroes, pero queremos incentivar, más en algo que no sea tan de cuentos mágicos si no, llevando de una u otra a la participación al futbol colombiano.

3.3. PENTAGONO DE PERFILACION DE CLIENTES FINAL

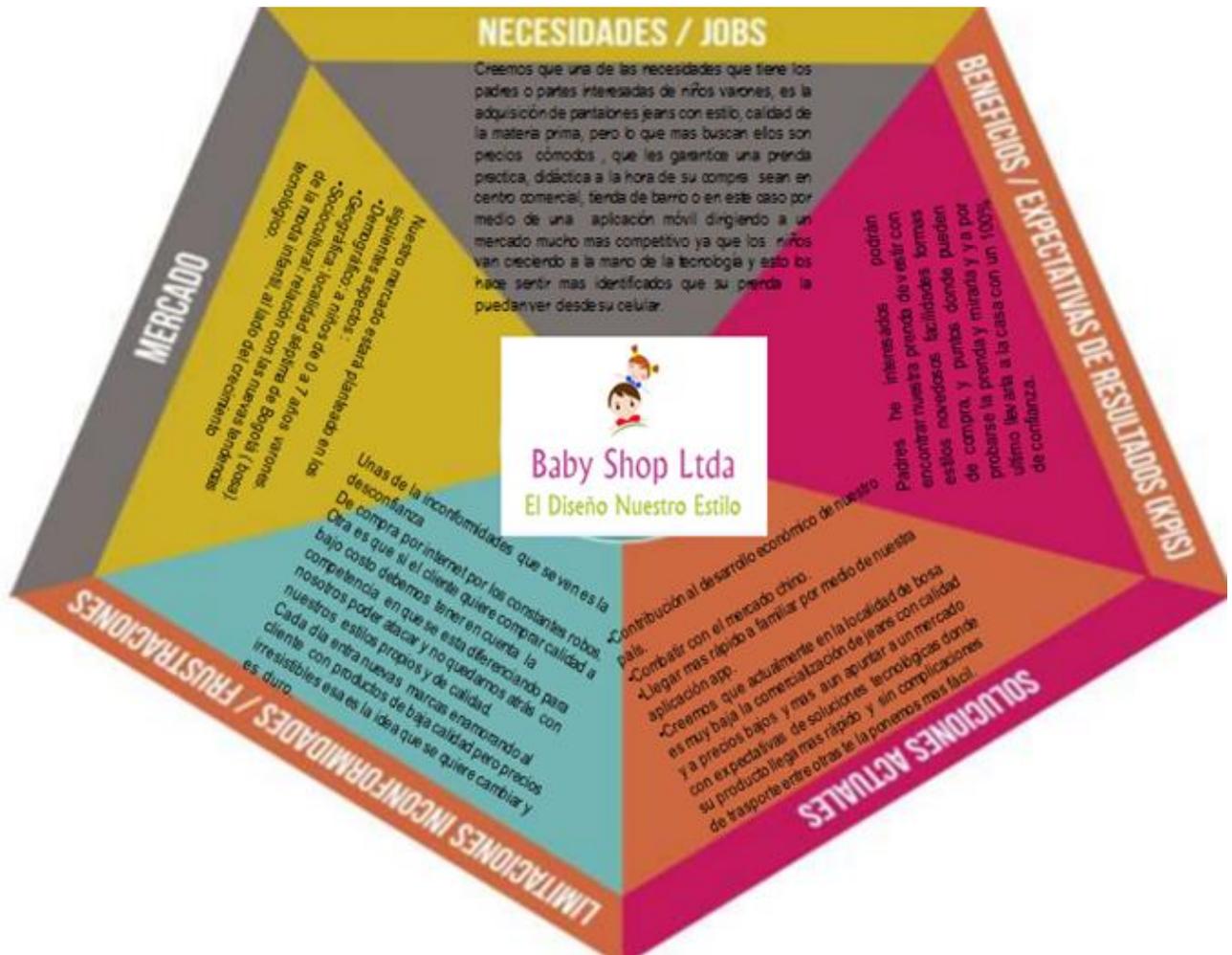


FIGURA 12: PENTAGONO

FUENTE: AUTORES DEL PROYECTO

CAPITULO 4

4. PROTOTIPO.

4.1. DESCRIPCION DEL PRODUCTO Y SERVICIO.

Baby Shop Ltda., diseñara y comercializara jeans para niños de 0 a 7 años de edad que estarán enfocados a equipos de futbol colombianos de la siguiente manera:

- ✓ Tela de jean antialérgica que no afecte la piel de los niños.

- ✓ Tela elástica para más comodidad del niño a la hora de jugar.
- ✓ Cintura tipo sudadera para más confianza y sin necesidad de estar poniendo accesorios alternos a la prenda.
- ✓ Accesorios de equipos de futbol colombianos que estarán en el bolsillo de la parte trasera del pantalón.
- ✓ Remaches, y rotos en la parte delantera del pantalón para ajustarnos a la moda mundial.
- ✓ Jean entubado para dar más estilo al pantalón.

4.1.1. MAPA DE PROCESOS

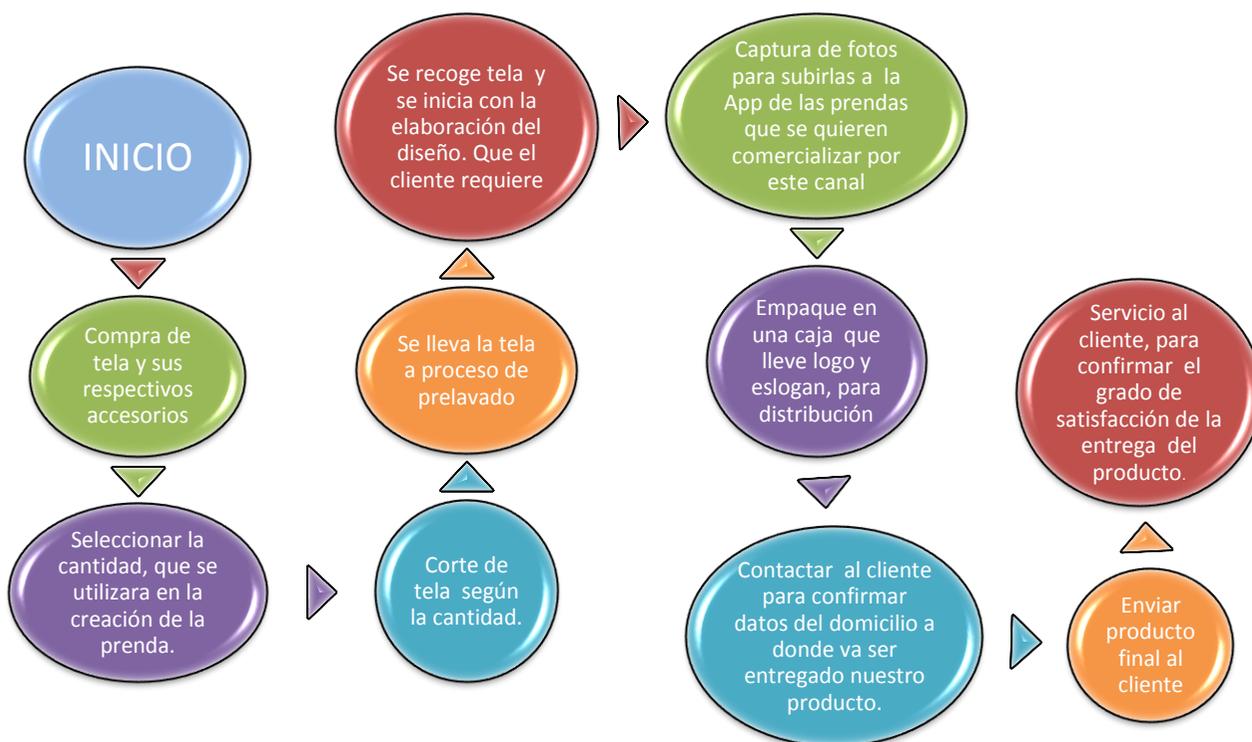


FIGURA 13: MAPA DE PROCESOS

FUENTE: AUTORES DEL PROYECTO

4.2. FICHA TECNICA.

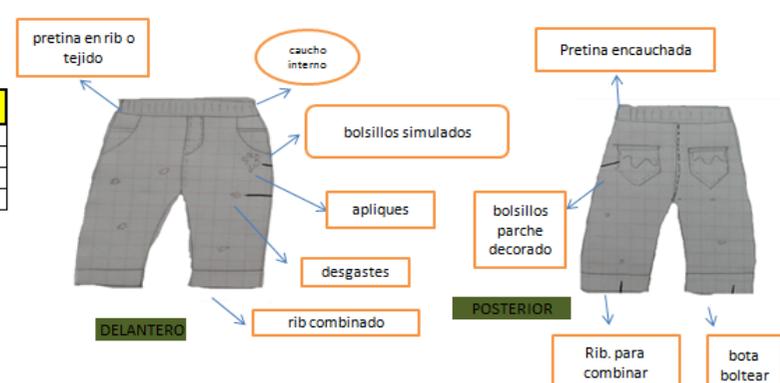
		ESPECIFICACIONES TECNICAS DEL PROTOTIPO DE LA COLECCIÓN FINAL					
Nombre:	JEANS COLOMBIANITOS	Prototipo:	PANTALON	Genero:	MASCULINO	Temporada:	MUNDIALISTA
Fecha:		Ocacion de uso:		Hecho por:	Sindy Julieth Gonzalez Chaparro- Andrea Ochoa		
ESPECIFICACIONES CONFECCION							
MEDIDAS 9-12 MESES							
Contorno cintura	51 cm						
Contorno cadera	54 cm						
Largo pantalon	42cm						
Tiro	16cm						

TABLA 13: FICHA TECNICA DE 9 A 12 MESES DE EDAD

FUENTE: DISEÑADORAS BABY SHOP LTDA

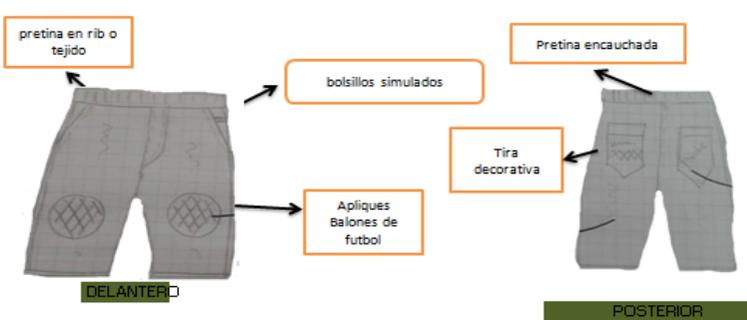
		ESPECIFICACIONES TECNICAS DEL PROTOTIPO DE LA COLECCIÓN FINAL					
Nombre:	JEANS COLOMBIANITOS	Prototipo:	PANTALON	Genero:	MASCULINO	Temporada:	MUNDIALISTA
Fecha:		Ocacion de uso:		Hecho por:	Sindy Julieth Gonzalez Chaparro- Andrea Ochoa		
ESPECIFICACIONES CONFECCION							
MEDIDAS 2-3 AÑOS							
Contorno cintura	56 cm						
Contorno cadera	58 cm						
Largo pantalon	52cm						
NOTA: todos los jeans tienen desgastes y tratamientos hechos a mano							

TABLA 14: FICHA TECNICA DE 2 A 3 AÑOS

FUENTE: DISEÑADORAS BABY SHOP LTDA

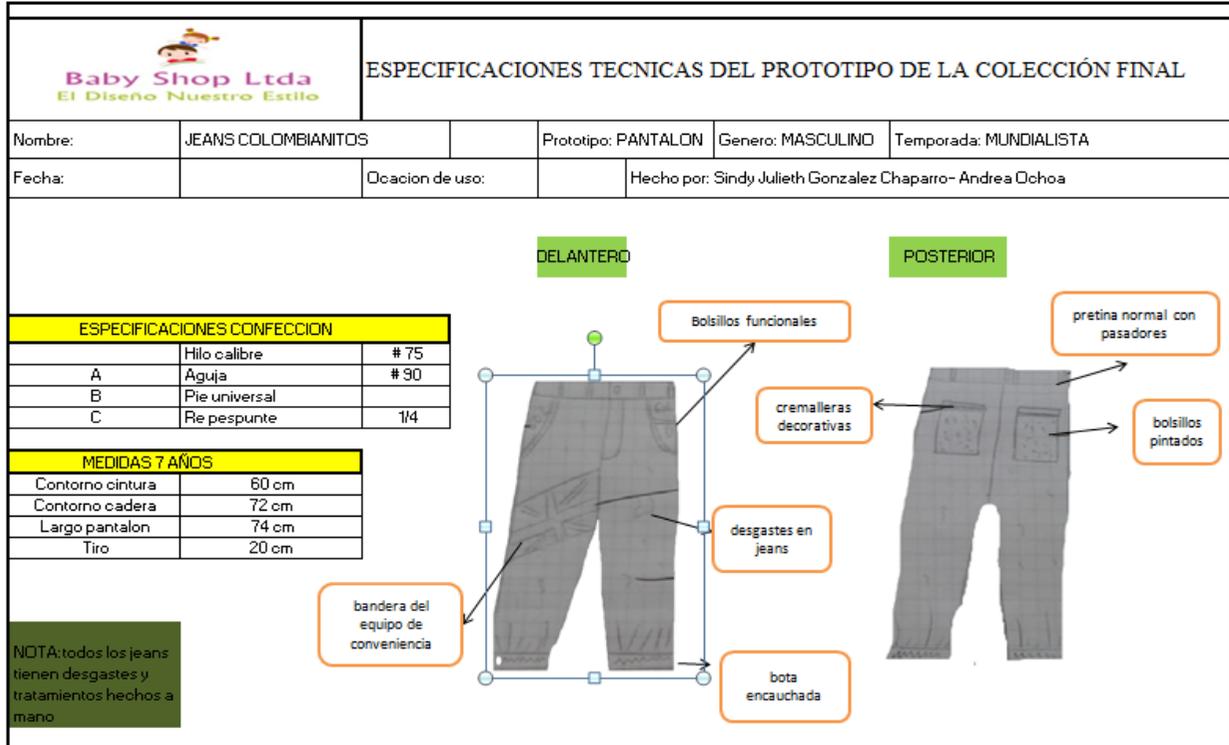


TABLA 15: FICHA TECNICA 7 AÑOS

FUENTE: DISEÑADORAS BABY SHOP LTDA

4.2.1. PLANOS

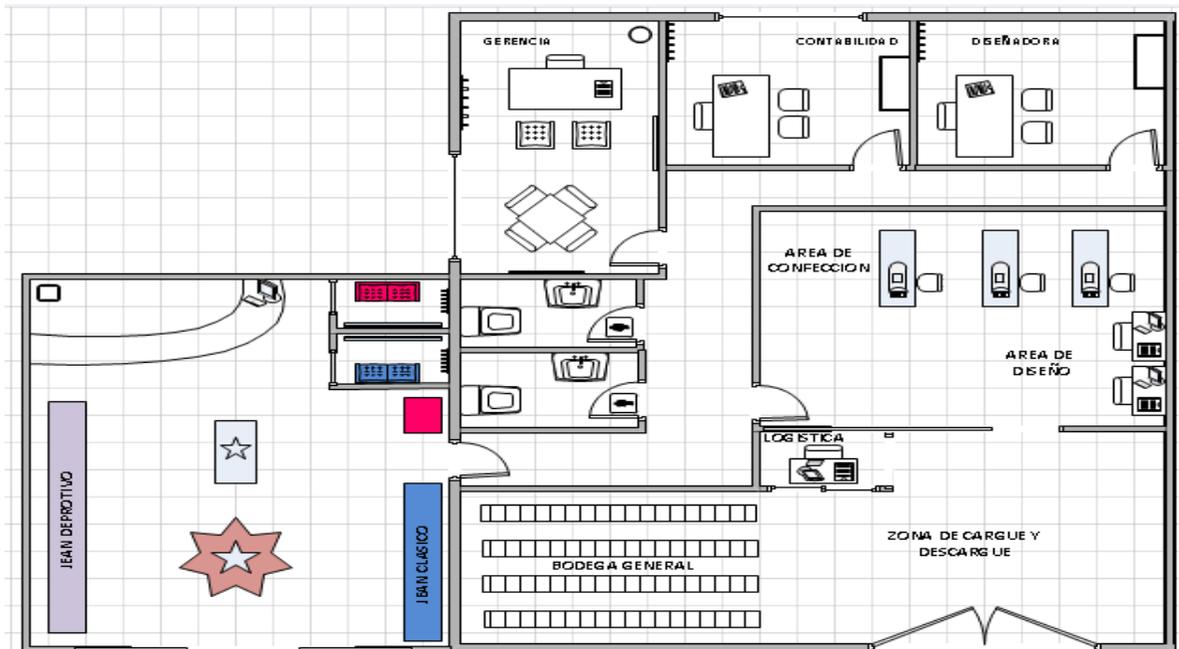


FIGURA 13: PLANTA BABY SHOP

FUENTE: AUTORES DE PROYECTO

CAPITULO 5

5. PLANEACION ESTRATEGICA

5.1. IDENTIDAD ESTRATEGICA



FIGURA 14: LOGOTIPO BABY SHOP LTDA

FUENTE: AUTORES DEL PROYECTO

Baby Shop LTDA, se caracterizara por la creación de diseños exclusivos de jeans para niños, con enfoque al futbol colombiano, generando un gran diferencial en esta prenda al momento de ser escogida por las familias, por su estilo, su garantía y su forma de adquisición que será también encontrada por una App.

Teniendo en cuenta, que es escasa o casi imposible de encontrar en el mercado de la moda infantil pantalones jeans que lleven dibujos alusivos a su equipo de preferencia.

5.2. FUTURO PREFERIDO

5.2.1. MISION

Ser la empresa colombiana líder en la confección y comercialización de jean para niños con mayor cobertura global, ofreciendo prendas de excelente calidad y a la vanguardia de la moda infantil, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes, con equipo humano calificado y comprometido, que nos llevara a cumplir con los objetivos de nuestra compañía.

5.2.2. VISION

Para el 2021 la marca Baby Shop Ltda. Será una empresa reconocida por sus buenas prácticas sociales, ambientales y económicas, orientándonos a satisfacer las necesidades de nuestros clientes, con un equipo de trabajo competitivo y enfocándonos siempre a la vanguardia de la moda infantil, innovando e implementando las nuevas tecnologías para una gestión integral del servicio.

5.3. OBJETIVOS EMPRESARIALES

5.3.1. OBJETIVO GENERAL

Ser el líder número uno, en el mercado de la moda infantil dedicado al diseño, confección y venta de jeans con estilo deportivo, siendo alusivos al futbol colombiano, permitiendo al cliente satisfacer sus necesidades, como también aportando calidad, competitividad y rentabilidad al desarrollo económico de nuestro país.

5.3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ✓ Comprender las diferentes dinámicas del mercado de la moda infantil, en cuánto a una prenda de vestir que sería el caso del pantalón jeans, para niños teniendo en cuenta su historia, desarrollo de los comportamientos que el cliente le da al momento de la compra.
- ✓ Obtener un crecimiento del 100%, estructurado de la siguiente forma: venta del producto, excelente distribución, trabajo en equipo para obtener metas extraordinarias y fidelización del cliente con una participación del 45%, satisfacción del cliente, en cuanto al servicio por medio de la aplicación de un 10%, cumpliendo con estándares de calidad, compromiso e innovación en el mercado colombiano de un 45%.

- ✓ Aumentar el grado de interés por la aplicación que prestara los servicios, como uno de los canales de distribución y donde podrán ver el producto sus precios, ofertas entre otras características que nos contribuye la App.
- ✓ Puntualizar la inversión en recursos físicos y financieros que se necesitan en el momento de la puesta en marcha del proyecto, para evitar un margen de riesgo posible que se pueda tener.

5.4. VALORES CORPORATIVOS.

- ✓ **Igualdad:** En Baby Shop todos tendrán el mismo trato y condiciones de desarrollo sin discriminación de sexo, etnia, religión, color, capacidad intelectual o física.
- ✓ **Equidad:** Se respetara los derechos de cada uno de nuestros colaboradores según como lo dice la ley.
- ✓ **Honestidad:** En Baby Shop todos los colaboradores y asociados se enmarcan por la horades y transparencia en su conducta dentro y fuera de la empresa.
- ✓ **Autoayuda:** En Baby Shop nuestros colaboradores se destacan por sus esfuerzos, sus aportes para beneficio de la empresa y trabajo en equipo.
- ✓ **Solidaridad:** El trabajo en equipo será lo primordial en Baby Shop por esto nuestros colaboradores sobresalen por el apoyo y la felicidad colectiva.
- ✓ **Autorresponsabilidad:** Los colaboradores de Baby Shop deberán cumplir activamente y con responsabilidad cada proceso que se halla asignado para cumplir con el objetivo de la empresa.

6. ANALISIS DE MACROENTORNO

6.1. PESTEL

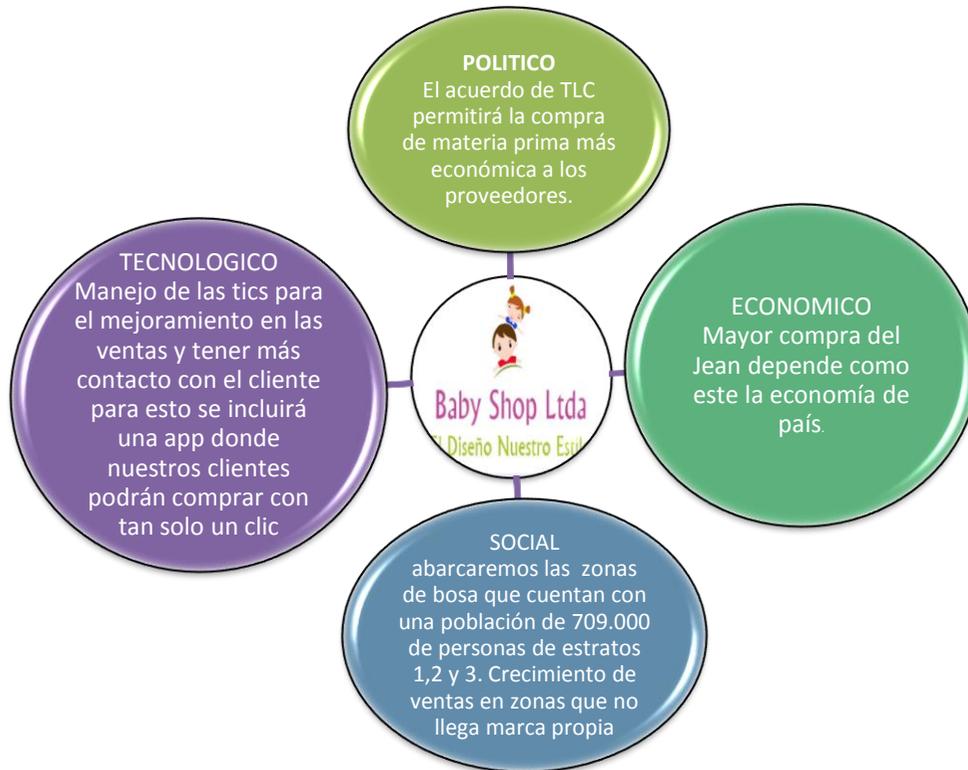


FIGURA 15: PESTEL

FUENTE: AUTORES DEL PROYECTO

6.1.1. POLITICO

Gracias a la firma de TLC con EE.UU y que muchos países vienen al nuestro a comercializar con sus productos, la materia prima que se debe comprar para la confección de los jeans será más económica y nos beneficiara a la hora de cobrarle al cliente final.

6.1.2. ECONOMICO

Depende en como este la economía del país ya que la ropa no es una necesidad primordial y si la economía de las familias es baja estarán como prioridad necesidades más importantes que estar a la moda.

6.1.3. SOCIAL

Existe creciente interés por imagen personal y últimamente hemos notado que para los padres a aumentado la necesidad de vestir a sus hijos a la moda.

6.1.4. TECNOLOGICO

La tecnología es un factor que afecta enormemente a las empresas y que muchas de ellas invierten mucho en este aspecto. Para Baby Shop es muy importante este espacio por eso se vio la necesidad de crear una app que nos lleva a tener otro canal de distribución más eficiente y más fácil en cuanto a contacto con el cliente ya que con tan solo un clic el cliente podrá tener el producto a minutos en su casa.

6.2. CINCO FUERZAS DE PORTER



FIGURA 16: CINCO FUERZAS DE PORTER
FUENTE: AUTORES DEL PROYECTO

6.2.1. RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES EXISTENTE.

Para Baby Shop es muy importante la identificación de nuestros competidores y como vamos a marcar la diferencia y valor agregado ante ellos para esto se analizaran estrategias que nos permita superar y generar mejor competitividad ante estas empresas

- ✓ Diferenciación en costo
- ✓ Catálogo de los jeans
- ✓ Calidad en las telas para la fabricación de los jeans
- ✓ Adquirir nuevas características a la hora de diseñar los jeans

6.2.2. NUEVOS COMPETIDORES

En Colombia la facilidad que tienen los extranjeros para importar sus productos y comercializarlos es frecuente uno de estos países es china, que comercializa sus productos a precios muy bajos pero con una calidad muy baja a los que fabricamos aquí en el país esto nos lleva a pensar cómo combatir esta amenaza y hemos llegado a las siguientes estrategias:

- ✓ Diferenciación en el producto, Baby Shop confeccionara su propio jean que tendrá como diferenciador el tema de futbol ya que en el mercado no se encuentran estos estilos además la materia prima será flexible para la comodidad del niño.
- ✓ Identificación de la marca, se harán alianzas estratégicas con los almacenes infantiles de la localidad de bosa y grandes superficies como son onli, almacenes éxito, etc... donde implementaremos la estrategia de concesión así daremos a recocer la marca y reconocimiento en el mercado.
- ✓ Bajos costos
- ✓ Calidad en el jean

6.2.3. PRODUCTOS SUSTITUTOS

En el mismo almacén de Baby Shop estarán exhibidos productos sustitutos como los son pantalones en dril, sudadera, etc.

6.2.4. NEGOCIACION CON LOS PROVEEDORES

EL análisis de poder de negociación con los proveedores en este caso es sencilla ya que la materia prima que se requiere para la confección de los jeans tiene bastante mercado y es sencillo encontrarla para esto generamos la siguiente estrategia:

- ✓ Realizar alianzas estratégicas con las empresas que nos proveen de la materia prima a un costo bajo.

6.2.5. NEGOCIACION CON EL CLIENTE

La persona que adquiere por último el producto es el que define el precio del producto ya que hay varios almacenes que pueden dar el jean más económico, pero ahí es donde nosotros y los vendedores entramos a competir con mercancía de mejor calidad y con estilo que estén a la vanguardia de la moda infantil en Colombia satisfaciendo esas necesidades.

7. CONCLUSIONES

El proyecto que se desarrolló, presento varios cambios ya que se planteaba confeccionar ropa en general para niños sin importar la edad, estrato y aún más no se tenía el diferencial que le pondría color a nuestra idea, al realizar el mercadeo en la localidad de bosa con la encuesta se pudo evidenciar, que la dirección era confeccionar una prenda rentable, y que el mismo cliente pidiera en este caso, una de las preguntas era como le gustaría vestir a su hijo, respondiéndola con equipos de futbol, se mostró interés en ello y se puso en marcha nuestro proyecto.

Aunque hay cierta desconfianza en la comprar por internet, nos ponemos el reto de lograr vender un producto innovador, para ir creciendo a la vanguardia de la tecnología y no quedarnos atrás de otras marcas más desarrolladas.

Dándonos cuenta que partimos de algo tan pequeño y visionarnos a un futuro con grandes estrategias de mercado, se puede proyectar la idea ya que hay bastante campo al mira las cifras en Colombia de niños nacidos que reporta el DANE y poderla poner en marcha, es un reto ya que el mercado estará en constante crecimiento.

Terminando la creación de la idea, nos podemos dar cuenta que hemos puesto todos nuestro conocimientos en práctica y hemos adquirido muchos más conocimiento, en cómo darle forma a una idea sin conocer de ella, pero investigando se juega, se pinta y se pone en marcha. En otras palabras conocimos mucho sobre la confección, estilos y ventas de ropa para niños en Colombia y se puede evidenciar que es un negocio muy rentable.

8. BIBLIOGRAFIA

- https://issuu.com/3ciencias/docs/caso_sector_textil_hogar_infantil
- <https://www.crecenegocios.com/el-modelo-de-las-cinco-fuerzas-de-porter/>
- <http://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/139/Factores%20y%20estrategias%20del%20sector%20textil-confecci%C3%B3n-dise%C3%B1o%20y%20moda%20de%20Antioquia%20para%20aprovechar%20competitivamente%20las%20oportunidades%20comerciales%20que%20ofrece%20el%20TLC%20con%20los%20Estados%20Unidos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis188.pdf>
- <http://dspace.umh.es/bitstream/11000/2272/6/TFG%20Blasco%20S%C3%A1nchez%20C%20Jos%C3%A9%20Javier.pdf>
- <http://www.dane.gov.co/>

9. ANEXOS

1. Sexo	2. Rango de edad.	3. ¿Le merece la apertura de una tienda de ropa?	4. ¿Qué aspectos le llama la atención a la hora de comprar ropa en una tienda?	5. ¿Dónde compra la ropa para bebés/niños?	6. ¿Qué prenda le compra más a su hijo?	7. ¿Compraría ropa para niños por medio de una tienda en línea?	8. ¿Cuánto está dispuesto usted a pagar por la ropa de su hijo?	9. ¿Qué consideras como importante que debe ofrecer una tienda de ropa en línea para niños?	10. ¿Qué marcas de ropa para niños, que línea consideras que sería la más adecuada?
Mujer	18-25	Normal	Diseños nuevos y estilos originales	Tiendas de Barrio	Camisas	No	160.000 o más	Amplio catálogos de Productos / Fotografías	Super Heroes(Batman Man, Flash)
Hombre	31-35	Normal	Marca	Centro Comerciales	Otros	No	150000	Amplio catálogos de Productos / Fotografías	Super Heroes(Batman Man, Flash)
Mujer	18-25	Muy interesante	Precio	Tiendas de Barrio	Otros	Si	50000	Amplio catálogos de Productos / Fotografías	Clasica (animales,pais)
Mujer	26-30	Normal	Diseños nuevos y estilos originales	Centro Comerciales	Chaqueta	Si	160.000 o más	Amplio catálogos de Productos / Fotografías	Super Heroes(Batman Man, Flash)
Hombre	31-35	Interesante	Diseños nuevos y estilos	Centro Comerciales	Jeans	Si	150000	Facilita para Realizar el pago	Deportes.(equipos de Super Heroes(Batman Man, Flash)
Mujer	18-25	Muy interesante	Diseños nuevos y estilos originales	Centro Comerciales	Jeans	No	50000	Seguridad de la Compra	Super Heroes(Batman Man, Flash)
Hombre	31-35	Normal	Marca	Centro Comerciales	Jeans	Si	160.000 o más	Seguridad de la Compra	Deportes.(equipos de Super Heroes(Batman Man, Flash)
Mujer	31-35	Interesante	Precio	Tiendas como éxito, onli y arequipe	Jeans	No	50000	Amplio catálogos de Productos / Fotografías	Super Heroes(Batman Man, Flash)
Mujer	31-35	Muy interesante	Precio	Tiendas como éxito, onli y arequipe	Jeans	No	150000	Seguridad de la Compra	Super Heroes(Batman Man, Flash)
Mujer	18-25	Muy interesante	Precio	Tiendas de Barrio	Otros	No	50000	Amplio catálogos de Productos / Fotografías	Clasica (animales,pais)
Hombre	26-30	Muy interesante	Precio	Centro Comerciales	Camisas	Si	160.000 o más	Amplio catálogos de Productos / Fotografías	Super Heroes(Batman Man, Flash)
Hombre	18-25	Normal	Marca	Centro Comerciales	Jeans	Si	150000	Seguridad de la Compra	Deportes.(equipos de Super Heroes(Batman Man, Flash)
Mujer	18-25	Muy interesante	Diseños nuevos y estilos originales	Tiendas como éxito, onli y arequipe	Jeans	Si	160.000 o más	Amplio catálogos de Productos / Fotografías	Super Heroes(Batman Man, Flash)
Hombre	26-30	Interesante	Calidad de telas	Tiendas como éxito, onli y arequipe	Camisas	No	150000	Amplio catálogos de Productos / Fotografías	Clasica (animales,pais)
Mujer	18-25	Normal	Diseños nuevos y estilos	Centro Comerciales	Chaqueta	No	50000	Seguridad de la Compra	Moda Europea
Mujer	31-35	Interesante	Diseños nuevos y estilos	Tiendas como éxito, onli y arequipe	Jeans	No	20000	Seguridad de la Compra	Clasica (animales,pais)
Mujer	41 años	Interesante	Precio	Tiendas de Barrio	Jeans	No	20000	Seguridad de la Compra	Clasica (animales,pais)