



OPCIÓN DE GRADO

INNOMODA LTDA

JORGE BARBOSA

GRUPO: 19201

BOGOTÁ DC.

2018

Contenido

INTRODUCCION.....	4
DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO	5
JUSTIFICACIÓN	6
ANTECEDENTES.....	8
OBJETIVO GENERAL.....	8
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	9
MISION	9
VISION	9
VALORES.....	10
MARCO LEGAL.....	11
ANALISIS DE PESTEL	12
Tratados de libre comercio que beneficien mi idea de negocio:	12
8.2 Sector – Subsector – Indicadores Económicos:	13
8.2.1 Sector económico:	13
8.2.2 Subsector económico:.....	13
8.2.3 Indicadores Económicos:	13
8.4 Demografía:	15
8.5 Tendencia Cultural:	15
8.6 Tecnología:.....	16
8.7 Impacto ambiental de la propuesta:.....	16
CINCO FUERZAS DE PORTER	18
DOFA.	19
CADENA DE VALOR	21
11.1 Infraestructura:	21
11.2 Gestión del Recurso Humano:	21

11.3 Desarrollo Tecnológico:	22
11.4 Logística de Entrada:	22
11.5 Operacionales:	23
11.6 Logística de Salida:	23
11.7 Marketing y Ventas:	23
11.8 Servicios:	24
12.1 PRECIO:	25
12.2 PRODUCTO:	25
12.3 PROMOCION:	26
12.3 PLAZA:	26
13. VENTAJA COMPETITIVA	29
MODELO DE NEGOCIOS CANVAS.	30
SEGMENTO:	30
PROPUESTA DE VALOR:	30
CANALES:	30
RELACION CON LOS CLIENTES:	30
FUENTES DE INGRESOS:	31
ACTIVIDADES CLAVE:	31
RECURSOS CLAVE:	31
ALIANZAS:	32
COSTOS:	32
MARCA	33



INTRODUCCION

Una prenda de vestir aunque a muchos les suene como a una simple prenda de vestir va más allá de solo protegernos del frío o del sol trata de mostrar nuestro estilo de vida, nuestro modo de pensar lo que queremos lograr. Sentirnos únicos, diferentes vanguardistas, las prendas de vestir son tan importantes en nuestra vida que han logrado un empoderamiento de nuestras costumbres, moda y tendencias.

Por eso un proyecto empresarial que le permita a las personas no solo escoger una variedad de prendas de vestir diferentes, de diseñadores con nuevas perspectivas, sino que además de tener una prenda de vestir exclusiva se cuente con la opción de modificarla, de hacerla más propia, lo consideramos un paso más en la búsqueda de la identidad del cliente.

DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

Empresa de confección y creación de nuevas tendencias en ropa colombiana. Se busca con esto dar oportunidad a nuestros emprendedores colombianos en confección de nuevas tendencias, para que sus creaciones sean conocidas por todos; dando así oportunidad de crecimiento personal y profesional a los que gracias a su interés particular por la confección de nuevas tendencias puedan generar crecimiento y desarrollo a nuestro país.

La propuesta es crear una empresa de confección que recoja todas las ideas y proyectos de nuestros emprendedores cunistas del programa de "Diseño de Modas" para así apoyar el crecimiento de los mismos y no limitar su capacidad de innovación al desarrollo de nuevas tendencias en empresas grandes que buscan beneficiarse de nuevos creativos para poder generar grandes dividendos.

La empresa de confección se dividirá en cuatro partes para comenzar; la primera sería la parte innovadora, dando un espacio a nuestros creativos para realizar nuevas prendas de vestir y además se dará un espacio a nuestros clientes para que puedan realizar modificaciones y propuestas a las creaciones ya hechas por nuestros colaboradores de diseño. La segunda es la parte de confección o la parte operativa, se adecuara un taller con la maquinaria e insumos necesarios, dando un plus y es la implementación de la impresora 3D de prendas, la cual permitirá realizar cambios antes de la fabricación, así se podrá garantizar un espacio adecuado que permitirá el desarrollo óptimo de nuestras confecciones. La tercera parte del proyecto es la comercialización de nuestros productos, en esto nos encargaremos de llegar a nuestro nicho de mercado de distintas formas, abarcando así todas las posibilidades de comercialización que existen en el momento y también innovando con nuevas formas de llegar a nuestro cliente; para esto estarán varias personas que tienen experiencia en comercialización y una alta capacidad de llegar al cliente. Como cuarta parte, tenemos la parte administrativa, la cual se encargara de: Gestionar insumos, recurso humano, dividendos y/o contabilidad,

comercialización, control de la parte operativa, control de maquinaria y demás que se requieran para el buen funcionamiento de la empresa.

La empresa en principio va a satisfacer la necesidad que tienen todos los egresados, tanto de la parte de diseño como de la parte administrativa de poder ejercer su profesión, sin que las demás compañías exijan un certificado de experiencia laboral; además se busca que la innovación en todos los campos no se limite, ya que al emplearse en una compañía ya consagrada, sus funciones se limitaran a realizar lo que los demás le piden que realice. Otro campo que podemos enmarcar es que con la creación de la empresa de "creación" y "confección" de ropa, podemos impulsar el empleo, el crecimiento profesional de nuestros egresados cunistas y la capacidad de innovación de los mismos, ya que no solo se busca innovar en la parte de confección, sino también abrir la puerta a la innovación en la parte de comercialización y porque no en la experimentación de nuevos modelos administrativos no utilizados en Colombia para así poder generar crecimiento a la empresa.

JUSTIFICACIÓN

La elección de la idea de negocio se da porque se ha demostrado que el consumo nacional a nivel de prendas de vestir es grande, por lo que es un mercado al que se puede incursionar e innovar; además viendo la cantidad de estudiantes cunistas del programa de Diseño de Modas y sabiendo que las oportunidades laborales de estos se limitan, queremos darnos a la tarea de impulsar la innovación de los egresados de la cun no solamente dando oportunidad a las creaciones de los diseñadores, sino también a los estudiantes que de alguna u otra manera desean innovar en sus campos, dejando así la puerta abierta para que los profesionales de las demás carreras innoven y se pueda llegar a crear una empresa que impulse a la innovación de nuestro capital humano.

Además enmarcamos los avances tecnológicos a nivel de impresión 3D, la cual permitirá a nuestros clientes darle un plus personalizado a su prenda final.

Las confecciones de nuestra marca de ropa van dirigida a todas las personas del territorio nacional e internacional, ya que la idea es posicionar una marca propia y darla a conocer innovando en la comercialización de la misma.

A lo largo de los años la producción y comercialización de textiles en Colombia ha cambiado, dando paso a nuevas generaciones de innovadores que buscan nuevas tendencias de moda; además Colombia es un mercado muy pluralista, por lo que las personas encargadas de crear nuevas posibilidades en la selección de ropa se dan a la tarea de llegar cada vez más a todos los nichos que se pueda, así poder fortalecer marcas e impulsar el crecimiento y desarrollo de la industria textil y de confección colombiana. Cabe destacar que en los últimos años se ha visto que nosotros somos simplemente un consumidor más de la industria mundial; y que la confección o mejor la creación de nuevas tendencias en moda se limita a países europeos o a estados unidos y que la producción de los mismos se da en gran parte a china dando pie con esto a que nosotros simplemente consumamos creaciones y confecciones de otras culturas y limitando así a nuestros profesionales a ser unos empleados más de la industria.

Si como profesionales colombianos hacemos algo por cambiar esta tendencia mediocre a la que la globalización y las malas administraciones nos han llevado, daremos paso al crecimiento común y al desarrollo no solo de la industria textil, sino también a muchos más campos de la economía de nuestro país.

Un mal pensamiento que tienen nuestros profesionales es el de "poder llegar a una buena empresa" y en algún momento tener un buen cargo; esto está limitando nuestra capacidad de crecimiento e innovación. Si no iniciamos desde un principio a cambiar ese pensamiento mediocre, nuestro país siempre se verá obligado a seguir a países desarrollados que en su mayoría han visto como el capital humano debe prevalecer y ha visto que dando una buena educación un país subdesarrollado se puede convertir en uno desarrollado; por eso la idea es impulsar a la creación de una compañía que su gran logro sea la "innovación" y el impulso a nuestros colaboradores al crecimiento, cabe destacar que la empresa no solo va a innovar en sus confecciones, sino también se dará oportunidad a innovadores en todas las áreas para que estos impulsen la creación de

nuevas estrategias de negocios y de administración; así poder generar un ejemplo para la sociedad colombiana y para todos los profesionales de nuestro país.

La industria de confección textil se estancó en sus creaciones, y las empresas que generan innovación se quedan atrás ya que su modelo administrativo no las lleva al crecimiento, lo que permite que la empresa no surja, ni se posea a nivel internacional. Si nosotros como cunistas innovamos no solo en el campo de la confección, sino también en el de la innovación, comercialización y administración, daremos paso a que la industria colombiana se globalice, y no solo seamos un país consumista sino también un país productor.

ANTECEDENTES

Hemos optado por esta idea debido a la insatisfacción al momento de encontrar prendas de vestir que cumplan en su totalidad con todos los gustos que uno quiere.

Muchas veces se ve que las personas no quedan cien por ciento satisfechas al momento de comprar sus prendas de vestir, debido a que no es lo que buscan a fondo y porque esta misma prenda la va a usar más personas, y no se logra tener ese estilo único en cada quien.

Debido a esto y como es la idea principal, lo que se busca es la innovación en los estilos de las prendas, estos estilos serán marcados algunos por nosotros y otros por los mismos clientes quienes tienen la opción de escoger diseños, colores, formas en sus prendas de vestir. También contando con la participación de los diseñadores que contratemos de la universidad ya que hemos visto que cuentan con una gran capacidad innovadora.

OBJETIVO GENERAL

Crear una empresa de confección de ropa formal e informal, siendo pioneros en nuevos estilos, teniendo muy presente la opinión de los clientes para así satisfacer más las necesidades de todo nuestro cliente externo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Investigar sobre métodos de confección más rápidos para así tener una mejor producción.
- Canal de opinión del cliente para los diseños a producir.
- Realizar un estudio de telas para saber que tanto provecho se les puede dar sin perder la calidad de ellas.
- Generar fuentes de empleo en especial a la comunidad cunista, gracias a la producción en masa.

MISION

Generar prendas de vestir innovadoras, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes por medio de la utilización de la tecnología.

VISION

En el 2025 seremos reconocidos y elegidos por nuestra alta calidad, innovación e implementación de tecnologías en pro del desarrollo industrial de confección de prendas de vestir.

VALORES

Nuestra empresa se destacara por ser fiel promotora de los principios y valores que se tienen así nuestro cliente interno como externo, dentro de los principales valores a destacar tenemos:

- **Puntualidad**, frente a la entrega de los productos y el cumplimiento con nuestros empleados
- **Calidad**, ofreciendo los mejores productos del mercado
- **Comunicación**, esta es primordial tanto interna como externa para el buen desarrollo de nuestra empresa
- **Responsabilidad**, comprometidos con la estabilidad de nuestros trabajadores, como con el cumplimiento así nuestros clientes
- **Originalidad**, este es uno de nuestros valores y principios más importantes ya que brindaremos un sello de originalidad para cada uno de nuestros productos
- **Trabajo en equipo**, se enfatiza en este ya que es primordial para la eficiencia en el desarrollo de las actividades.

MARCO LEGAL

La empresa se constituirá como una sociedad limitada inscrita en la cámara de comercio y tendrá como sede principal la ciudad de Bogotá; dentro de la cual se cumplirá con los requisitos de la matrícula y de inscripción de los libros.

Requisitos legales comerciales:

En la Cámara de Comercio:

- Tramitar el registro de la matrícula mercantil
- Pago de los derechos de matrícula mercantil
- Requisitos legales tributarios
- Requisitos de funcionamiento
- Registro de industria y comercio
- Certificado del uso del suelo
- Licencia sanitaria
- Licencia de seguridad

ANALISIS DE PESTEL

Tratados de libre comercio que beneficien mi idea de negocio:

Los tratados de libre comercio que se han creado en los últimos años sin lugar a dudas han generado grandes beneficios para el país, ya que estos han permitido la comercialización de productos colombianos y también la importación de productos extranjeros, generando así una amplia oferta y demanda mundial en Colombia.

En cuanto a la industria textil y de confección de moda, los aportes de los tratados de libre comercio han contribuido al crecimiento de las organizaciones que se había estancado en un estatus cubo, ya que los productos que estas hacían eran difíciles de comercializar en el exterior por los altos costos de exportación, por lo que los tratados de libre comercio generaron para esta industria en particular una gran proyección global.

Los TLC que han beneficiado a la industria de la moda, son los realizados principalmente con tres grandes potencias capitalistas, Estados Unidos, Canadá y china, estos son los que han contribuido al crecimiento organizacional del mercado textil y han hecho que las marcas y los diseñadores colombianos se den a conocer por todo el mundo, ya que son la puerta de entrada de gran parte del comercio mundial.

Como es de conocimiento de todos la producción china ha permitido que los costes en producción manufacturera se bajen, ya que ellos son la principal potencia productiva del mundo,, por lo que las grandes industrias se aprovechan de esto para generar mas ganancias.

En cuanto a los tratados de libre comercio con estados unidos y Canadá, han contribuido a dar a conocer el producto colombiano, gracias que han abierto las puertas de su mercado a marcas colombianas,, por lo que no es de extrañar ver a un gringo con un sombrero vueltaio o con una guayabera.

Otro gran impacto que han tenido estos tratados de libre comercio son los bajos precios de insumos claves para la realización de productos textiles.

8.2 Sector – Subsector – Indicadores Económicos:

8.2.1 Sector económico: Sector Industrial y Manufacturero. El sector de manufactura industrial provee los equipos y bienes de capital encontrados en las plantas de producción alrededor del mundo. Sus productos ayudan a las empresas manufactureras de todo tamaño a hacer más con menos. Más poder con menos huella. Más control con menos mano de obra. Más producción con menos costo.

El sector de manufactura industrial es amplio y diverso, pero muchos jugadores enfrentan retos similares. Costos incrementales por petróleo, gas natural, acero y cobre están apretando los márgenes, a menos que sean contrarrestados con incrementos en cargos y precios. Clientes reacios a invertir en nuevos equipos ha intensificado la importancia del servicio post-venta. Para resaltar las líneas de producto críticas o expandir el cubrimiento geográfico, algunos jugadores están buscando candidatos de adquisición, mientras otros están buscando desinvertir en unidades de bajo rendimiento. Impuestos locales y nacionales, generalmente administrados a través de múltiples territorios, están bajo revisión y constante cambio. Un llamado de responsabilidad corporativa ha motivado regulación alrededor de controles internos y certificaciones de la gerencia. Un tema compartido en el sector es la necesidad de obtener más de las inversiones en Tecnología y Personas.

8.2.2 Subsector económico: Textil-confección. Por actividades textil-confección hacemos referencia esencialmente a los negocios de moda. De allí la importancia de la tarea del diseño, entendida como una labor creativa y sujeta a las leyes del mercado, de oferta y demanda y a los costos de producción. La labor del diseñador, que no debe ser únicamente un artista sino un profesional con sensibilidad artística y con capacidad de crear un producto de moda capaz de ser vendido es fundamental en esta actividad.

8.2.3 Indicadores Económicos:

La industria textil es en gran medida una de las columnas de la economía colombiana, ya que no solamente ofrece miles de empleos, sino que también fomenta la importación

y la exportación de productos colombianos; a continuación se darán cifras que muestran la importancia de la industria en nuestro país.

“El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane) reportó, mediante la Encuesta Mensual Manufacturera, que en el mes de abril de 2015 el personal ocupado por la industria presentó una variación de 1,5 por ciento frente a igual mes de 2014.

De acuerdo con el tipo de vinculación, el personal contratado a término indefinido aumentó 2,8 por ciento y el personal a término fijo disminuyó 0,3 por ciento. Según área funcional el personal vinculado directamente con los procesos de producción en la industria creció 1,4 por ciento y el vinculado a labores administrativas y de ventas creció 1,7 por ciento. En abril de 2015, la producción real del sector fabril, disminuyó 3,6 % frente al mismo mes del año anterior. De las 39 actividades industriales representadas por la encuesta, 23 registraron variaciones negativas en su producción real, entre las que se destacan por su contribución las industrias de coquización, refinación de petróleo, y mezcla de combustible con -11,1 %. Le siguen elaboración de bebidas con -6,2 % y elaboración de otros productos alimenticios con -15,1 %. Estos restaron en conjunto 3,1 puntos porcentuales a la variación total. Los restantes 16 subsectores presentaron variaciones positivas en su producción entre los que se destacaron las industrias dedicadas a la fabricación de sustancias químicas básicas, y sus productos (18,0 %), fabricación de productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales (10,4 %) y fabricación de otros productos químicos (6,4 %). Entre enero y abril de 2015, la producción industrial decreció 2,4 por ciento frente al mismo periodo del año anterior. De las 39 actividades industriales, 22 registraron variaciones negativas en su producción real, las más destacadas fueron las industrias de coquización, refinación de petróleo, y mezcla de combustible (-15,0 %) y las industrias de hilatura, tejeduría y acabado de productos textiles (-12,4 %). El personal ocupado por la industria manufacturera, presentó una variación de 1,4 por ciento frente al mismo periodo de 2014. De acuerdo con el tipo de vinculación, el personal contratado a término indefinido aumentó 2,9 por ciento y el personal a término fijo se redujo en 0,7 por ciento, según área funcional el personal vinculado directamente con

los procesos de producción en la industria creció 1,2 por ciento y el vinculado a labores administrativas y de ventas creció 1,7 por ciento” (prtafolio, 2015).

8.4 Demografía:

El desarrollo de nuestra idea no será dirigido a un grupo de personas en específico, ya que trataremos de imponer una marca que contenga prendas de vestir exclusivas con precios accesibles, por lo que nuestro nicho de mercado no se va a basar en una muestra de población específica sino que va a tratar de llegar a todas las personas, con innovación en la moda colombiana, lo que permitirá darnos a conocer por una marca y un estilo. Sin embargo en nuestros inicios trataremos de imponer nuestra marca principalmente en mujeres de edades entre los 25 y 35 años, en estratos 3 y 4 en la ciudad de bogota, lo que permitirá dar un enfoque de inicio a nuestra idea de negocio.

8.5 Tendencia Cultural:

Las tendencias culturales de nuestro país son muy diversas y cuando hablamos de moda mucho más, podemos ver en el entorno bogotano por ejemplo, que no hay un estereotipo o un modo de vestir que todo el mundo siga como regla general, más bien encontramos en las calles de la ciudad gente con gustos diversos, esto permite a las empresas llegar a imponer moda. Sin embargo podemos ver que hay muy poca gente que se sale de la línea de lo convencional y esta hace que la moda no tenga origen en nuestra región, sino que somos un país de copias, estamos acostumbrados a ver primero un estilo en otro territorio, para después si adoptarlo en el nuestro,, por tal motivo la idea de innovar con prendas nuevas pero sin salirnos de la línea de lo convencional colombiana será un reto para nuestra empresa.

8.6 Tecnología:

La calidad no es opcional debe ser una característica de nuestra empresa, la mano de obra es muy importante para lograrlo pero debemos apoyar la excelente mano de obra con excelentes herramientas, tecnología y maquinaria que nos ayuden a cumplir nuestras metas utilizando máquinas como: Máquina plana, filete, encintadora, embotonadora, dos agujas eso dependiendo el tipo de confección que valla a trabajar, además se tendrá una máquina que permita realizar el corte y la confección de las prendas con los cambios dados por nuestros clientes.

8.7 Impacto ambiental de la propuesta:

La industria textil ha sido determinante en el desarrollo del país, a su alrededor se ha construido una compleja y diversificada actividad manufacturera y de servicios, generando una importante contribución al crecimiento económico, a las exportaciones y al empleo durante más de 80 años. El sector textil forma parte de una parte de las cadenas productivas altamente complejas: producción agrícola comercial de fibras naturales, fibras sintéticas, industria textil, confección y comercialización son etapas de una actividad fuertemente eslabonada. Los procesos de producción de la industria textil pueden dividirse básicamente en las etapas o sectores, aunque en muchos casos una empresa o industria puede incluir 2 ó 3 tipos de sectores; es decir que el sector tipo A, tipo B, tipo C; podría ser departamentos de una misma textilera; por lo tanto se debe hacer una clasificación como es mostrada en la figura de abajo.

“El área de mayor interés desde el punto de vista ambiental dentro de las industrias consideradas para la elaboración de las presentes Guías de Buenas Prácticas, es la fabricación y el acabado de textiles. En este proceso es donde se generan la mayor cantidad de residuos y especialmente de residuos peligrosos. De particular interés son los procesos de pre tratamiento - limpieza, descruce, etc.- blanqueo, teñido y acabado en los cuales se utilizan una gran variedad de soluciones y colorantes potencialmente peligrosos. En las etapas de fabricación de hilos y de confección, la mayor parte de los residuos no son peligrosos y resultan relativamente fáciles de reutilizar o reciclar. En

general, la industria textil genera una gama relativamente estrecha de residuos peligrosos, la mayoría de los cuales son resultado de unos cuantos procesos.

Agentes protectores por la reducción por calor Bajo condiciones desfavorables, ciertos colorantes pueden cambiar su estructura molecular durante su aplicación. En este caso agentes especiales de protección del color son añadidos a los baños de teñido, para evitar la reducción del colorante por el calor. También es muy importante mantener un preciso control del pH, lo cual se logra por la adición de una solución buffer y agentes oxidantes. Agentes humectantes El pre-requisito fundamental para un adecuado teñido en un baño acuoso es un completo remojo del textil. Esto se logra por medio de agentes humectantes cuyo uso depende del proceso de teñido y de la naturaleza y condición del material a teñir. Dispersantes y coloides de protección Los colorantes insolubles en forma de dispersiones acuosas son empleados en varios procesos de teñido y estampado, por lo cual son necesarios los dispersantes en la preparación de los colorantes, ya que estabilizan el estado disperso con precisión durante su aplicación y pueden también prevenir que se precipite el colorante” (ambiente, 2015). *“Los dispersantes empleados pueden dividirse en dos clases: a) surfatantes b) Oligo- y polielectrolíticos solubles en agua Ambos tienen una estructura anfotérica y su actividad se basa en la formación de películas protectoras electrostáticas y mecánicas alrededor de las partículas dispersas del colorante, con lo cual se previene su precipitación y aglomeración. Agentes complejos La calidad del agua es de gran importancia para los sucesos del proceso de teñido. Las impurezas insolubles y sales de metales pesados pueden causar considerables problemas durante el teñido. Los problemas que se pueden presentar son los siguientes: a) La formación de compuestos escasamente solubles de sales con colores aniónicos, ocasionando problemas de dispersión, filtrado, desigualación en la coloración, entre otros. b) La formación de complejos estables con las moléculas del colorante, causa cambios en la tonalidad, acompañado por la pérdida de brillantez”* (ambiente, 2015).

CINCO FUERZAS DE PORTER

<p>Poder de negociación de los tiempos :</p> <p>Los clientes en esta industria tiene un alto poder de negociación ya que se tienen todo tipo de opciones que satisfacen la economía y la calidad</p>		<p>Amenazas de nuevos competidores:</p> <p>En Colombia muchos factores hacen que sea fácil entrar en la industria ya que es un país que cuenta con grandes habilidades textiles, las cuales se benefician gracias a los TLC</p>
--	--	---

Competencia en el mercado:

La competencia en este mercado es muy alta y sin ningún competidor que pueda sentirse tranquilo en el podio

<p>Amenazas de los productos sustitutos:</p> <p>No se tienen productos sustitutos ya que la ropa es un producto de primera necesidad.</p>		<p>Poder de negociación de los proveedores:</p> <p>Es casi nulo ya que las materias primas de nuestro producto son de fácil acceso para cualquier persona en la industria textil</p>
---	--	--

DOFA.

	<p>Fortalezas</p> <p>Innovación en el producto</p> <p>Innovación en la administración</p> <p>bajos costos de producción</p> <p>buenas estrategias publicitarias y de mercadeo</p> <p>generar empleo</p> <p>contribución al medio ambiente</p>	<p>Debilidades</p> <p>Nuevos en el mercado</p> <p>No se tiene definida la distribución</p> <p>Altos costos de impuestos</p> <p>Mantenimiento periódico de maquinas</p>
<p>Oportunidades</p> <p>Exportaciones</p> <p>Amplio mercado</p> <p>Variedad de proveedores</p> <p>Fácil posicionamiento de la marca</p> <p>Satisfacción de necesidades básicas</p>	<p>FO</p> <p>Aprovechar el mercado amplio para dar a conocer el producto</p> <p>Internacionalización de la marca principalmente en sur américa</p> <p>Crear alianzas con proveedores</p> <p>Crear alianzas con grandes mercados para la distribución de los productos</p>	<p>DO</p> <p>Al ser un amplio mercado existe mucha competencia</p> <p>Altos costos de publicidad</p> <p>Difícil posicionamiento en el exterior</p>
<p>Amenazas</p> <p>Gran variedad de competencia</p> <p>Importaciones de baja calidad y económicas</p> <p>Aumento de aranceles</p>	<p>FA</p> <p>Minimizar el costo de producción para sanar otros gastos</p> <p>Posicional la marca para ser mejor que el competidor</p>	<p>DA</p> <p>Investigar e implementar la producción de telas para nosotros mismos</p> <p>A futuro ser expertos en la producción de telas y confección de ropa gracias a</p>

Pocos espacios para la confeccion		la innovación y el desarrollo de tecnologías
-----------------------------------	--	--

CADENA DE VALOR

11.1 Infraestructura:

- Oficinas adecuadas para la dirección de la empresa; se tendrá una sede principal donde se ubicara todo el entorno administrativo.
- Se establecerán sitios de trabajo en las casas de las personas que cuenten con la infraestructura y el espacio adecuado para la puesta en marcha de la maquinaria necesaria.
- Se tendrá un centro operativo, donde se establecerá una serie de máquinas para la elaboración de las prendas.
- Implementación de impresoras 3D en nuestra fabrica.

11.2 Gestión del Recurso Humano:

- Ejecutivos; personal capacitado para el desarrollo de procesos administrativos egresados principalmente de la CUN (administradores de empresas y contadores públicos).
- Ejecutivo de Ventas; Se tendrán profesionales idóneos y con enfoque comercial,, para la venta de los productos.
- Financistas; Se tendrán profesionales idóneos que se especialicen en finanzas y negocios internacionales.
- Supervisores; Se tendrán en cuenta profesionales y tecnólogos de la CUN, los cuales se encargaran principalmente de la supervisión del área operativa.
- Técnicos; Personal capacitado tanto en el área de sistemas (ingenieros de sistemas egresados de la CUN) como en el área de ensamble y mantenimiento de maquinaria de confección.
- Operativo; se tendrá personal idóneo, con experiencia en todo lo que tenga que ver con la confección y creación de prendas de vestir.

11.3 Desarrollo Tecnológico:

- Por medio de los ingenieros de sistemas se establecerá un software de programación, que permitirá a todos los colaboradores realizar las funciones necesarias.
- Se realizara un software que permitirá al cliente por medio de nuestra página web realizar cambios a los productos ofertados.
- Servidores de información; el cual permitirá tener una base de datos confiable, tanto del recurso humano y también de la bodega (insumos e infraestructura)
- Página web; esta será una parte importante de las ventas de la compañía, por lo que la creación y la administración de la misma será un factor importante para la compañía.
- Impresora 3D de prendas.

11.4 Logística de Entrada:

- Se realizara la organización de la adquisición de las materias primas (telas, hilos, metales, etc) de acuerdo a la producción y ventas.
- Se diseñara un sistema de bodega, para la optimización del almacenamiento de las materias primas.
- Se procederá a realizar una logística óptima, para así poder garantizar la llegada a tiempo de las materias primas y además la verificación del buen estado de la misma.
- Fabricación; esta será un factor importante, ya que es la función principal de la empresa, por lo que se tendrá garantías de productividad y de recolección de mercancía terminada tanto de los puestos de trabajo en casa como de las unidad operativa.

11.5 Operacionales:

- Se realizara el ensamble de toda la maquinaria tanto en la unidad operativa, como en las casas de los colaboradores.
- Se realizaran pruebas, para poder garantizar la puesta en marcha de la maquinaria.
- Se realizara un excelente diseño y puesta en marcha del sitio web, para así poder llamar la atención de nuestros clientes.
- Se realizara un catálogo de ventas que muestre todos nuestros productos ofertados.

11.6 Logística de Salida:

- Se garantizara los pedidos, tanto de la página web como también de los vendedores del catálogo.
- Se distribuirá la mercancía en un punto de venta específico para las personas que vendan por catálogo; en cuanto a la venta por página web se realizara un contrato con una empresa de distribución que garantice la entrega de la mercancía.
- Se realizaran inventarios periódicos de las materias primas, así se podrá identificar que se tiene y que se debe adquirir.

11.7 Marketing y Ventas:

- Se realizara la publicidad por medio de redes sociales.
- Nuestros productos serán únicos y tendrán una excelente calidad, lo que permitirá al comprador reconocer la marca.
- Se realizara mayor rendimiento optimizando las materias primas, así podremos minimizar los costos de producción y por ende bajar los costos de venta.

- Las redes de ventas serán todas las personas que tengan un enfoque comercial, las cuales no ayudaran a comercializar nuestros productos por medio del catálogo.

11.8 Servicios:

- Se atenderán las sugerencias y reclamos de nuestros clientes por medio de la página web.
- Los cambios y los arreglos de confección se realizaran en el menor tiempo posible.
- Se realizara un acompañamiento a las personas que venden por catálogo, permitiendo así dar un buen servicio a nuestros clientes.
- Todos nuestros productos tendrán garantía.

PLAN DE MARKETING

12.1 PRECIO:

Nuestras prendas serán exclusivas y tendrán una interacción con nuestro cliente final, por lo que el costo de la prenda será un poco más alto de lo que normalmente se encuentra en el mercado. Sin embargo, la inversión en mano de obra se reducirá, gracias a la inversión inicial de alta tecnología, lo que nos permitirá, aplicar un bajo costo en la producción y por ende una reducción en el precio final de la prenda. Comparado con el mercado actual, nuestras prendas serán económicas. En la siguiente tabla se darán los precios de nuestros principales productos:

Jeans	90.000
Blusas	50.000
Camisas	60.000
Faldas	45.000
Vestidos	90.000
Pantalón	70.000

12.2 PRODUCTO:

Nuestros productos se destacaran de los demás por su alta calidad y gran innovación, además contaran con el sello impuesto por el cliente final, lo que garantizara una satisfacción plena a nuestros clientes y por ende una fidelización a nuestra marca. En principio ingresaremos al mercado con 6 tipos de productos, todos con unos diseños previos, realizados por nuestros profesionales cunistas en diseño de modas, estos tendrán la tarea de diseñar jeans, blusas, camisas, faldas, vestidos y pantalones para mujeres, con un estilo particular de corte y confección, pero dejando un espacio para que el cliente final de su toque de innovación y personalización.

12.3 PROMOCION:

Nuestra marca se va a enfocar en 3 grandes pilares para promocionar sus productos, la primera las redes sociales (Facebook, instagram, etc.), la segunda será la página web, la cual tendrá la innovación de permitir al visitante interactuar por así decirlo en la elaboración de la prenda, por lo que este podrá elegir, cambiar el color o la forma desde la página y realizar el pago de la misma, para el posterior despacho a su casa y en tercer lugar se utilizaran las revistas, donde al igual que distintas empresas, daremos trabajo a personas interesadas en participar en nuestro proyecto por medio de redes de mercadeo.

12.3 PLAZA:

Nuestro producto será comercializado en las tiendas propias, las cuales en principio serán 3 y estarán ubicadas en puntos estratégicos de la ciudad de Bogotá, además aremos alianzas estratégicas con empresas transportadoras, para facilitar la entrega del producto en casa. Nuestra principal meta es incursionar en la ciudad de Bogotá, y ser reconocidos por nuestra calidad e innovación, por lo que las tiendas serán puestos simbólicos y de reunión, para que las clientas adquieran nuestro producto, sin embargo nuestra fábrica, se encargara de la producción de las prendas de vestir en la fábrica de las afueras de Bogotá.

SEGMENTACION DEL MERCADO

Nuestros productos son exclusivos para las mujeres, por lo que nos concentraremos en llegar a las mujeres de edades entre los 20 y 40 años, en la ciudad de Bogotá inicialmente; Tendremos tres tiendas ubicadas en la zona norte y occidental de la ciudad, donde el poder adquisitivo de las mujeres es un poco más amplio, y además la cultura poblacional es más innovadora y por ende más inquieta por cambiar su estilo. Por lo que se realiza la siguiente encuesta a mujeres de estratos 3 y 4, entre edades de 20 a 35 años.

SERVICIO POST VENTA

Nuestra empresa contará con un eficaz servicio de reparación de prendas o cambio de las mismas, en nuestra página web, crearemos un espacio para que las personas que no estén satisfechas con la compra de su producto, lo puedan manifestar y así poder realizar el acompañamiento a su inquietud y resolver la situación lo antes posible. Además realizaremos correos informativos, sobre nuevas tendencias y lo último de nuestras colecciones, para que nuestro cliente tenga la seguridad que nosotros como empresa nunca lo olvidamos.

ENCUESTA:

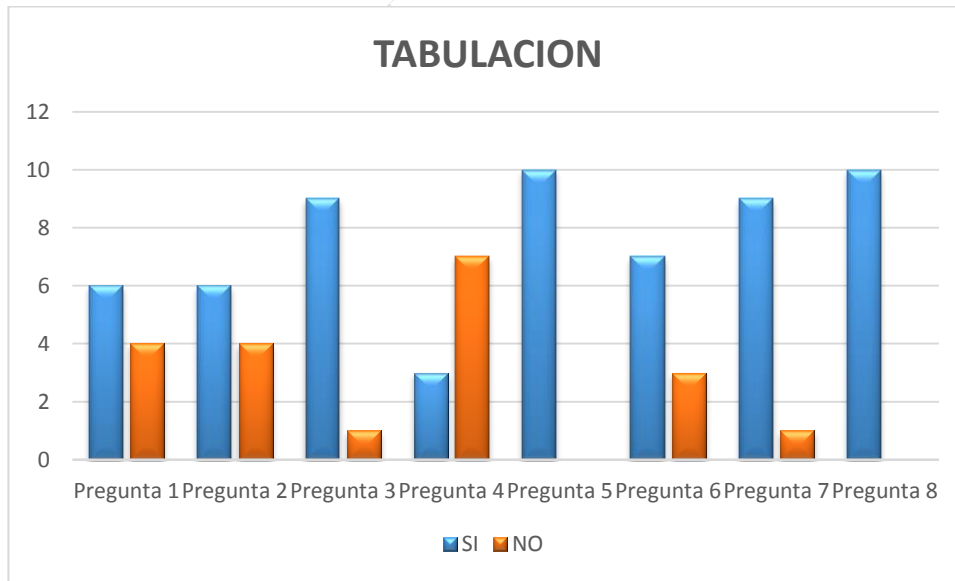
Responda sí o no a las siguientes preguntas:

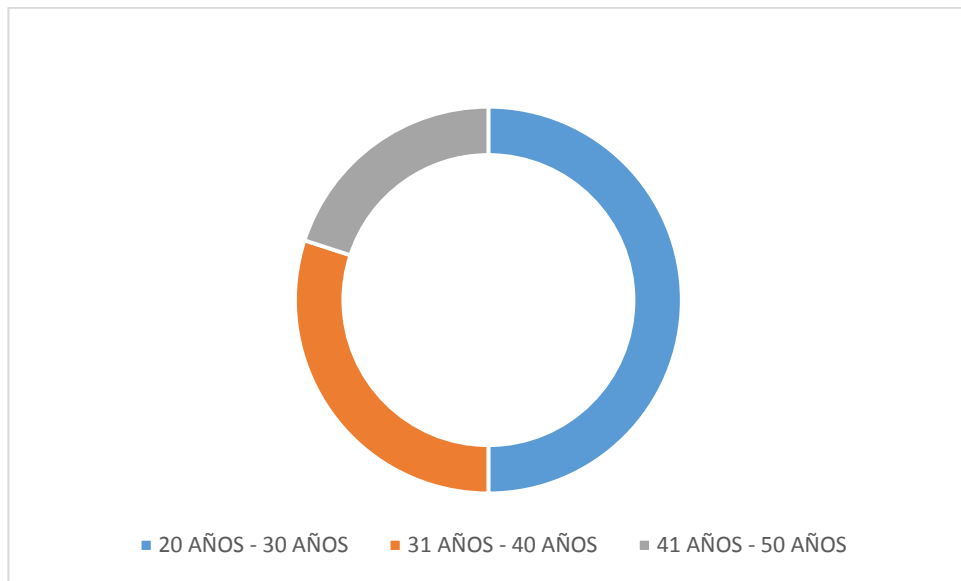
1. Compra usted ropa de forma regular
2. Siente que el mercado es limitado, y no satisface sus necesidades completamente
3. Utiliza de forma regular las redes sociales
4. Compra de forma online y por catálogo
5. Siente que las prendas que utiliza son demasiado idénticas a las de las demás
6. Le gustaría intervenir en la creación de sus prendas de vestir.
7. Estaría dispuesta a utilizar prendas innovadoras y con su sello personal
8. Esta de acuerdo en que el precio de las prendas no supere el precio normal del mercado actual.

RESULTADOS

Nombre	Edad	Pregunta 1	Pregunta 2	Pregunta 3	Pregunta 4	Pregunta 5	Pregunta 6	Pregunta 7	Pregunta 8
Andrea Osorio	20 Años	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI
Milena Barbosa	40 Años	SI	NO	NO	NO	SI	NO	SI	SI
Gina Marín	31 Años	NO	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI
Jessica Forero	26 Años	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Paola Giraldo	37 Años	SI	NO	SI	SI	SI	NO	NO	SI
Jennifer Arango	28 Años	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Marilú Castro	37 Años	NO	NO	SI	NO	SI	SI	SI	SI
Yuli Forero	22 Años	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI
Irma Rengifo	41 Años	NO	NO	SI	NO	SI	NO	SI	SI
Marcela Cantor	28 Años	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI

TABULACION DE LA ENCUESTA





13. VENTAJA COMPETITIVA

La ventaja que tendrá nuestra empresa será que seremos pioneros en la confección de prendas vestir que permitan al cliente la interacción con las mismas, es decir que nuestra empresa se enfocara a los pensamientos y gustos de nuestros clientes, más allá de las corrientes de moda que se oferten en el mundo; otro factor importante es la distribución y comercialización de nuestros productos tanto vía web como también por catálogo, ya que podremos utilizar los servicios de personas del común que gusten de la comercialización, dándoles un excelente porcentaje de venta, esto garantizara un promedio alto de pedidos por catálogo y a su vez permitirá dar a conocer nuestra página web.

MODELO DE NEGOCIOS CANVAS.

SEGMENTO:

- Mujeres en estratos entre 3 y 4 en edades entre los 20 a 40 años.
- Nos dirigiremos a personas que deseen exclusividad e innovación en su forma de vestir.

PROPUESTA DE VALOR:

- Creación y distribución de confecciones exclusivas.
- El cliente podrá modificar o aportar ideas a su diseño.

CANALES:

- Catálogo.
- Voz a Voz.
- Tienda online.
- Redes Sociales.

RELACION CON LOS CLIENTES:

- La relación con nuestros clientes principalmente será:
 1. Servicio automatizado (página web y redes sociales).
 2. A través de terceros (catalogo).

FUENTES DE INGRESOS:

- Venta de los productos sea a través de la página web o del catálogo (ropa o accesorios)
- Precios accesibles.
- Por publicidad (catálogo y página web)
- Ingreso de otras marcas en el catálogo.

ACTIVIDADES CLAVE:

- Diseño.
- Producción.
- Plataforma online.
- Creación del catálogo.
- Venta de los productos.
- Relación con los clientes.

RECURSOS CLAVE:

- Máquina automatizada que realice el corte y confección automáticamente.
- Máquinas de confección en general.
- Empleados desde su hogar.
- Empleados en la sede operativa.
- Internet.
- Catálogo.
- Telas e insumos.

ALIANZAS:

- Diseñadores egresados de la CUN.
- Personal común interesada en ventas por catálogo.
- Empresas de telas.
- Empresas de insumos para confección.

COSTOS:

- Compra de maquinaria suficiente. Costo Variable.
- Compra de insumos. Costo variable.
- Salario de los empleados. Costo fijo.
- Mantenimiento de las maquinas. Costo variable.
- Contratación del diseño y construcción del catálogo. Costo variable.
- Porcentaje por venta de catálogo. Costo fijo.
- Página web. Costo fijo.
- Pago de servicios públicos. Costo fijo.

MARCA



Trabajos citados

ambiente, s. d. (2015). *ambientebogota*. Recuperado el 2015, de <http://www.ambientebogota.gov.co/documents/24732/3987882>

prtafolio. (2015). *portafolio.com*. Recuperado el 2015, de http://www.portafolio.com/feed_articulo/26974