

JEENDAV

Jhon Eduard Gutierrez Cespedes

Jennyfer Yurany Madrid Cardenas

Corporación Unificada Nacional (CUN)

Facultad de Negocios

Administración de Empresas

Bogotá, Cundinamarca

Octubre 2017

JEENDAV

Estudiantes:

Jhon Eduard Gutierrez Cespedes

Jennyfer Yurany Madrid Cardenas

Docente:

Ervin Rodriguez

Materia:

Opción de grado 1

Corporación Unificada Nacional (CUN)

Facultad de Negocios

Administración de Empresas

Bogotá, Cundinamarca

Octubre 2017

Índice:

1. Resumen ejecutivo
 - 1.1 executive Summary
2. Introduction
3. Idea de negation
 - 3.1 Idea general de la idea de negocio
 - 3.2 Problem a solucionar
 - 3.3 Justificaciòn
 - 3.4 Antecedentes
 - 3.5 Clase de producto (bien o servicio) y descripción
 - 3.6 Sector al que pertenece la empresa.
 - 3.7 Objetivos generales
 - 3.8 Objetivos específicos
4. Customer development
 - 4.1 Stakeholders
 - 4.2 Necesidad
 - 4.3 Beneficios
 - 4.4 Soluciones actuales
 - 4.5 Limitaciones
 - 4.6 Mercado
5. Entrevista
 - 5.1 Resumen informacion recolectada
 - 5.2 Matriz de resultados.
 - 5.3 Tabla de análisis de la información
6. Prototipo
 - 6.1 Descripción
 - 6.2 Ficha técnica
7. Planeación estratégica
 - 7.1 Análisis Pestel

7.2 Análisis industria

7.3 Matriz DOFA

7.4 Identidad estratégica

7.5 Futuro preferido

7.6 Valores

7.7 Ventajas competitivas

7.8 Factores de éxito

8. Prototipo

9. Conclusiones

10. Bibliografías

1. RESUMEN EJECUTIVO

JEENDAV es una APP que ofrece al sector “San Andresito” soluciones de evolución en cuanto a productividad. El sector vive el día a día, lo que no le permite tener una visión futura y por tanto lo limita a incursionar en nuevos mercados, o como se podría llamar, las ligas menores. San Andresito ha sido por muchos años el proveedor de los estratos no muy bien acomodados económicamente, por lo que no quiere decir que el precio determine su calidad, y, eso es lo que ha venido sucediendo. La gran parte de la población compra en este sector, pero la cultura de vender y de comprar radica en el gangazo, el regateo, en el que al momento de la venta se obtenga no máximo de 5% de ganancia sobre utilidad, cuando bien sabemos que la ganancia de dicho puede darme mínimo del 40%. JEENDAV a través de una aplicación móvil trae consigo un público (base de datos) de 15.000 dispuestos a comprar un bien económico que le prometa calidad y sobre todo apoye el talento colombiano, bien sabemos que un 98% del mercado es colombiano; adicionalmente las estrategias de venta y negocio no solo le permite al cliente obtener su bien a buen precio; también al comerciante, porque se educará en cuanto a valor de su producto, es decir; se diseñara una colección específica para nuestros clientes, se fijaran precios fijos o en su defecto se realizarán promociones, pero siempre garantizando el margen de ganancia. Inicialmente la App llegara solo al 10% de la población, mientras se acredita a través de un buen canal de negociación (JEENDAV), se destinaran tiempos de 3 meses donde cada mes se deberá crecer un 10%. El objetivo final es educar como habíamos expresado antes, al comerciante y al cliente, donde entiendan que un producto de calidad debe tener un buen precio. Esto le permitirá al comerciante llegar a incursionar en mercados más sólidos y en las ligas mayores viéndose reflejados principalmente en su margen de utilidad.

- ¿Quiénes son los emprendedores?
- Jennyfer Madrid: Estudiante Negocios Internacionales de La CUN (Corporación unificada nacional)

Directora comercial departamento corporativos. ULTRANZA GROUP

- John Gutiérrez; Estudiante de Ingeniería de la CUN (Corporación Unificada Nacional)
Analista de redes Sectr. S.A.

1.1 EXECUTIVE SUMMARY

JEENDAV is an APP that offers the "San Andresito" sector evolution solutions in terms of productivity. The sector lives on a daily basis, which does not allow it to have a future vision and therefore limits it to venturing into new markets, or as it could be called, the minor leagues. San Andresito has been for many years the supplier of the strata not very well-off economically, so it does not mean that the price determines its quality, and, that is what has been happening. The great part of the population buys in this sector, but the culture of selling and buying is based on the bargaining, the bargaining, in which at the time of the sale a maximum of 5% profit is obtained, when we know well that the gain of said can give me a minimum of 40%. JEENDAV through a mobile application brings with it a public (database) of 15,000 willing to buy an economic good that promises quality and above all supports Colombian talent, we know that 98% of the market is Colombian; In addition, the sales and business strategies not only allow the customer to obtain their good at a good price; also to the merchant, because he will educate himself regarding the value of his product, that is to say; a specific collection will be designed for our clients, fixed prices will be fixed or failing that promotions will be made, but always guaranteeing the profit margin. Initially the App will reach only 10% of the population, while it is accredited through a good negotiation channel (JEENDAV), 3 months will be allocated where each month it will have to grow 10%. The ultimate goal is to educate, as we had previously expressed, to the merchant and the customer, where they understand that a quality product must have a good price. This will allow the merchant to get to venture into stronger markets and in the major leagues seeing themselves mainly reflected in their profit margin.

- Who are the entrepreneurs?

- Jennyfer Madrid: International Business Student of La CUN (National Unified Corporation)

Commercial director, corporate department. ULTRANZA GROUP

- John Gutiérrez; Student of Engineering of the CUN (National Unified Corporation)

Network analyst Secr.

2. INTRODUCCIÓN

El mercado textil es uno de los más rentables a nivel nacional, moviendo gran parte del PIB siendo reconocido a nivel nacional e internacional, por su parte las nuevas tecnologías de la comunicación y la digitalización de las ciudades, hacen de la red un medio rentable para acercar la ropa al público.

A pesar de que ya hay un amplio mercado para la ropa digital, este no es del todo bien aprovechado ya que muchos productores nacionales no se pueden acercar por diferentes temas a este tipo de comercio.

Una de las principales causas son los recursos económicos que costaría sostener una aplicación o una página web visible, cerca del mercado ya competido. Impulsar una marca en un mercado muy competido es una idea arriesgada. El énfasis del proyecto está en impulsar diferentes marcas que necesitan un "empujón" hacia el comercio virtual. Impulsando nuevos productos y otra versión textil del país.

El proyecto que tiene fines académicos, desea incursionar a los pequeños empresarios y a su vez medir la eficacia de las herramientas de la comunicación.

3. IDEA DE NEGOCIO

3.1 DESCRIPCION GENERAL

JEENDAV: Un mundo de ropa para dispositivos móviles "la mejor forma de comprar ropa de calidad sin la necesidad de salir de casa"

Nuestra idea de empresa se enfoca en dar un empuje al mercado colombiano y comerciantes pequeños, enfocándonos en el sector SAN ANDRESITO partiendo de la necesidad que tiene de estandarizar precios y manejo de calidad; como empresa sabemos que será difícil impactar el mercado debido a que a mayoría de los comerciantes viven del día a día, pero estamos seguros que implementando nuestros ideales de la forma correcta les daremos el estatus que verdaderamente se merecen. La App básicamente acercara al consumidor con el proveedor, no solo le brinda la confianza de tener productos de bajo costo, hablamos de calidad y exclusividad.

3.2 EL PROBLEMA

Los fabricantes de ropa nacional buscan incursionar en el mundo textil, pero se encuentran bajo una cultura metódica que conlleva al desaproveche del mercado y no les permite evolucionar como empresa.

3.3 JUSTIFICACION

JEENDAV cubre la necesidad del comerciante primario, busca sacarlo de la zona de confort y que se arriesgue a probar consumidores más amplios, que la capacidad de su producto no solo permanezca en un sitio o lugar determinado, si no que logre abarcar cada vez el mercado nacional, y porque no? internacional.

El acceso a estas zonas se encuentran casi siempre limitado, debido a la competencia de precios, y al mismo contrabando de mercancías donde el distribuidor le genera más económico el importar (contrabando) mercancía, que fabricarla el mismo...

3.4 ANTECEDENTES

Una empresa de tecnología en proyecto de creación, se encuentra en manos de 3 estudiantes aniversarios cada uno con enfoques profesionales diferentes pero con gran visión de negocio, quienes decidieron incursionar en el famoso comercio SAN ANDRESITO, captando una necesidad de organización y afectación comercial.

JENNDV busca romper el método "regatear" que en la mayoría de situaciones el consumidor lleva el producto por un precio a valor costo, es decir que el proveedor sacrifica el porcentaje de ganancia por venta y en otra situaciones el mismo término lleva a que el fabricante invierta menos en la fabricación del producto y eso prescriba una producción de baja calidad.

3.5 CLASE DE PRODUCTO

JENNDV: un servicio que pretende incorporarse tecnológicamente al mercado SAN ANDRESITO y sus alrededores, convirtiéndonos en el canal para que la comercialización del producto sea en cobertura y eficacia.

3.6 SECTOR AL QUE PERTENECE

- SECTOR TERCIARIO O SECTOR DE SERVICIO

JENNDV se enfoca en suplir la necesidad del consumidor a través de un servicio tecnológico, se hace una planeación que conlleva a la organización de procesos y como finalidad se constituye una distribución, a través de estos procesos aportamos a la economía y al reconocimiento empresarial.

3.7 OBJETIVO GENERAL

Desarrollar una APP que le permita al comerciante sector SAN ANDRESITO abarcar el mercado nacional, todo a partir de unos procesos debidamente estructurados; con esta tecnología se busca será el puente en donde las fábricas de ropa pequeñas y medianas puedan incurrir en un mercado más amplio y con mayor competitividad.

3.8 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- * Identificar el grado de afectación que JEEDAV tendrá en el mercado.
- * Destacar a través de JENNDAV el talento colombiano, apoyando las medianas y grandes empresas fabricantes.
- * Empresas en la transición de crecimiento.
- * Formar una conexión sólida entre proveedor-distribuidor partiendo de calidad, precio y exclusividad

4 CUSTMER DELEVOPMENT

- CUESTIONARIO DE PERFILACION DE CLIENTES

La perfilación de clientes se trata de identificar las características de un cliente para un claro asesoramiento de dinero y sus inversiones también por otro lado, para que se cumplan tanto los objetivos financieros como vitales del cliente y de la empresa , para nosotros es muy importante conocer los gustos del cliente ya que nos encargamos de complacer dichos gustos.

4.1 IDENTIFICACION DE LOS STAKEHOLDER

Clientes o tipos de clientes que determinan pueden comprar nuestro tipo de producto.

- CENTROS COMERCIALES, ALMACENES DE CADENA

PROBLEMA: Identificamos en la población la falta de tiempo para lograr un look equivalente a su desempeño laboral con lleva calidad, buen precio, tiempos de entrega, siempre teniendo como base empresas de manufactura colombiana.

4.2 NECESIDADES

- QUIEN TIENE UNA NECESIDAD; personas con poco tiempo de dirigirse a una tienda o un centro comercial. nuestra App promete reducir tiempo y dinero en la obtención de un producto con calidad. (manufactura colombiana)
- GRUPO DE PERSONAS; Ejecutivas, comerciales.
- NECESIDAD CRÍTICA DE UN GRUPO DE PERSONAS; Ejecutivos de alta demanda. Debido al tipo de obligaciones que maneja; su tiempo se reduce a la minimización del mismo para cubrir al máximo las responsabilidades.

4.3 BENEFICIOS Y EXPECTATIVAS

Nuestros clientes gozaran de un excelente servicio que les permita obtener un bien contando con ahorro de dinero y tiempo y calidad. JEENDAV promete un servicio único en su clase que satisfaga necesidades y disipe desconfianzas creadas por otras plataformas.

4.4 SOLUCIONES ACTUALES

El mercado cibernético ha obtenido buena acogida, principalmente en factores como ahorro de tiempo, hacemos énfasis en la manufactura colombiana resaltando el ingenio, innovación, arte y creatividad que poseen diseñadores y productores de ropa colombiana de la mano de la buena calidad de la materia prima a utilizar

- CANALES: portales virtuales, portales telefónicos, catálogos electrónicos.
- RAZONES: Apoyo al talento colombiano, potencial en la invención de las prendas, aporte al crecimiento colombiano en materia económica.
- INVERSION DEL CLIENTE: la fidelización de nuestro cliente la lograremos a través de un atractivo catálogo, calidad, precio e innovación; creemos que una vez que nuestro cliente obtenga estas variables definidas en un solo producto el dinero pasara a un segundo plano.

6.6 LIMITACIONES

Una limitación importante sería que la fabricación de las prendas saldrían un poco costosas ya que la fabricación de cada prenda lleva un determinado tiempo además nosotros nos preocupamos por como salga la prenda en cuestión de calidad ya que si salen defectuosas serian pérdidas para la compañía

Otra limitación seria el tiempo de las personas que tenemos a cargo ya que dependiendo la elaboración de cada prenda solicitada por el cliente pero como nosotros no somos como cualquier otra empresa tenemos que cumplir con el tiempo estipulado con el cliente

5 ENTREVISTA

7.1 Estadísticas

De acuerdo a las preguntas elaboradas con el equipo de trabajo tenemos los siguientes resultados

1. ¿Usted compra ropa por Internet?

A. Si 33.3%

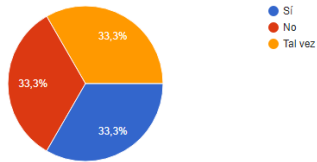
B. No 33.3%

C. Tal vez 33.3%

D. Se obtuvo un porcentaje muy parejo

¿Usted compra ropa por Internet?

6 respuestas



2. ¿Con que frecuencia compra? ¿Por qué lo hace?

A: no, muy poca diversión

B. Nunca lo hago

C: poca, ando ocupado.

D. Ocasional.

E: Miedo a comprar.

3. ¿Qué beneficios obtiene por comprar por Internet?

A: Evitar filas

B. No lo hago

C: servicio a domicilio

D. Descuentos, bonos

E. Más variedad

4. ¿Conoce usted tiendas por Internet? ¿Qué tal lo tratan? 6 respuestas

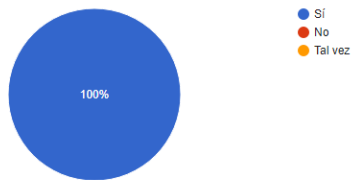
- Si, almacenes de cadena; dan un buen trato.
- Olx, mercado libre.
- Si, buen servicio

- Si, bien
- Si, converse; el trato es buen y la entrega inmediata.

5. ¿Si le dijéramos que le ofrecemos ropa 100% colombiana la compraría?

¿Si le dijéramos que le ofrecemos ropa 100% colombiana la compraría?

6 respuestas

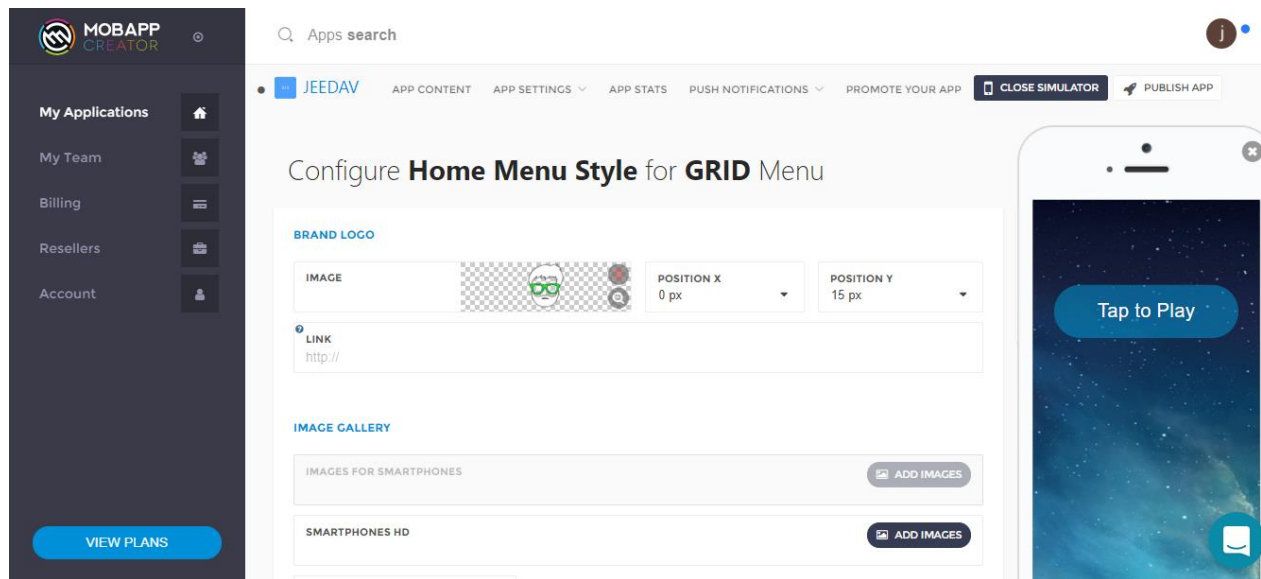


7.3 Tabla Análisis de información

Nombre entrevistado	Entrevista
Cristian camilo Aguilar	A nuestro cliente le gusta mucho la idea de tener una aplicación de ropa
Oscar Julián Reyes	El cliente está satisfecho al saber que puede pagar con su tarjeta de crédito
Diego Alejandro Lizcano	El cliente tiene dos puntos de vista uno es la inseguridad a la hora de comprar y la otra es que apoya el mercado colombiano

De acuerdo a toda la información recogida obtenemos un resultado positivo ya que la mayoría de entrevistados aceptan que se diseñe una APP para apoyar en mercado colombiano

6. PROTOTIPO



https://admin.mobappcreator.com/?newAccount#app_homeStyle

COSTOS:

Creación App: \$ 1.500.000

Mantenimiento: \$ 800.000

Actualizaciones: \$ 1.000.000

Porcentaje comisión por venta clientes:

6% inicial durante el primer año.

7. PLANEACIÓN ESTRATEGICA GENERATIVA

7.1 ANALISIS PESTEL

- POLITICO

Ofrecemos más trabajo a nivel nacional ya que nos encargamos de solo diseñar prendas 100% colombianas nada de importaciones queremos también tener buenas leyes cumplir con todos los requisitos de acuerdo ley

- ECONOMICO

Queremos obtener buenos ingresos y que nuestros clientes o proveedores también obtengan buenos beneficios para tener muy buenos resultados

- SOCIAL

Nos enfocamos en complacer al cliente de acuerdo a sus gustos por la ropa nos pueda hacer llegar sus diseños u opiniones para que nuestros clientes estén a gusto y también nuestros proveedores cumplan las expectativas de cliente

- TECNOLOGICO

Tener buenos diseños en nuestra página web ya que el cliente a través de su aplicación (App) en dispositivos móviles tendrían una gran variedad de estilos ropa (chaquetas , jeans,) .

- AMBIENTAL

Pues nosotros no tendríamos problemas ambientales ya que es una aplicación la cual funciona con internet entonces pensamos que no afecta para nada el medio ambiente

7.2 ANALISIS INDUSTRIA (CINCO FUERZAS DE PARTER)

- PODER DE NEGOCIACION DE LOS PROVEEDORES

Nosotros pensamos que el plan de negociación en el cual solo tendríamos un contrato en el cual ellos se encargarían de distribuirnos cierta cantidad de materia prima para producir las chaquetas y pantalones

- PODER DE NEGOCIACION CON LOS CLIENTES

Tenemos un plan de negocios con los clientes el cual seria y se basa en subir a nuestra aplicación diseños únicos para que la gente los observe y haga sus pedidos

- INGRESOS DE NUEVOS COMPETIDORES

Tendríamos nuevas competencias como los almacenes de cadena más conocidos (KOAJ,americanino,AC;etc) porque como todo tiene que haber una competencia y /o rivalidad esto lo que ocasionaría sería una alza de precios pero nosotros mantendríamos nuestros precios estándar ya que tratamos o confeccionamos con productos 100% colombianos y no de importación que nos incrementaría una tasa de interés alta

- PRODUCTOS SUSTITUTOS

Un producto sustituto seria la fabricación de sacos de lana ya que son muy comunes o fabricación de camisetas

- DIFERENCIACION, POSICIONAMIENTO Y SEGMENTACION

Pensamos que con el diseño de nuestra app logramos hacer potencia en un mercado muy grande y muy complejo como lo es el textil nosotros solo queremos diseñar o crear una herramienta con la cual podamos hacer crecer el mercado 100% colombiano

- CADENA DE VALOR

Una APP de largo alcance y variedad de productos.

- RECURSOS

Locales, materia prima, manufactura colombiana

- competencias

KOAJ, ARTURO CALLE, TOTTO, ABRIL Y MUCHAS MAS...

7.3 MATRIZ DOFA

- DEBILIDADES

Nosotros pensamos que una debilidad grande sería la disponibilidad de internet para nuestros clientes ya que hay personas que no tienen los recursos suficientes para obtener un plan de datos móviles

- AMENAZAS

Tendríamos una gran competencia a nivel de tecnología ya que las redes sociales se encargan de hacer mucha publicidad ,otra amenaza sería el mercado ya que hay muchas personas que deciden comprar directamente en el almacén

- FORTALEZAS

Nuestra fortaleza primordial sería complacer a nuestros clientes con distintas formas de hacer publicidad además nos enfocamos en satisfacer y respetar los puntos de vista de cada cliente o proveedor

- OPORTUNIDADES

Seríamos una herramienta muy útil para los almacenes de ropa nuestro proveedores ya que podemos ofrecer diseños únicos para nuestros clientes y ofrecer un producto final en óptimas condiciones.

7.4 IDENTIDAD ESTRATEGICA

Somos una empresa que busca implementar organización en un sector específico SAN ANDRESITO/ SAN VICTORINO a través de una aplicación que le pone a disposición con una base de datos de más de 1500 usuarios, potencializando la venta.

7.5 FUTURO PREFERIDO

Conquistar para 2020 la totalidad del mercado que conlleve a la estructuración de un modelo de ganancia efectivo sin que sus comerciantes pierdan porcentaje de ganancia.

7.6 VALORES

- Competitividad
- Satisfacción
- Integridad

- Trabajo en equipo
- Calidad
- Puntualidad

Comunicación

7.7 VENTAJAS COMPETITIVAS

- Calidad: nuestra “App” tiene como promesa la calidad en el servicio a prestar.
- Exclusividad: Se tiene exclusividad en nuestro sector, es decir que las personas que contraten tendrán la certeza de no encontrar una propuesta similar en el mercado.
- Captura de un nuevo mercado: Brindar solides al ingresar al mercado, tomando en cuenta la complejidad de este.
- Base de datos: JENNDAV una App que pone a disposición una base de 1.500 prospectos potenciales
- Modelo de negocio: El uso de la tecnología para ejercer un nuevo modelo de negocio que rompa los esquemas del sector a impactar.

7.8 FACORES DE ÉXITO

- CAPITAL: cuenta con un capital de conocimiento e implementación tecnológico, negociación y penetración del mercado.
- RR-HH CALIFICADO: innovación en estrategias para penetrar nuestro mercado, se cubren todas las necesidades básicas de soporte de gerencia, soporte en ventas, marketing y demás.
- SERVICIO DE CALIDAD: Se toman los mejores talentos capaces de hacer actualización, innovación, seriedad, honestidad y responsabilidad posesionándonos como un servicio de calidad.
- PUBLICIDAD EFECTIVA: el manejo correcto de nuestra tecnología permite el uso de otra plataforma para llevar a nuestro objetivo principal, una excelente gestión comercial y difusión que permitirá que nuestro impacto cubra más sectores.

8. CONCLUSIONES

JEENDAV como aplicación dará a sus asociados y clientes soluciones en cuanto a tiempo y dinero, pero el objetivo final es poder romper la barrera que tiene el sector “SAN NDRESITO” dado a su cultura; hablamos de que los fabricantes no obtienen el margen de ganancia apropiado pues los clientes buscan es economía y no calidad, cabe resaltar que no se habla del 100% de la población. La App nace con la necesidad de suplir esos vacíos en cuanto a ganancia, reconocimiento de marca y esfuerzo de los fabricantes. Por ello se vuelve un mercado poco estable y de ventas no satisfactorias. Los clientes de San Andresito saben que encontraran precios muy, muy bajos y debido a la economía del país no se fijan en la calidad del producto si no, en su precio. Al desarrollar el proyecto vimos que influye mucho el método de pago, ¿porque?, debido a lo mencionado antes, mala economía y mal manejo del dinero por parte de los clientes. Esto les quita poder de adquisición a través de otros medios de pago. (Tarjetas de crédito, libranzas etc.) Pero, no por ese detalle nos detendremos, es indispensable cambiar el chip, cambiar la cultura, debemos ser consciente de que el trabajo del fabricante o comerciante requiere tiempo y sobre todo dinero por lo tanto debe ser buen remunerado, así mismo con el cliente, él debe obtener un buen producto con buen precio y de excelente calidad a o cuál JEENDAV se creó, con un objetivo principal; dar oportunidad de mercados sólidos a grandes fabricantes y creadores textiles y ayudar a la distribución de estos productos a su público final resaltando la calidad y el precio justo.

8 BIBLIOGRAFIA

- <http://ricardoluque.blogspot.com.co/2009/03/e-l-liderazgo-generativo-para-la.html>
- https://admin.mobappcreator.com/?newAccount#app_modules
- <https://www.montsepenarroya.com/wp-content/uploads/2010/06/Ejemplo-resumen-ejecutivo.pdf>