



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

OPCION DE GRADO I

ANA MARIA CARMONA

**CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION
SUPERIOR CUN**

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

BOGOTA

MAYO 2018

TABLA DE CONTENIDO

- INTRODUCCION.....3
- CAPITULO 14
- LA IDEA DE NEGOCIO4
 - IDENTIFICACION DE LA IDEA DE NEGOCIO4
 - DESCRIPCION DEL NEGOCIO:.....4
 - PROBLEMA QUE DESARROLLAR:4
 - OPORTUNIDAD DE NEGOCIO.....4
 - SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECE LA IDEA DE NEGOCIO5
 - DESCRIPCION DEL PRODUCTO.....5
 - JUSTIFICACION DE LA IDEA DE NEGOCIO.....5
 - ANTECEDENTES DE LA IDEA DE NEGOCIO5
 - OBJETIVO DE LA IDEA DE NEGOCIO5
 - OBJETIVOS ESPECÍFICOS:5
- CAPITULO 26
- CUSTOMER DEVELOPMENT6
 - Stakeholder:6
 - Identificación de las necesidades del stakeholder:6
 - Identificación de Beneficios y Expectativas de Resultado:6
 - Identificación de Soluciones Actuales:6
 - Análisis de Inconformidades, Frustraciones y Limitaciones:.....7
- MERCADO:7
 - TAM:.....7
 - SAM:.....7
 - SOM:.....7
- CAPITULO 38
- VALIDACION DEL PENTAGONO DE PERFILACION DE CLIENTES8
 - LA ENTREVISTA.....8
 - PROCESO DE RECOLECCION DE INFORMACION:11
 - HALLAZGOS DE LA INFORMACION RECOLECTADA:11

ANALISIS DE LA INFORMACION	11
HALLAZGOS	12
RESULTADOS DE LA INFORMACION	12
CAPITULO 4	13
PROTOTIPO.	13
DESCRIPCION DEL PRODUCTO.....	13
FICHA TÉCNICA.....	14

INTRODUCCION

Este trabajo de opción de grado se realiza con el fin de tener un diagnostico acertado a un posible establecimiento de idea de negocio y futura creación de empresa a través de una serie de herramientas guiadas por el docente algunas de ellas como la Cartilla Customer Development y el Star Up y una serie de ejercicios investigativos aplicando de manera asertiva al área correspondiente. La cual tiene como propósito general que cada estudiante conozca, comprenda, desarrolle sus habilidades y aplique su conocimiento en cada área.

Además, como un requisito para optar al título en Técnico en administración de empresas y así seguir con el continuar con el conducto regular y ascender al siguiente nivel en los ciclos propedéuticos.

CAPITULO 1

LA IDEA DE NEGOCIO

IDENTIFICACION DE LA IDEA DE NEGOCIO

DESCRIPCION DEL NEGOCIO:

María Bendita es una tienda dedicada a la fabricación y venta de prendas de vestir y accesorios en general para madres e hijos, es decir podrá encontrarse la misma prenda en talla para adultos y niños, además de esto personalizaremos vestidos de baño con diseños exclusivos cuando así lo requiera nuestro cliente.

María Bendita nace con la intención de crear vínculos mas afectivos con nuestros hijos, para que ellos puedan sentir que también tienen el poder de decisión en nuestro vinculo familiar y puedan identificar que su opinión y gusto también cuenta.

Además de esto la inclusión por tallas de personas mas grandes a las cuales se les hace un poco difícil encontrar su talla en un almacén convencional.

PROBLEMA QUE DESARROLLAR:

Nuestros futuros clientes tienen un problema del cual aun no son conscientes y nos preocupamos por ayudarles a solucionarlo o satisfacer su necesidad en cuanto a ello.

OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

Llevarle a nuestros posibles clientes un producto que, por supuesto ya existe, pero con un valor agregado el cual es que van a poder compartir la misma prenda junto con su hijo, además de poder personalizarla como quieran, recibiendo de nosotros la mejor atención y asesoría para poder realizar la compra.

SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECE LA IDEA DE NEGOCIO

Sector secundario o industrial: Ya que al recibir la materia prima por parte de nuestros proveedores tenemos que conducirnos a una serie de procesos para poder entregarle a nuestro cliente un producto final.

DESCRIPCION DEL PRODUCTO

Los Vestidos de baño se confeccionarán en lycra con diseños estampados o unicolor según la preferencia de cada uno de nuestros clientes.

Para confeccionar nuestros busos utilizaremos únicamente telas fabricadas en 100% algodón hipoalergénico pensando en salud y satisfacción del cliente. Con aplicación de detalles y personalización, si el cliente lo requiere.

Los accesorios en particular como pashminas, turbantes y diademas estarán fabricados en tela poliéster. Los anillos, pulseras y collares están compuestos por acero con incrustaciones y utilización de piedras; Por último, accesorios tales como cinturones, van a ser fabricados en cueros sintéticos para no hacer participe a nuestra empresa de maltrato animal.

Cada una de nuestras prendas es hecha con amor utilizando productos de la mas alta calidad, para dar como resultado una prensa única.

JUSTIFICACION DE LA IDEA DE NEGOCIO.

Lo que se busca con esta idea de negocio es brindarle al cliente una manera innovadora de poder compartir sus prendas de vestir junto con sus hijos, brindándole atención personalizada a sus requerimientos y además de entregar sus paquetes a domicilio, sea en su casa u oficina para que no solo se preste un servicio básico sino también ofrecer la mayor comodidad a nuestros clientes.

ANTECEDENTES DE LA IDEA DE NEGOCIO

Palo rosa, Beachwear, esta marca de vestidos de baño nace en 2016. Carolina Ordoñez, diseñadora de modas es la encargada de que este proyecto saliera a flote. En este momento Palorosa es una de las marcas colombianas de vestidos de baño mas importantes en el país.

OBJETIVO DE LA IDEA DE NEGOCIO

Objetivo general: Crear una empresa fabricante de prendas, haciendo uso de la mejor tecnología, eficiencia, servicio y calidad en materias primas para inicialmente generar dos empleos directos a madres cabeza de familia de la ciudad de Bogotá, obteniendo así una rentabilidad anual del 40%

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Brindar a nuestros clientes los servicios y atención que la competencia no ofrece.
- Ofrecer mejor calidad y buen servicio siendo innovadores y creativos.
- Comodidad para los clientes en el momento de la compra
- Precios justos.

CAPITULO 2

CUSTOMER DEVELOPMENT

HIPOTESIS.

Creemos que nuestros clientes necesitan que se les brinde una mejor asesoría en sus compras.

Creemos que nuestros clientes necesitan ahorrar tiempo en cuanto al desplazamiento de su casa u oficina a un centro comercial o una tienda.

Creemos que nuestros clientes necesitan prendas de la mas alta calidad, con un precio justo un buen servicio y la mejor atención.

STAKEHOLDER:

- Mujeres de 16 a 40 años
- con o sin hijos en edades de 1 a 9 años.
- Principalmente en la ciudad de Bogotá
- Estratos 1, 2 y 3

IDENTIFICACIÓN DE LAS NECESIDADES DEL STAKEHOLDER:

- Nuestros clientes necesitan tener seguridad al momento de realizar sus comprar por internet
- Nuestros posibles clientes necesitan que se les brinde la mejor atención y trato personalizado al momento de realizar una compra
- Nuestros clientes necesitan crear un mejor vínculo afectivo con su hijo
- Nuestros clientes necesitan que sea recibido cualquier tipo de pago
- Nuestros clientes necesitan la mejor calidad, tecnología, precio, acompañamiento y seguridad al momento de realizar una compra

IDENTIFICACIÓN DE BENEFICIOS Y EXPECTATIVAS DE RESULTADO:

- Brindaremos a nuestros clientes la mejor atención personalizada
- Nuestros clientes podrán diseñar y personalizar sus prendas a su gusto
- Vamos a hacerle un acompañamiento y asesoramiento personal a cada uno de nuestros clientes para que puedan tomar su mejor decisión
- Vamos a tener una inclusión de tallas grandes y pequeñas, para que al momento de la compra el cliente no tenga ningún problema en encontrar su talla.
- Haremos que nuestros clientes tengan una experiencia diferente, llevando sus pedidos hasta su oficina o lugar de trabajo o hasta la comodidad de su hogar.

IDENTIFICACIÓN DE SOLUCIONES ACTUALES:

- Dentro de las soluciones actuales, se encuentran otras boutiques de vestidos de baño

- Se encuentran los almacenes de ropa convencionales

ANÁLISIS DE INCONFORMIDADES, FRUSTRACIONES Y LIMITACIONES:

- Algunas de las soluciones actuales tienen precios altamente elevados
- No prestan un buen servicio de atención al cliente
- Los tiempos de espera para un cliente que hace un pedido hasta su casa son exagerados.
- Algunas de las tiendas no cuentan con soluciones para cualquier modalidad de pago
- No encontrar su talla
- No estar de acuerdo con sus hijos sobre lo que quieren vestir

MERCADO:

TAM:

Colombia

SAM:

Bogotá

SOM:

Mujeres de Colombia, con un rango específico en edades de 16 a 40 años con o sin hijos en edades de 1 a 9 años. Principalmente en la ciudad de Bogotá, más exactamente en el barrio chapinero de estratos 1, 2 y 3

CAPITULO 3

VALIDACION DEL PENTAGONO DE PERFILACION DE CLIENTES

LA ENTREVISTA

Buen día, realizamos esta encuesta con el fin de evaluar el lanzamiento de una nueva marca de ropa y vestidos de baño femenina e infantil en la ciudad de Bogotá

Gracias por participar.

1. Nombre

2. Edad

3. Tiene hijos

- a) Si
- b) No

4. Le gustaría tener una tienda en Bogotá donde pueda encontrar prendas para vestir igual a su hijo.

- a) Si
- b) No
- c) Tal vez

5. Qué importancia le atribuye a su vestuario

- a) Muy importante
- b) Segundo plano
- c) Nada importante

6. Cuanto tiempo invierte en hacer una compra

- a) De 1 a 2 horas
- b) De 3 a 4 horas
- c) Mas de 5 horas

7. Influye más cuando se dispone a comprar

- a) Precio
- b) Gusto

8. Cuando realiza la compra de sus prendas que tipo de accesorios o complementos incluye:

- a) cinturones y pashminas
- b) anillos pulseras o collares
- c) esmaltes

9. Encuentra con facilidad su talla:

- a) Siempre
- b) En ocasiones
- c) Nunca

10. Con que frecuencia compra o vitrinea ropa

- a) Frecuentemente
- b) Casualmente
- c) De vez en cuando

11. Alguna vez ha hecho compras por internet

- a) Si
- b) No

12. Que prendas de vestir prefiere comprar con frecuencia

- a) Vestidos
- b) Blusas
- c) Jeans
- d) Busos

13. En la última tienda que visito, recibí buena atención por parte de los empleados

- a) Excelente
- b) Estuvo bien
- c) Malísima

PROCESO DE RECOLECCION DE INFORMACION:

Para este proceso de recolección de datos se hicieron la cantidad de 25 encuestas, en la ciudad de Bogotá; dentro de las situaciones positivas, pudimos evidenciar, que, aunque alguna de nuestras encuestadas aun no son madres, en un futuro pudieran serlo y les gustaría poder encontrar una tienda como María Bendita en la ciudad de Bogotá. Y dentro de las situaciones negativas, lo que pudimos evidenciar a través de estas entrevistas es que algunas de nuestras encuestadas no estaban conformes con la atención a la cliente prestada por la ultima tienda que visitaron.

HALLAZGOS DE LA INFORMACION RECOLECTADA:

NOMBRE ENTREVISTADO	DEL	ENTREVISTA
Samantha Núñez		Aunque aun no soy mama, pienso poder serlo en un futuro y seria muy bonito encontrarme con una tienda como la que prepones
Carolina Páez		No creo que a mi hijo y a mi nos guste vernos igual
Mónica Carmona		Soy de las personas que perdió el miedo a las compras on line, pero siento qye aun falta mucho para brindar confianza a las personas

ANALISIS DE LA INFORMACION

Dentro de nuestras entrevistas adquirimos una serie de información que para nosotros es vital y puede beneficiarnos y ayudar a nuestro cliente a obtener la mejor y mayor satisfacción.

Nuestros hallazgos son realmente importantes, ya que percibimos que la mayoría de nuestros clientes cuando se disponen a comprar, lo que mas les interesa es el gusto por la prenda y como esa prenda le hace sentir por encima de su precio.

Otro punto importante, es que pocas veces pueden encontrar en una tienda un personal amable y a gusto con su trabajo que este dispuesto a ayudarles a elegir o enseñarles otras prendas.

Aunque algunas de las mujeres de nuestra encuesta aun no son madres, a futuro se ven siendo una, y les encantaría poder tener ese vinculo con sus hijitos desde tempranas edades.

Algo relevante es que a nuestras futuras clientes le interesa aprender a comprar por internet, quisieran una tienda la cual pueda brindarles la seguridad de que sus productos si van a llegar, en perfectas condiciones y calidad.

HALLAZGOS

NECESIDADES	BENEFICIOS	LIMITACIONES FRUSTRACIONES	SOLUCIONES ACTUALES
Tener Sus pedidos a tiempo	Domicilios	demora	Mensajería exprés
Uso de tecnología para sus compras	Responsabilidad en el recibo y despacho	No recibir productos	tiendas físicas
Espacio y comodidad a la hora de ir de compras	Áreas adecuadas para los niños en su espera	Golpes	Tiendas físicas
Ahorrar tiempo	Pedidos recibidos, despachados de 1 a 2 horas	Confianza	Desplazamiento hasta la tienda
Buena atención	Atención personalizada		Atención de personal no capacitado.

RESULTADOS DE LA INFORMACION

Después de la realización de las entrevistas a mujeres de Bogotá, se observa que muchas tienen inconvenientes de tiempo para el desplazamiento hasta las tiendas, donde se evidencia que en algunos casos la atención que reciben por parte del personal no es la adecuada. Otra de las evidencias es que no han hecho compras por internet jamás, lo cual hace que tengan un problema de confianza con las tiendas en línea.

De esta manera es como tomamos esto y lo convertimos en beneficios para poder prestarles un mejor servicio y atención a nuestros clientes desde todos los ángulos posibles.

CAPITULO 4

PROTOTIPO.

DESCRIPCION DEL PRODUCTO.

María bendita, será una tienda dedicada a la fabricación de vestidos de baño, busos, blusas y accesorios para madres e hijos

Los vestidos de baño

- diseño personalizado al gusto de nuestros posibles clientes.
- confeccionados en lycra.

Los busos y blusas

- personalización de su estampado, fabricados
- confeccionados en algodón hipoalergénico

Para los accesorios vamos a tener una variedad de materias primas las cuales incluyen

- Cuero sintético
- Tela poliéster
- Imitación de pedrería

FICHA TÉCNICA

MATERIALES	CANTIDAD UTILIZADA/TRAJE DE BAÑO		
	ENTERIZO	BIKINI	TRIKINI
Lycra brillante o mate pesada	0,5 mts	0,25 mts	0,4 mts
Copas prehormadas	0-1 par	0-1 par	0-1 par
Sesgo	3 mts	1,5 mts	2 mts
Tensores	0-1 par	0-1 par	0-1 par
Tirantas y cauchos	0-1 par tirantas, 3 mts caucho	0-1 par tirantas 1,5 mts de caucho	0-1 par tirantas y 2 mts de caucho
Varillas metálicas forradas	0-1 par	0-1 par	0-1 par
Encaje	50 cm opcional	50 cm opcional	50 cm opcional
Nylon cristal	1mt	84 cm	95 cm
Cintas (moños tejidos)	0-1 unidades opcional	0-2 unidades opcional	0-3 unidades opcional
Hilo	7 mts	6,5 mts	8 mts
Hilaza nylon 100/2	10 mts	9 mts	11 mts

Materiales indirectos			
Marquillas y tallas	1 unidad	2 unidades	3 unidades
Etiqueta cartón	1 unidad	1 unidad	1 unidad
Bolsa de cierre hermético	1 unidad	1 unidad	1 unidad
Caja de cartón	1 unidad	1 unidad	1 unidad

DISEÑO:

Necesario este punto ya que es donde se plasma los requerimientos del cliente de acuerdo con sus necesidades, refiriéndonos a la tendencia de la moda y al tipo de cliente que realice la requisición; con relación a nuevas materias primas que faciliten la elaboración de dichas prenda, para la confección de vestidos de baño de una, dos o tres piezas, se realiza en promedio 10 bocetos en los cuales se ilustra el diseño, se determina el patronaje y se elabora la ficha técnica de dicho boceto en un dibujo plano.

BIBLIOGRAFIA Y CIBERGRAFIA

Cartilla CUSTOMER DEVELOPMENT

STAR UP

<https://sites.google.com/site/banateconmarimar/ficha-tecnica>

