



UMBRELLA FASHION

OPCION DE GRADO 2
CREACIÓN DE EMPRESA

Presentado por
WENDY VILLAMIZAR LOPEZ
KEILA COTRINA BOGOYA

Tutor
RAFAEL ALBERTO GALVIS GARZON

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

2. (Dedicatoria)

*De lo más profundo de mis pensamientos,
Agradezco a mis padres.
Por sembrar en mí, la sed de triunfar
En cada meta propuesta
En mi camino.*

*"¡A veces podemos pasarnos años
Sin vivir en absoluto, y de pronto
Toda nuestra vida se
Concentra en un solo instante!"
Oscar Wilde*

TABLA DE CONTENIDO

1. PORTADA.....	1
2. DEDICATORIA.....	2
3. INTRODUCCIÓN.....	4
4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	5
5. OBJETIVO GENERAL Y ESPECIFICOS.....	6
6. DESARROLLO DE MATRIZ.....	7
6.1. Identificación de las necesidades.....	7
6.2. Identificación de necesidades y expectativas.....	7
6.3. Identificación de soluciones actuales.....	7
6.4. Análisis de inconformidades, frustraciones y limitaciones.....	7
6.5. Mercadeo.....	8
6.6. Grafica.....	8
7. VALIDACION DEL MERCADEO.....	9
7.1. Entrevista.....	9
7.2. Análisis de resultados.....	10
8. PROPOTIPO.....	16
8.1. Descripción de servicio o producto.....	17
8.2. Ficha técnica del producto o servicio.....	17
9. 4 P DEL MERCADO.....	18
10. ANALISIS D.O.F.A.....	19
11. CONCLUSIONES.....	20
12. RECOMENDACIONES.....	21

3. INTRODUCCIÓN

Las sombrillas diseñadas hoy en día, solo cubren la parte superior del cuerpo, dejando así el 80% del cuerpo descubierto, si llevas accesorios como: carpetas, bolsos, paquetes, etc. Muy seguramente terminar mojados ya que el diseño de la sombrilla no las alcanza a cubrir.

Bogotá está situada en la parte media de Colombia, en la cual no llega mucho el sol y su temperatura es muy baja, por ello las lluvias son muy prolongadas. En Colombia no hay estaciones climáticas como en otros países, por estar situada en la Zona Tórrida.

Según la guía del viajero / clima “Colombia se halla en la zona ecuatorial, el sistema montañoso de Los Andes le confiere al país una variedad topográfica que abarca desde selvas húmedas y llanuras tropicales, hasta páramos y nieves perpetuas”.

Por lo tanto, las variaciones climáticas no obedecen a estaciones sino a la altitud, y la temperatura desciende aproximadamente 6° C por cada 1.000 metros que se ascienda. A nivel del mar, la temperatura se acerca a los 30° C.

Si bien en Colombia no hay estaciones y el clima de cada región se mantiene relativamente estable durante todo el año, se presentan ligeras variaciones según sea época de (temporada seca) o de (temporada de lluvias). La temporada seca suele ser en diciembre-enero y en julio-agosto y la de lluvias en abril-mayo y octubre-noviembre, aunque esto puede variar bastante.

4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Desde hace varios años fue diseñado un objeto que cubriera la parte superior del cuerpo, para evitar que las personas se mojaran en los días lluviosos y protegerlos de no mojarse. Debido a que solo cubre su parte superior el resto del cuerpo queda descubierto y en varias ocasiones se alcanza a mojar de la cintura hacia abajo, inclusive si llevas objetos personales como bolsos, carpetas y demás.

De acuerdo con lo anterior el problema principal es que el diseño de la sombrilla actual no cumple con las necesidades que una persona requiere para salir en un día lluvioso.

Los defectos fueron que si estabas dentro de ella no podrías saludar a alguien, pues estarías todo cubierto y se hacía imposible. Por ello, lleva una cremallera a lo largo de tu sombrilla para adecuar el tamaño de cubrimiento que desees, en este caso la puedes llevar solo hasta tu cuello dejando tu cara descubierta.

Por otro lado el tiempo que llevaba desarmar la sombrilla y adecuarla tanto para usarla, como para guardarla era bastante. Por ello, lleva dos piezas totalmente desarmables, para que la puedas adecuar y guardar fácilmente y en menos tiempo de lo que tomaría normalmente, y puedes dejar solo la parte superior de ella, si consideras que la lluvia no es bastante fuerte para usarla por completo.

PREGUNTA:

¿Cómo hacer que las personas no mojen todo su cuerpo y objetos personales en épocas de lluvia?

5. OBJETIVO GENERAL

Analizar el impacto social, la viabilidad económica y financiera, de un producto innovador de acuerdo con los factores predominantes en el mercado del uso de sombrillas en el municipio de Soacha, enfocándonos principalmente en las mujeres.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Investigar el mercado de las sombrillas para así poder identificar su precio.
- Realizar un estudio de mercados para identificar el precio, unidades a vender, fabricación y distribución del producto.
- Elaborar un estudio financiero en el cual podemos identificar con claridad los presupuestos de inversión y todo lo relacionado con el dinero necesario para la puesta en marcha de nuestra empresa
- Analizar el perfil de los consumidores a los cuales van dirigidos nuestro producto final.

6. DESARROLLO DE MATRIZ

6.1 IDENTIFICACION DE LAS NECESIDADES:

1. la gente busca una sombrilla que cubra más que solo la parte superior.
2. Cuando llueve no se mojen nuestros objetos personales.
3. Nos cubre no solo de la lluvia, sino también de bacterias y virus en el aire

HIPOTESIS: Proteger a la mujer de la lluvia, cubriendo mas porcentaje que la tradicional, preservando los diferentes elementos que consigo lleva.

6.2 IDENTIFICACION DE BENEFICIOS Y EXPECTATIVAS:

1. Es un producto innovador.
2. Producto práctico y cómodo.
3. Diseño creativo y varios estilos
4. Adaptable a cualquier clima.

HIPOTESIS: Resiste a los factores climaticos, Protege nuestros elementos. Cubre la mayoría del cuerpo.

6.3 IDENTIFICACION DE SOLUCIONES ACTUALES:

1. Buscar un mecanismo que haga la sombrilla más cómoda.
2. La sombrilla actual no cubre todo el cuerpo.
3. Las sombrillas actuales no son muy resistentes

HIPOTESIS: Buscar un mecanismo que permita mayor comodidad para guardar la sombrilla. Buscar clientes potenciales.

6.4 ANALISIS INCONFORMIDADES, FRUSTRACIONES Y LIMITACIONES:

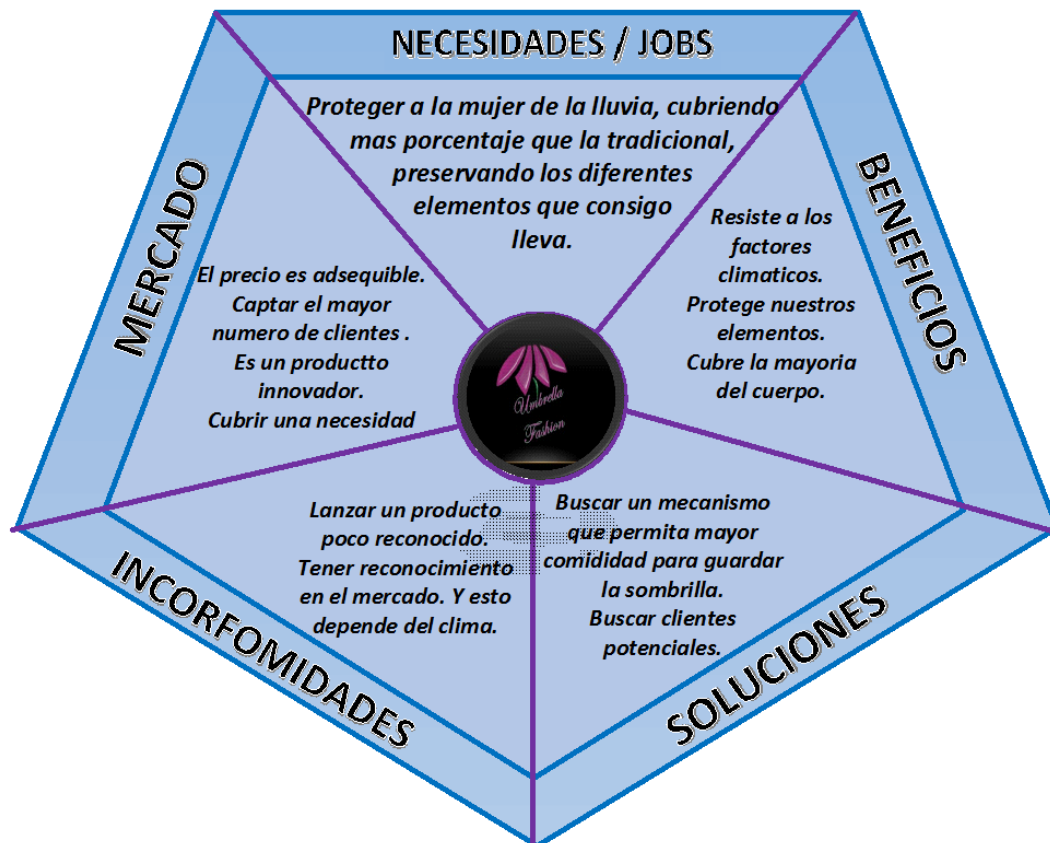
1. No tiene reconocimiento en el mercado.
2. El precio inicial no es muy accequible.
3. No contamos con la elaboracion del 100% de la sombrilla
4. Nuestra demanda depende del estado de clima.

HIPOTESIS: Lanzar un producto poco reconocido. Tener reconocimiento en el mercado. Y esto depende del clima.

6.5 MERCADO:

1. **Ubicación:** Soacha Cundinamarca.
2. **Edad:** Mujeres de todas las edades. Enfocadas en las mas vanidosas
3. **Nivel socioeconomico:** personas de todos los estratos.
4. **Nivel de ingreso:** cualquier tipo de ingreso.
5. **Mercado objetivo:** principalmente aquellos que pasan mayor tiempo fuera de sus casas.
6. **Perfil del consumidor del mercado meta:** nos dirigimos a las mujeres ya que por su vanidad, nos facilita que adquieran mas rapido el producto.
7. **Estrategia de marketing:** promocionar nuestro producto por medio de redes sociales, pagina web y puntos de distribucion directa.
8. **Nuevos mercados:** queremos iniciar en el municipio de Soacha y una vez logremos un mercado potencial, queremos expandirnos a nivel nacional.
9. **Usuarios:** todas las personas que usualmente usen nuestro producto.

6.6 GRAFICA:



7. VALIDACION DEL MERCADO.

7.1 ENTREVISTA:

ENCUESTA UMBRELLA BODY

Esta encuesta nos dará a conocer la descripción frente al uso de la sombrilla, su principal objetivo es analizar la viabilidad de una sombrilla con características diferentes a las tradicionales.

Responde las siguientes preguntas.

1. ¿usa usted sombrillas?
 1. SI
 2. NO
2. ¿Suele cubrir su cuerpo en épocas de lluvia?
 1. SI
 2. NO
3. ¿Con qué frecuencia usa una sombrilla?
 1. NUNCA
 2. CASI NUNCA
 3. ALGUNA VECES
 4. SIEMPRE
4. ¿Tiene sombrilla en su casa?
 1. SI
 2. NO
5. ¿Cuánto considera pagar por una sombrilla normal?
 1. 5.000 – 10.000
 2. 10.000 – 15.000
 3. 15.000 – 20.000
 4. 20.000 – 25.000
6. ¿Cuándo usa sombrilla en días lluviosos, que tanto protege su cuerpo?
 1. MUY POCO
 2. POCO
 3. MUCHO
7. ¿Si encontrara en el mercado una sombrilla que cubra todo tu cuerpo. La comprarías?
 1. SI
 2. NO

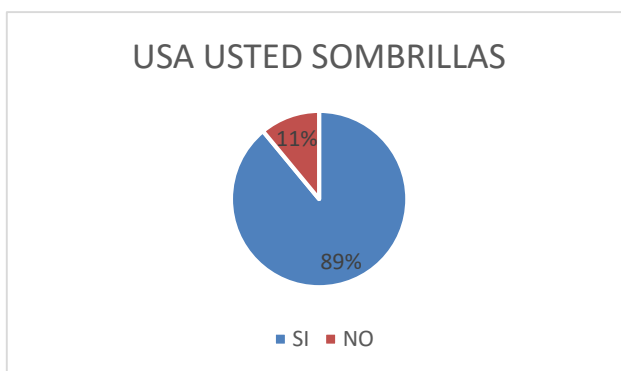
8. ¿Cuánto sería el valor que estaría dispuesto a pagar por este artículo y porque?
 1. 15.000 – 20.000
 2. 20.000 – 25.000
 3. 25.000 – 30.000
9. ¿Qué tan cómodo te sientes, teniendo cubierto todo tu cuerpo mientras llueve?
 1. MUY COMODO
 2. POCO COMODO
 3. MAS O MENOS COMODO
10. ¿Qué preferirías comprar, para la época de lluvia?
 1. Ropa para invierno
 2. Sombrilla
 3. Botas de caucho

Gracias por tu generoso tiempo.

7.2 ANALISIS DE RESULTADOS:

1. USA USTED SOMBRILLAS

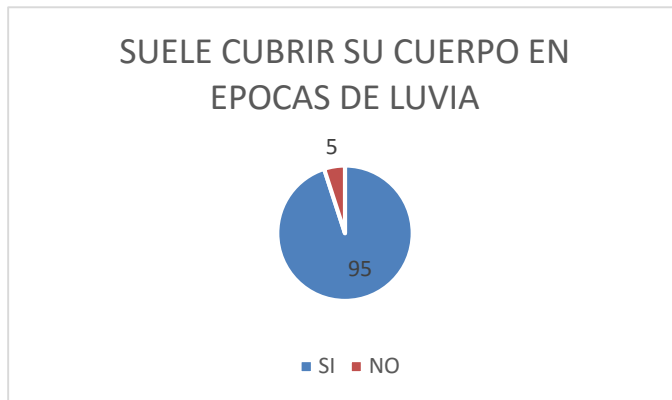
SI	NO
89	11



El 89% de la muestra entre hombres y mujeres aseguran que SI les gusta las sombrillas, ya que esta es un elemento importante no solo porque les cubre de las lluvias sino que también las puede cubrir del sol, pero sin importar esto el porcentaje restante dice que NO les gusta las sombrillas.

2. SUELE CUBRIR SU CUERPO EN EPOCAS DE LLUVIA

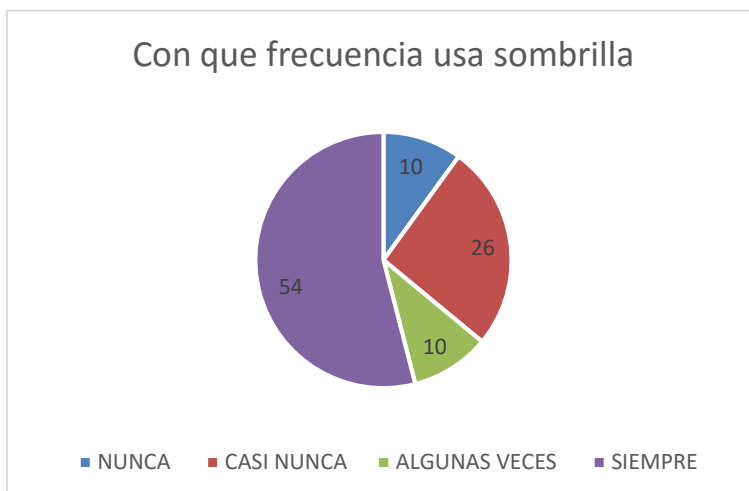
SI	NO
95	5



El 95% de los encuestados opina que SI cubren su cuerpo en épocas de lluvia ya que si esto no se hace puede causar varias molestias físicas o de salud y el porcentaje restante opina que NO se cubren el cuerpo sin importar las consecuencias que cause el no hacer esto.

3. CON QUE FRECUENCIA USA LA SOMBRILLA

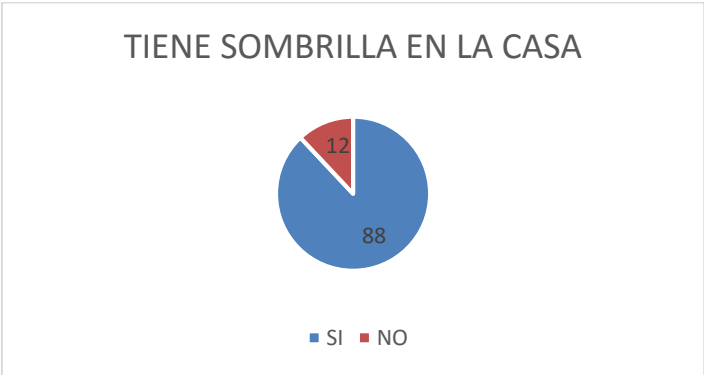
NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	SIEMPRE
10	26	10	54



El 54% de la muestra, siendo este el mayor porcentaje, calificaron con el indicador SIEMPRE que suelen usar una sombrilla en los días de lluvia, seguido del indicador CASI NUNCA con un 26% y los indicadores ALGUNAS VECES Y NUNCA tienen un porcentaje cada uno del 10%.

4. TIENE SOMBRILLA EN SU CASA

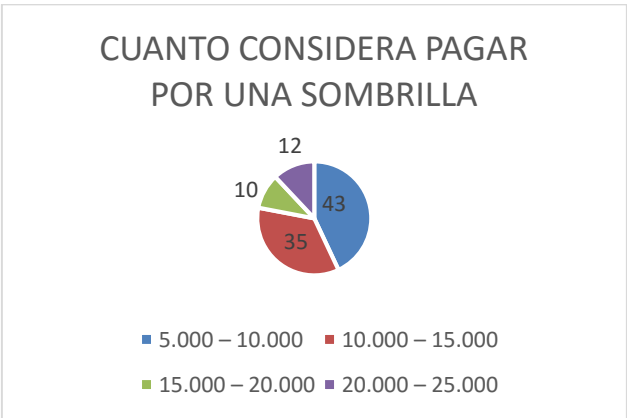
SI	NO
88	12



El 12% de las personas encuestadas a pesar del clima NO tiene un paraguas en su casa, pero por el contrario el 88% de las personas SI tienen uno de estos en su casa ya que opinan que es un elemento muy útil que puede ser usado en cualquier instante.

5. CUANTO CONSIDERA PAGAR POR UNA SOMBRILLA

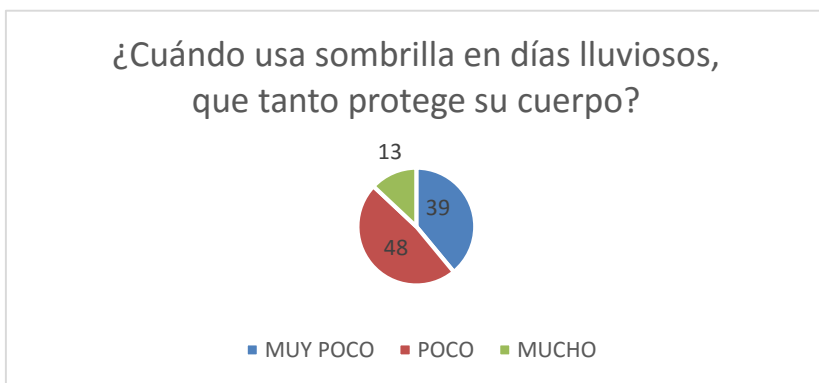
5.000 – 10.000	10.000 – 15.000	15.000 – 20.000	20.000 – 25.000
43	35	10	12



De los precios planteados en esta recolección de datos las personas estimaron un precio de 5000-10.000 con un porcentaje del 43%, seguido de un 35% que eligieron 10000-15000 siendo estos dos porcentajes los mayores sumando un 78% del total de la muestra.

6. ¿CUÁNDO USA SOMBRILLA EN DÍAS LLUVIOSOS, QUE TANTO PROTEGE SU CUERPO?

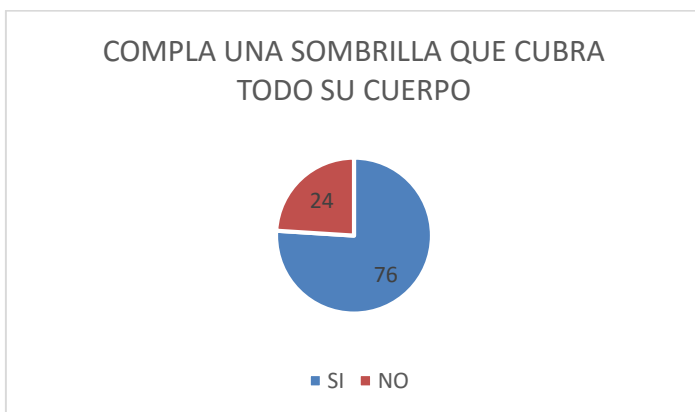
MUY POCO	POCO	MUCHO
39	48	13



Las personas estimaron con el 48% que una sombrilla común es POCO lo que cubre el total del cuerpo, ya que esta deja en descubierto la parte inferior del cuerpo, el 39% califico con el intervalo MUY POCO Y EL 13% LO CALIFICARON como MUCHO.

7. SI ENCONTRARA EN EL MERCADO UNA SOMBRILLA QUE CUBRA TODO TU CUERPO. LA COMPRARÍAS

SI	NO
76	24



El 76% de las personas estarían dispuestas a comprar una sombrilla que si cubra la gran parte de su cuerpo pero el restante dice que no estarían dispuestos a comprarla.

8. CUANTO ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR ESTE PRODUCTO

15.000 – 20.000	20.000 – 25.000	25.000 – 30.000
46	29	15



Un 46% de las personas encuestadas señalo un precio que se encuentre entre los 15.000 y 20.000, seguido con un 29% que califico un precio de 20.000 a 25.000 el excedente opina que estaría dispuesto a pagar por este producto desde 25.000 A 30.000.

9. QUÉ TAN CÓMODO TE SIENTES, TENIENDO CUBIERTO TODO TU CUERPO MIENTRAS LLUEVE

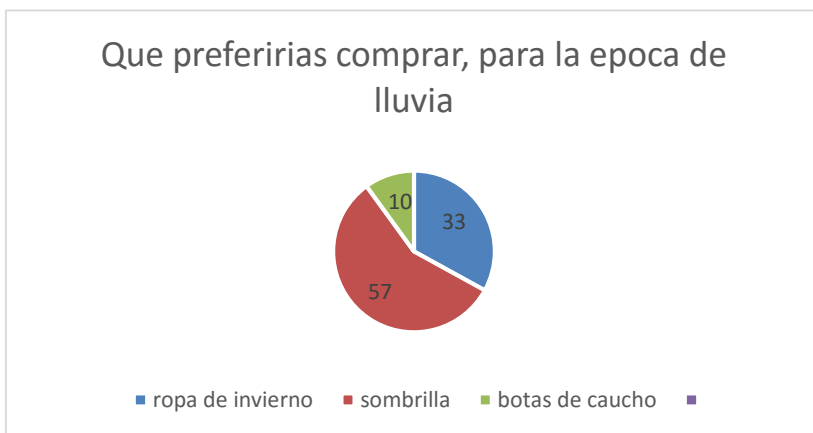
MUY COMODO	POCO COMODO	MAS O MENOS COMODO
51	27	22



Las personas encuestadas opinan con un mayor porcentaje siendo del 51% que es MUY POCO incómodo hacer uso de una sombrilla que cubra todo el cuerpo mientras que camina en la calle, seguido de un 27% que opina que es POCO incómodo y el restante opina que MUCHO.

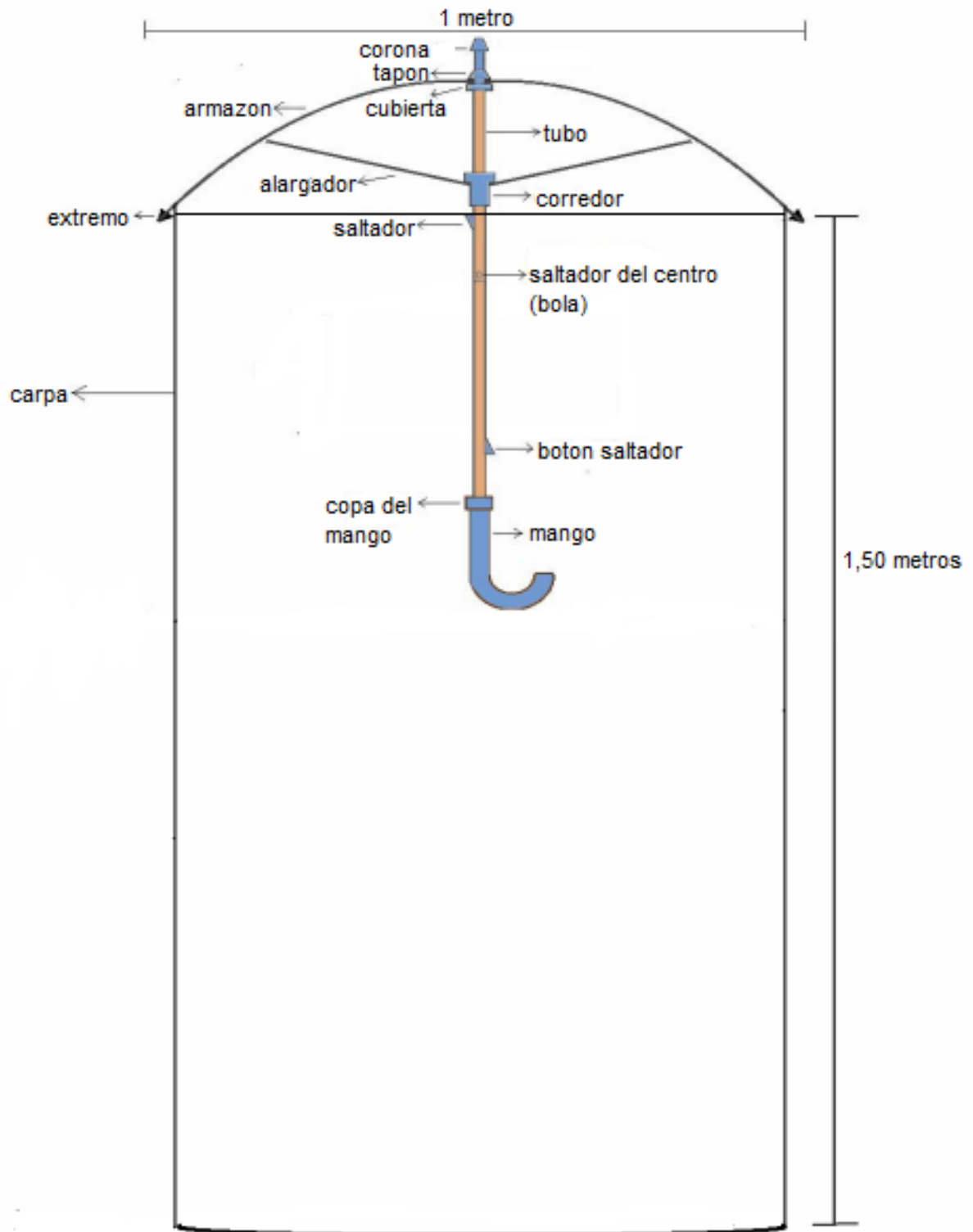
10 QUÉ PREFERIRÍAS COMPRAR, PARA LA ÉPOCA DE LLUVIA

Ropa de invierno	Sombrilla	Botas de caucho
33	57	10



Un 33% de las personas opinan que prefieren comprar ropa de invierno, el 57% opinan que prefieren comprar sombrilla y el 10% botas de caucho, para cubrirse en las épocas de invierno ya que estas no son del todo seguras y no lo cubren de las lluvias.

8 PROTOTIPO



8.1 DESCRIPCION DEL PRODUCTO: Sombrilla que permite cubrir más porcentaje que la sombrilla tradicional, cubre también tus objetos personales.

8.2 FICHA TECNICA:

MATERIALES	CANTIDAD	PRECIOS
Pastico transparente	2 ½ metros	\$ 6.000
Velcro	1 metro	\$ 800
Cremallera	1 metro	\$ 2.500
Hilo	1 Tubito	\$ 500
Agujas	1 paquete	\$ 500
Sombrilla	1 unidad	\$ 3.200
PRECIO TOTAL		\$13.500

Materiales directos.

Plástico transparente: este se comprara en productoras de plástico, teniendo como características un grosor adecuado para su uso, que no impida visibilidad, y fácil manejo

Velcro: se adquiere de empresas textiles, de un color blanco con adhesión duradera, y resistente a la humedad.

Cremallera: este material igual se comprada en empresas textiles, de color blanco.

Materiales indirectos:

Aquí encontramos lo que son hilo y agujas.

LAS 4P DEL MERCADO

PLAZA	Este artículo por no ser de uso constante, se venderá en sitios muy transcurridos en tiendas, pequeños almacenes ya reconocidos y que se encuentren bien situados en el municipio de Soacha. Con los años ya al adquirir reconocimiento se venderán en grandes almacenes de cadena, seguido por almacenes propios para comercialización del producto.
PRODUCTO	Se presentara en un estuche que llevara nuestro logo, además de esto un manual de su uso y recomendaciones, garantía y números de contacto, para reclamos y pedidos. Con el paso del tiempo se tendrán las mejoras y diseños nuevos.
PROMOCION	Inicialmente se promocionara con credenciales y tarjetas, además de que es un producto innovador se dará como acompañamiento de la compra de un producto ya reconocido, al ya ser un producto reconocido se implementará su venta x catálogo, además de tiendas que lo den a la vista del público, al igual que se implementara una página web.
PRECIO	Se busca hacer reconocido el producto y atractivo al público por tal razón se venderá inicialmente a un precio de \$18.000, incrementando con el transcurso del tiempo.

ANALISIS DOFA

DEBILIDADES: <ul style="list-style-type: none">✚ No contar con recursos suficientes para la elaboración del paraguas en su 100%.✚ Al ser un producto innovador no tiene reconocimiento en el mercado.✚ Por el modelo inicial se presenta incomodidad para trasportarla.✚ No contar con grandes distribuidores para la venta del producto	FORTALEZAS <ul style="list-style-type: none">✚ Producto innovador que satisface una necesidad al público.✚ Permite al consumidor mayor protección de su cuerpo en caso de lluvias fuertes.✚ Creatividad y diseños que mejore el producto para mayor aceptación en el mercado.
OPORTUNIDADES <ul style="list-style-type: none">✚ Probar con un producto innovador en un mercado ya consolidado.✚ Lograr en un futuro la construcción en un 100% del producto.✚ A futuro tener nuestra planta de producción totalmente tecnificada.	AMENAZAS <ul style="list-style-type: none">✚ El valor inicial de la elaboración de la sombrilla es de 13.000.✚ El nivel de aceptación del producto en el mercado.✚ La piratería que existe de este producto.✚ La demanda depende directamente de las temporadas de lluvia.

CONCLUSIONES

Finalmente, la necesidad del consumidor es bastante grande, y gracias a este nuevo producto la podemos satisfacer. El producto será lanzado principalmente en la ciudad de Soacha con una proyección directa a ser comercializado a nivel nacional

La comercialización, al inicio sería municipal y según incremente la demanda podríamos exportar a demás ciudades. El impacto de este producto va a ser muy innovador y aprovecharíamos las temporadas lluviosas para ello.

Según las estadísticas realizadas en el estudio de mercadeo, podemos concluir que más del 70% de las personas comprarían este producto. Ya que satisfacen su mayor temor al salir en días de lluvia, y es asegurar que no se mojen la mayoría de su cuerpo u objetos personales y su presupuesto es ajustable.

RECOMENDACIONES

- Después de hacer uso de este producto les recomendamos dejarlo en un lugar fresco y colgado de la parte superior del producto para facilitar la forma de secado y así alargar el tiempo de uso.
- Mantener fuera del alcance de los niños menores de tres años de edad.
- Darle un uso adecuado.
- Registrar lo más pronto posible la empresa ante las entidades encargadas como cámara de comercio y Rut. Y patentar la marca y producto ante la oficina encargada.