



ZEUS

CAMISAS DEPORTIVAS CON BOLSILLOS DE SEGURIDAD

OPCIÓN DE GRADO II

Presentado por

Melany Vanessa González Beltrán

Jhon Edison Cortes Rodríguez

Bernardo Alfonso Peñuela Suarez

Tutor

RAFAEL ALBERTO GALVIS GARZÓN

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Bogotá 2017

Contenido

Introducción	4
Justificación	5
Objetivos	6
General:	6
Específicos:	6
Customer Development (Desarrollo De Cliente)	7
Necesidades	8
Beneficios	8
Soluciones actuales	9
Inconformidades	9
Segmentación del mercado	9
Estudio Del Mercado	10
Entrevista ZEUS	12
Conclusiones entrevistadas	15
Ficha técnica	16
Diagrama de Flujo	17
Clase de negocio	18
Identidad estratégica:	19
Futuro preferido:	19
Análisis del entorno Pestel	19
Valores corporativos	19
Política	20
Social	20
Tecnológico	20
Económica	21
Ambiental	21
Fuerzas de porter “ zeus”	21
1. Poder de negociación con los clientes	21
2. Poder de negociación con los proveedores o vendedores	21
3. Amenaza de competidores entrantes	22
4. Productos sustitutos	22

	3
5. Rivalidad entre competidores	22
Matriz de despliegue estratégico	23
Logo	24
Conclusiones	25
Bibliografía	26

Introducción

El siguiente proyecto empresarial es una microempresa que busca cumplir con el objetivo comercial, desarrollando estrategias y tácticas comerciales. Buscamos el bienestar para la comunidad teniendo responsabilidad para cumplir las exigencias del ámbito social así como el actual, Dando una nueva camiseta deportiva que brinda comodidad y seguridad a tus objetos personales.

Zeus nace en el año 2017 como un proyecto de emprendimiento que tenía como fin implementar una idea de negocio, en esta idea están involucradas tres personas: Melany González, Bernardo Peñuela y Jhon Rodriguez. En la construcción de este proyecto se involucraron todos de manera eficiente, aportando ideas para la creación de una empresa en proyección de llegar al mercado nacional deportivo, dirigida a la innovación de sus productos, sus inicios se dieron con la creación de camisas con diseños que llamaron la atención de algunos puntos de venta, dando pequeños pasos con sus diseños lograron adquirir ganancias para posteriormente iniciar un proyecto con el cual emprenderán sus primeros pasos para lanzar su primer punto de venta.

Justificación

El proyecto se hace para generar un factor innovador de una gran variedad de camisetas deportivas con una gran variedad de colores y estilos, de igual manera las camisetas brindan seguridad a los compradores, ya que, tienen bolsillos de seguridad, donde guardan sus objetos personales y no tienen nada a la vista. Por la necesidad que se ha identificado al deportista de guardar sus objetos personales, Zeus ha adecuado sus camisas que además de poderse personalizar por el consumidor.

Objetivos

General:

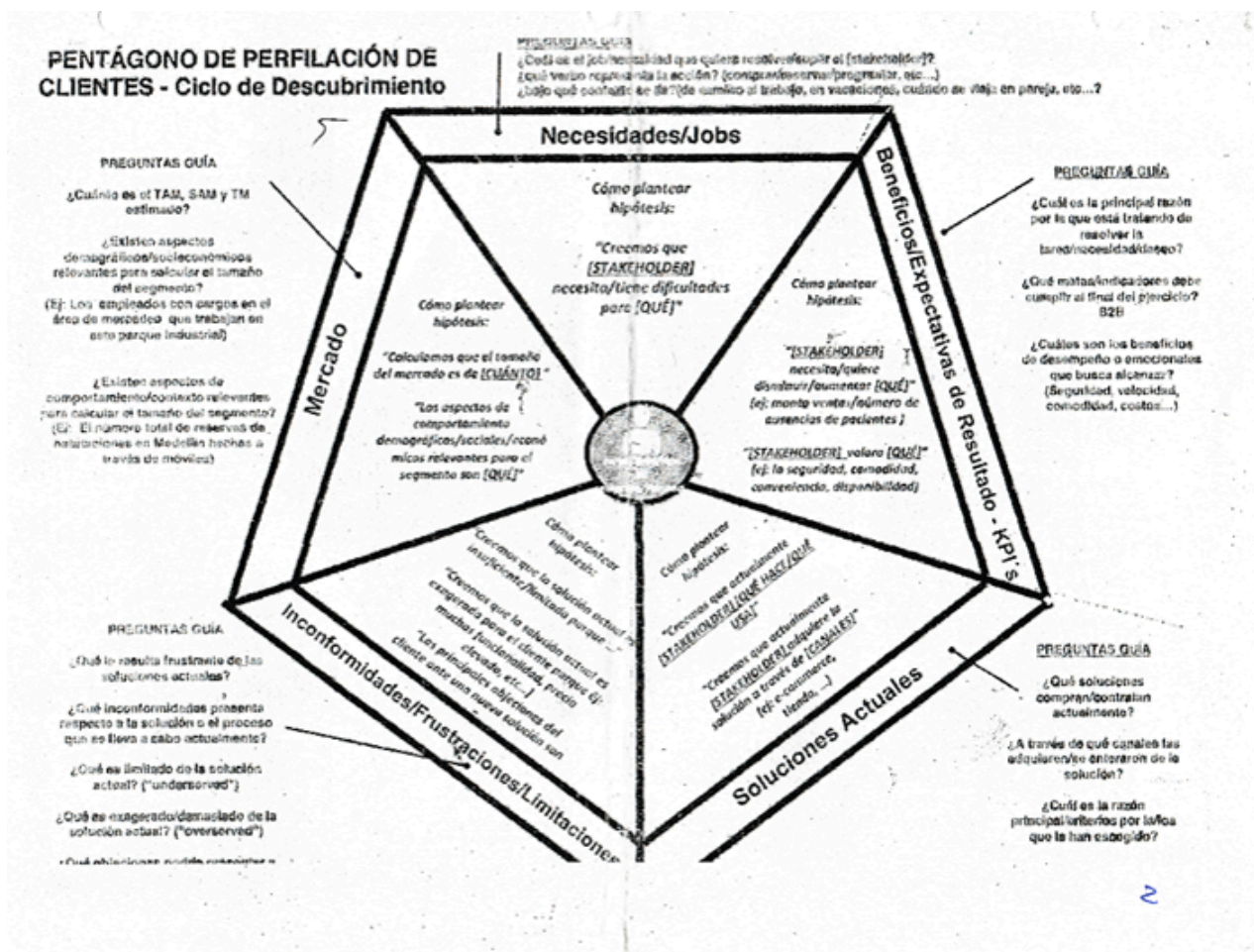
Ser una marca reconocida por su gran variedad de productos y calidad, así mismo crecer como empresa en el mercado de camisetas deportivas en diseño e innovación Brindando siempre el mejor servicio hacia nuestros clientes.

Específicos:

- o Obtener reconocimiento en el mercado deportivo. Ofrecer a nuestros clientes un producto de alta calidad.
- o Crear estilos únicos y seguros para cada cliente.
- o Brindar oportunidades de crecimiento a nuestros empleados.

Customer Development (Desarrollo De Cliente)

Esta metodología se empeña en conocer cómo es el cliente, qué problemas tiene, para saber qué quiere y por tanto poder ofrecerle una solución adecuada a su problema. Es una útil herramienta para emprendedores sobre cómo crear una empresa evitando caer en los habituales errores de principiante y reorientar los esfuerzos en los dos objetivos principales de toda empresa: el mercado y los clientes. Para el desarrollo de la metodología nos enfocamos en el:



Necesidades

HIPOTESIS: Creemos que nuestros clientes son hombres y mujeres entre los 20 y 35 años, en la ciudad de Bogotá que buscan una prenda que les brinde la comodidad para desarrollar una actividad física y la seguridad de llevar sus objetos personales (dispositivos electrónicos, dinero, documentos de identidad, etc.); sin que estos sean expuestos por su volumen (relieve en la prenda), al contestar una llamada o subir el volumen a su música favorita.

A su vez también buscan minimizar la mayor cantidad de objetos (maletas, maletines, bolsos, canguros y billeteras); al momento de desplazarse de un sitio a otro, reduciendo la exposición y el riesgo a un robo e incurrir en gastos no presupuestados.

Beneficios

HIPOTESIS: Los beneficios de la prenda son los siguientes:

- Reducir la exposición a robos debido al volumen (relieve en la prenda) por los objetos portados en ella.
- Tener una prenda cómoda con la cual se pueda escuchar música y contestar llamadas.
- Tener una prenda para realizar actividades físicas

- Tener la alternativa de poder hacer un diseño único y personalizado con materiales que le ayude a desarrollar todo tipo de actividad

Soluciones actuales

HIPOTESIS: Actualmente las grandes empresas fabricantes de ropa casual y/o deportiva tienen prendas cómodas, con materiales resistentes a diferentes actividades físicas y resistentes a la variedad de clima al cual pueden estar expuestas, a su vez cuentan con una línea extensa de accesorios adicionales para el transporte de sus pertenencias.

Inconformidades

HIPOTESIS: Creemos que las empresas fabricantes de ropa casual y/o deportiva, no tienen una prenda que brinde seguridad al momento de transportar los objetos personales y de valor y la conexión con todos los dispositivos electrónicos sin necesidad de accesorios.

Segmentación del mercado

El mercado al cual estamos enfocados, es toda la población colombiana entre los 20 y 35 años que les gusten las prendas deportivas y/o les guste realizar actividades físicas, con una prenda que les brinde seguridad al transportar elementos personales, cómoda, con un diseño personalizado y que tenga incluido un dispositivo con el cual podamos escuchar la música favorita y poder contestar las llamadas

Estudio Del Mercado

Estrategias que se desarrollaran para el estudio de mercado

Lo pasos para poder elaborar la organización:

1. Analizar el sector de barrios unidos en el que se pretende establecer la organización.
2. Generar encuestas que permitan arrojar resultados cuantitativos para la aceptación de la organización Zeus.
3. Ajustándonos al requerimiento del cliente y de acuerdos con las pautas que el mismo nos marca, analizamos cada uno de los puntos que nos indica para estudiar diferentes soluciones a la necesidad del mismo.
4. Se conocerá muy bien las telas en que afectan al momento del rendimiento físico de una persona.
5. Cobertura de Mercado seleccionando el ámbito del mercado a intervenir.
6. La estrategia de cobertura de mercado que se utilizara será el marketing, que quiere enfocarse en dicho mercado y así posicionarse más firme dentro de un segmento, esperando obtener mayores utilidades.
7. El estudio del mercado se enfoca en medir el nivel de aceptabilidad del producto que sea amigable con el consumidor un producto de camisas deportivas satisfacer al deportista.

Beneficios del consumidor:

1. Generar comodidad al deportista al momento de hacer su actividad física.

Diseño de estudio

1. **NECESIDAD DE LA INVESTIGACIÓN:** la investigación nace en base a las necesidades de generar un ingreso de suplir una economía favorable para las personas que adquieran nuestro producto.
2. **POBLACIÓN:** nuestro producto va dirigida a la los adolescentes, hombres mujeres niños que quieran personalizar sus camisas y poder hacer deporte
3. **TIPO DE INVESTIGACIÓN:** la investigación va enfocada a los deportistas.
4. **DISEÑO DE INSTRUMENTO:** este diseño es cuantitativo porque este nos arroja un número de personas que aceptan nuestro producto y un número de las personas que no se familiarizan con este producto.

Entrevista ZEUS

Somos una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de camisas deportivas para hombres y mujeres, con bolsillos de seguridad.

1. Sexo
 - i. Mujer
 - ii. Hombre
 - iii. Prefiero no decirlo
2. ¿Qué edad tiene?
3. ¿Qué estrato socio económico se encuentra usted?
4. ¿Con que frecuencia hace deporte?
5. ¿Cuándo usted hace deporte escucha música?
6. ¿Al momento de realizar su actividad física que elementos lleva?
7. ¿Usted se siente inseguro al momento de ejercitarse?
8. ¿Qué busca al comprar una prenda deportiva?
9. ¿Alguna vez ha querido llevar sus objetos personales (Celular, Dinero y documentos) de manera segura cuando realiza su actividad física?
10. ¿Ha sufrido de robo o pérdida de sus objetos personales al realizar ejercicio?
Con la tecnología de
11. ¿Le gustaría encontrar en el mercado deportivo camisas con bolsillos de seguridad y compartimiento discreto para sus auriculares?
12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por ello?

Sexo	¿Qué edad tiene?	¿Qué es estrato socio económico se encuentra usted?	¿Con que frecuencia hace deporte?	¿Cuando usted hace deporte escucha música?
Mujer	21	3	Cada semana	Si
Hombre	25	4	cada tres días	No
Hombre	26	3	cada quince días	si
Hombre	28	3	una vez al mes	si
Mujer	22	2	Cada fin de semana	Si me encanta
Mujer	23	3	cada mes	no
Hombre	25	2	diario	si
Hombre	23	3	dos veces por semana	si
Hombre	24	4	cada fin de semana	si
Mujer	28	4	todos los días	si

¿Al momento de realizar su actividad física que elementos lleva ?	¿Usted se siente inseguro al momento de ejercitarse?
Celular, documentos, audífonos y dinero	Si
Cartera , dinero, celular y documentos	si
Audífonos, celular, documentos y plata	si, porque llevo mis objetos personales y son visibles
celular y plata	No
Celular con audífonos, documentos dinero, toalla, botella de agua	Si porque cuando voy escuchando música se notan los audífonos y el celular.
dinero	no
celular y audifonos	si
documentos, celular dinero	si cuando troto
canguro con dinero, celular y documentos	si porque se ve llamativo el canguro
celular, cedula y plata	no

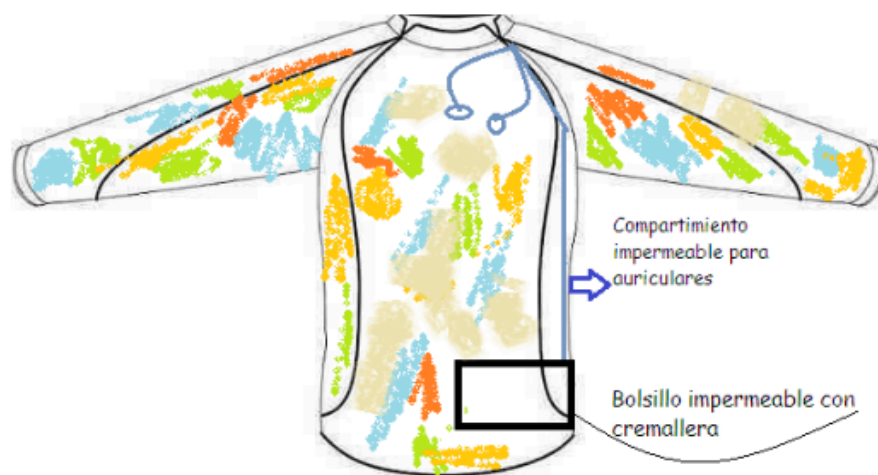
¿Qué busca al comprar una prenda deportiva?	¿Alguna vez a querido llevar sus objetos personales (Celular, Dinero y documentos) de manera segura cuando realiza su actividad física?	¿A sufrido de robo o pérdida de sus objetos personales al realizar ejercicio?
Comodidad	Si, me gustaria	Perdida de dinero
comodidad y calidad	si que sea discreto	No
Calidad, Economía,	Si	No
Comodidad y calidad	si	no
Estilo diferente, comodidad y calidad	Si que no se noten tanto	Si me robaron mi celular
comodidad	si	no, por eso solo salgo con poco dinero cuando me ejercito
Calidad, economía, estilo diferente	si	no
economia , calidad	si me gustaria	no
calidad	si es lo ideal	si robo al celular
calidad	si	perdida de documentos

¿Le gustaría encontrar en el mercado deportivo camisas con bolsillos de seguridad y compartimiento discreto para sus auriculares?	¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por ello?
Si	50.000 por una camisa
Si	50.000
Si	camisa de 30.000
si que sea practica	30.000
Sería una buena opción	40.000
Si	30.000
si	35.000
si	40.000
si	50.000
si	50.000

Conclusiones entrevistadas

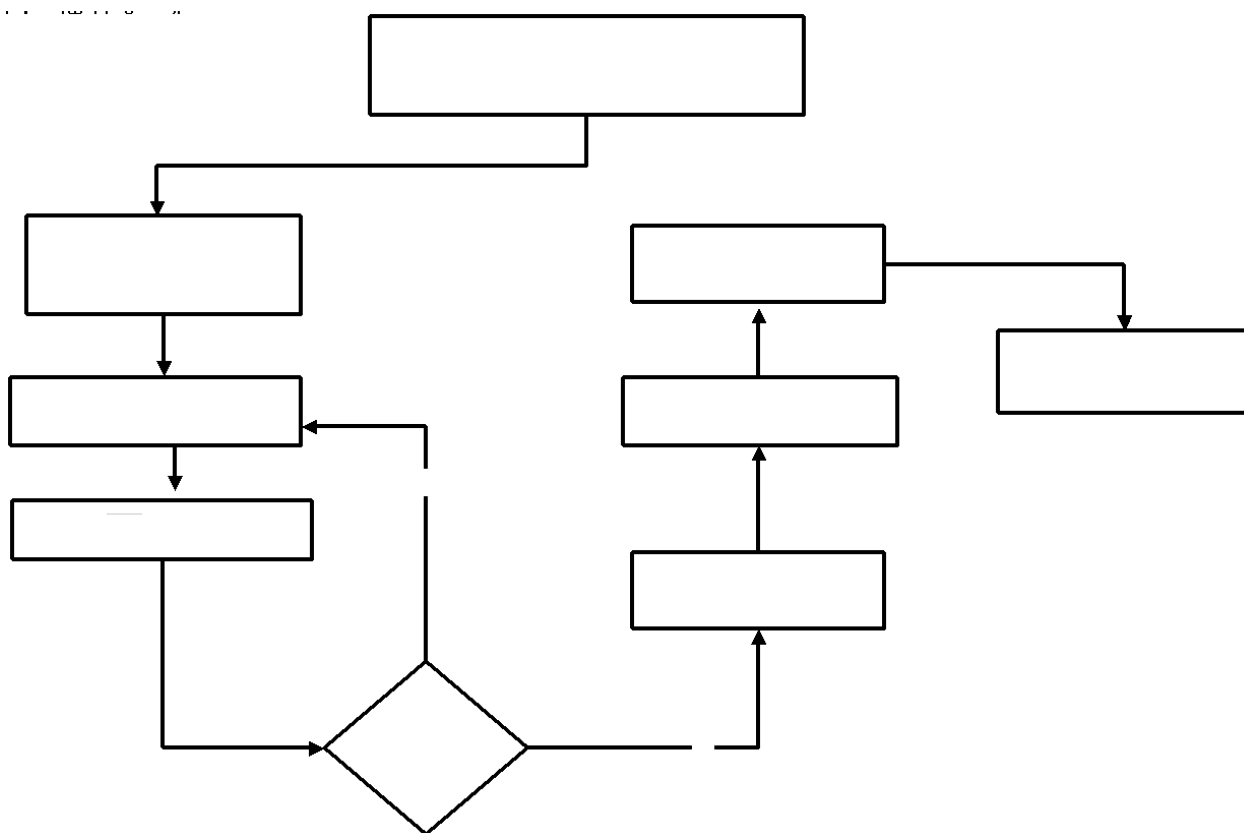
Las personas entrevistadas se encuentran en un rango de edad de 20 a 30 años, el 60% de los encuestados son hombres, su estrato socio económico está en el rango de 2 a 4, la práctica de alguna actividad deportiva aproximadamente 3 veces por mes, el 80% escuchan música mientras se ejercitan, de los elementos que más llevan los entrevistados son celular, documentos y dinero, el 70% se siente inseguro al practicar su actividad física, la calidad es esencial al momento de comprar una prenda deportiva, el 100% por practicidad y comodidad quisiera llevar sus objetos personales de manera segura y discreta. La pérdida de sus objetos es frecuente, los entrevistados están dispuestos a pagar entre 30.000 a 50.000 por una camisa deportiva que brinde comodidad y seguridad.

Ficha técnica



<p>Embalaje</p> <p>Cada prenda es empaçada en una bolsa hermética de 21 cm de ancho por 29 cm de largo y luego la cantidad pedida es embalada en una caja de cartón de 0,30 x 0,33x 0,36 (m).</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="646 191 906 268">TALLAS HOMBRE</th> <th data-bbox="906 191 1166 268">CONTORNO PECHO (cm)</th> <th data-bbox="1166 191 1421 268">CONTORNO CINTURA (cm)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="646 268 906 331">XS</td> <td data-bbox="906 268 1166 331">87-91</td> <td data-bbox="1166 268 1421 331">73-77</td> </tr> <tr> <td data-bbox="646 331 906 394">S</td> <td data-bbox="906 331 1166 394">91-95</td> <td data-bbox="1166 331 1421 394">77-81</td> </tr> <tr> <td data-bbox="646 394 906 457">M</td> <td data-bbox="906 394 1166 457">95-99</td> <td data-bbox="1166 394 1421 457">81-85</td> </tr> <tr> <td data-bbox="646 457 906 520">L</td> <td data-bbox="906 457 1166 520">99-103</td> <td data-bbox="1166 457 1421 520">85-89</td> </tr> <tr> <td data-bbox="646 520 906 583">XL</td> <td data-bbox="906 520 1166 583">103-107</td> <td data-bbox="1166 520 1421 583">89-93</td> </tr> <tr> <td data-bbox="646 583 906 646">2XL</td> <td data-bbox="906 583 1166 646">107-111</td> <td data-bbox="1166 583 1421 646">93-97</td> </tr> <tr> <td data-bbox="646 646 906 709">3XL</td> <td data-bbox="906 646 1166 709">111-115</td> <td data-bbox="1166 646 1421 709">97-101</td> </tr> <tr> <td data-bbox="646 709 906 793">TALLAS MUJERES</td> <td data-bbox="906 709 1166 793">CONTORNO PECHO (cm)</td> <td data-bbox="1166 709 1421 793">CONTORNO CINTURA (cm)</td> </tr> <tr> <td data-bbox="646 793 906 856">S</td> <td data-bbox="906 793 1166 856">82-86</td> <td data-bbox="1166 793 1421 856">70-74</td> </tr> <tr> <td data-bbox="646 856 906 919">M</td> <td data-bbox="906 856 1166 919">86-90</td> <td data-bbox="1166 856 1421 919">74-78</td> </tr> <tr> <td data-bbox="646 919 906 974">L</td> <td data-bbox="906 919 1166 974">90-96</td> <td data-bbox="1166 919 1421 974">78-88</td> </tr> </tbody> </table>			TALLAS HOMBRE	CONTORNO PECHO (cm)	CONTORNO CINTURA (cm)	XS	87-91	73-77	S	91-95	77-81	M	95-99	81-85	L	99-103	85-89	XL	103-107	89-93	2XL	107-111	93-97	3XL	111-115	97-101	TALLAS MUJERES	CONTORNO PECHO (cm)	CONTORNO CINTURA (cm)	S	82-86	70-74	M	86-90	74-78	L	90-96	78-88
TALLAS HOMBRE	CONTORNO PECHO (cm)	CONTORNO CINTURA (cm)																																					
XS	87-91	73-77																																					
S	91-95	77-81																																					
M	95-99	81-85																																					
L	99-103	85-89																																					
XL	103-107	89-93																																					
2XL	107-111	93-97																																					
3XL	111-115	97-101																																					
TALLAS MUJERES	CONTORNO PECHO (cm)	CONTORNO CINTURA (cm)																																					
S	82-86	70-74																																					
M	86-90	74-78																																					
L	90-96	78-88																																					
<p>Instrucciones de Lavado</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lavar a mano • No retorcer • No dejar en remojo • Secar a la sombra • No planchar • No usar blanqueador • No utilizar secado • La cremallera debe estar cerrada en su totalidad para el lavado. 																																							

Diagrama de Flujo



Clase de negocio

Zeus, será una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de camisas deportivas para hombres y mujeres de 25 a 33 años. La intervención en el mercado de la ropa deportiva de una marca que ofrezca calidad y seguridad al momento de realizar su actividad física, a buen precio que cumplirá con altas exigencias en calidad e innovación que la llevaran a situarse como la mejor marca a nivel nacional, abriendo puertas para posteriormente incorporarse en el mercado internacional; Enfocados en la seguridad y comodidad de nuestro cliente en su desplazamiento a sus lugares de trabajo o en su actividad deportiva.

Identidad estratégica:

Somos una empresa dedicada a la fabricación, comercialización y distribución camisas deportivas, brindando confianza, comodidad y seguridad para que el cliente se sienta satisfecho usando nuestros productos.

Futuro preferido:

Para el año 2022 seremos una empresa reconocida en el mercado deportivo nacional por la buena calidad de nuestros productos y el buen servicio que ofrecemos al cliente final.

Valores corporativos

Nuestros valores corporativos Participación, Solidaridad, Equidad, Honestidad, Responsabilidad, Respeto.

- Solidaridad: Nos sentimos comprometidos con el acontecer de La organización y asumimos que nuestras acciones afectan a los demás comprometidos con el desarrollo de los colombianos.
- Participación: Somos una organización democrática, donde cada empleado tiene incidencia e igualdad de oportunidades.
- Equidad: Facilitamos el desarrollo integral del asociado y su familia, mediante la distribución justa e imparcial de los beneficios cooperativos.
- Honestidad: realizamos todas las operaciones con transparencia y rectitud.
- Responsabilidad: Obramos con seriedad, en consecuencia con nuestros deberes y derechos como asociados, acorde con nuestro compromiso con La Cooperativa.

- Respeto: Escuchamos, entendemos y valoramos al otro, buscando armonía en las relaciones interpersonales, laborales y comerciales.

Análisis del entorno Pestel

Política

- La normatividad relacionada con el proceso de gestión de calidad ISO 9001.
- La reforma laboral por el grupo de empleados a los cuales debemos regirnos.
- La modificación del impuesto al valor agregado IVA del 16% al 19% por la reforma tributaria estructural.

Social

- La gran ventaja que tenemos es que ofrecemos seguridad con nuestras camisetas con el sistema que se ha implementado en ellas.
- Incentivamos a comprar productos nacionales.

Tecnológico

- Las redes sociales y los dispositivos móviles llevan a que nuestro producto se posicione mejor en el mercado.
- La organización cuenta con maquinaria que aunque no es de alta tecnología, fusionada con nuestra mano de obra obtiene un proceso de fabricación formidable con una alta identificación de calidad.

Económica

- El desempleo y sus altos índices lleva a que nuestros futuros clientes no tengan un poder adquisitivo bueno y no pueda adquirir nuestro producto.
- La política económica de nuestro país para las organizaciones pequeñas afecta a tal punto de que no pueda ser sostenible.
- La inflación y el incremento sostenido de los precios es un factor que afecta el Desarrollo de las ventas de nuestra organización.

Ambiental

- Nos enfocamos en optimizar nuestros recursos para generar menos desperdicios.
- Implementamos un plan de mejoramiento ambiental certificándonos en la iso 14001 Norma de gestión ambiental.

Fuerzas de porter “ zeus”

1. Poder de negociación con los clientes:

- 1.1 Nuestra marca un precio económico en nuestros productos, para así dar a conocer la seguridad y la excelente calidad de nuestras camisetas deportivas o formales.
- 1.2 Nuestra posición es ganar clientes demostrando que el uso de la camiseta previene el robo de sus pertenencias en cualquier tipo de actividad que ellos estén realizando.

2. Poder de negociación con los proveedores o vendedores:

- 2.1 Esperamos que nuestro producto llame bastante la atención de grandes cadenas de supermercados para realizar una negociación para el primer año “2018” el cual reduce nuestro precio por prenda en un 2.5% para así lograra abastecer y ganar un espacio de nuestra marca en todas las cadenas de ropa de Bogotá.

2.2 Logramos reconocimiento con nuestro único punto de venta en el barrio Venecia lo cual llamo la atención de las grandes superficies, el éxito de ello fue incursionar en los estratos 1,2, y 3 los cuales pueden acceder a nuestros precios y se ven más

Expuestos a situaciones sociales difíciles.

3. Amenaza de competidores entrantes:

3.1 Aunque tenemos variedad en nuestras camisetas, nuestras competencia entrante son las marcas ya posicionadas en el mercado las cuales tienen tecnología de punta en sus procesos de producción y con la marca posicionada pueden producir no solo este tipo de prenda.

4. Productos sustitutos

4.1 Las empresas posicionadas en el mercado pueden implementar una prenda como pantalón o ropa interior e incluso accesorios que no sobresalgan o salten a la vista y que cumplan las funciones.

4.2 Estas organizaciones establecen alianzas estratégicas con otro tipo de empresas que tengan una actividad económica diferente para que den a conocer sus productos.

5. Rivalidad entre competidores

5.1 Finalmente el abarcar este tipo de clientes o este nicho de mercado puede jugar en contra para nuestros competidores la exclusividad de su marca o el nivel de precios que ellos usan en el mercado no son para nada comparables con los de nuestra organización, es decir pueden tener la marca posicionada en el mercado, pero nuestra

propuesta de valor es excelente y nuestros precios en la mayoría de los casos son más accesibles que los de ellos.

5.2 Finalmente al ver que estamos abarcando el mercado lo más probable es que ofrezcan comprar nuestra idea de negocio la cual no está en venta.

Matriz de despliegue estratégico

FORTALEZAS	AMENAZAS	FUERZAS INDUCTORAS	FUERZAS OPOSITORAS	SOLUCION
✓ Creatividad	✓ Competencia.	A6	B8	Aunque el proceso sea difícil la participación de cada uno de nuestros empleados es un valor agregado y pueden surgir nuevas ideas que nos ayuden a posicionarnos mejor.
✓ Innovación	✓ Publicidad	A7	B6	Estamos mas cerca de nuestro nicho de mercado y podemos abordarlos mejor que las grandes organizaciones convivimos mas cerca a nuestros clientes potenciales.
✓ Personal capacitado	✓ Variación del mercado	A8	B10	Nuestro personal cuenta con años de experiencia en confeccion de prendas no solo deportivas si no de todo tipo aunque nuestra maquinaria no se de ultima tecnologia nuestro personal es feliz y trabaja 100% con calidad.
✓ Compromiso	✓ Tecnología	A10	B9	Solucionando nuestros problemas tecnologicos ponemos metas a nuestros funcionarios en cuanto a la calidad del producto (Entre menos segundas saquemos mayor reconocimiento tendremos e incitivaremos a nuestros empleados con premios por esta gran labor).
✓ Proactividad	✓ Maquinaria	A9	B7	Nuestro compromiso es que cada uno de nuestros clientes se identifique con la marca y sea parte importante de nuestra organización por ello nuestra publicidad aunque no sea la mas llamativa muestra la felicidad y la seguridad de nuestros clietes

Logo



Conclusiones

Luego de realizar el estudio de mercado concluimos que es viable el proyecto, según las entrevistas realizadas, varias personas quieren conocer nuestro producto y adquirirlo.

El producto cubre la necesidad de comodidad y seguridad que buscan las personas al ejercitarse.

También atacamos las necesidades de nuestros clientes potenciales que en conclusión son los de los estratos más bajos y se ven envueltos es situaciones sociales de alto riesgo.

Identificamos que en un gobierno inestable y que constantemente hace reformas tributarias es difícil crear empresa mas no imposible.

Satisfacer una necesidad no consta de una marca posicionada si no de un artículo útil y de buena calidad.

Las personas de bajos estratos son un nicho de mercado potencial tomamos como ejemplo la cun la cual brinda educación a bajo precio, buena calidad y buena ubicación geográfica (Caso sede sur).

Bibliografía

<http://anexovirtual.blogspot.com.co/2013/09/historia-ropa-vestimenta.html>

<https://www.vix.com/es/imj/10071/6-tips-para-estar-a-la-moda>

<https://listado.mercadolibre.com.co/moda-a>

http://www.adidas.co/on/demandware.store/Sites-adidas-CO-Site/es_CO/Default-Start?cm_mmc=AdieSEM_Google--Trademark_Mobile-Brand-B-Exact--Trademark-Brand-X-