

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior

CUN

Administración de Empresas

DISPENSADOR DE MEDIAS

Estudiantes:

Luz Alejandra Alférez Méndez

Andrés López Moreno

Edisson Higuera

Docente:

Angela Maria Castellanos

Opción de Grado I

Grupo No. 10110

Bogotá, Colombia

2017

TABLA DE CONTENIDO

1. IDENTIFICACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

- 1.1 Descripción del negocio:
- 1.2. Problema a desarrollar:
- 1.3. Oportunidad de negocio:
- 1.4. Clase de producto que genera la idea de negocio
- 1.5. Sector económico al que pertenece la idea de negocio
- 1.6. Descripción del producto o servicio
- 1.7. Justificación de la idea de negocio
- 1.8. Antecedentes de la idea de negocio
- 1.9. Objetivo general de la idea de negocio

2.PENTAGONO DE PERFILACION DE CLIENTES

2.1 HIPOTESIS

- 2.1.1 Stakeholder
- 2.1.2 Necesidades
- 2.1.3 Beneficios y expectativas
- 2.1.4 Soluciones actuales
- 2.1.5 Frustraciones y limitaciones

2.2 ENTREVISTA

- 2.2.1 Proceso de recolección de información.
- 2.2.2 Hallazgos de la información recolectada.

2.2 ANALISIS DE LA INFORMACIÓN

3.DESCRIPCION

3.1 DESCRIPCION DEL PRODUCTO

4. MATRIZ ESTRATEGICA

4.1. Objetivo general

Objetivos Específicos

4.3 valores

5.ANEXOS

6.BIBLIOGRAFIA

INTRODUCCIÓN

Daremos a conocer un producto el cual pretende solucionar problemas a la hora de vestir de las mujeres, en donde las medias veladas son fundamentales para su vestuario y suele ser un elemento sensible al daño. Para ello instalaremos dispensadores de medias veladas las cuales serán ubicadas en puntos estratégicos en el cual el flujo de mujeres cuyo su estilo de vestir es formal sea alto, con esto daremos una solución a un problema urgente que se concentra de el fácil acceso, calidad y precio de producto, para que no dañe su presentación personal.

1. IDENTIFICACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

1.1 Descripción del negocio:

Nuestro negocio o idea de negocio está dirigida a la venta y distribución de medias veladas elaboradas a base de polímeros por medio de un dispensador, ubicados en puntos cerca los baños de puntos estratégicos como: Aeropuertos, Terminales Terrestres, Centros Comerciales, Centros Empresariales en Colombia. La idea nace de la necesidad comprender a las mujeres que utilizan medias veladas en su diario vestir y que por diferentes circunstancias tienen percances al momento de comprar unas nuevas medias veladas, básicamente porque deben dirigirse hasta puntos de ventas que en ocasiones ya se encuentran cerrados o reciben una mala atención. Adicional, teniendo presente hacer de LEMER una empresa amigable con el medio ambiente, y pensando que para las mujeres es indispensable el uso de medias veladas de calidad, esta idea de negocio, pretende distribuir medias elaboradas a base de polímeros.

1.2. Problema a desarrollar:

Las mujeres Colombianas, especialmente las que visten de manera formal, suelen tener inconvenientes con sus medias veladas al momento de vestir, ya que estas se rasgan de forma fácil y en otros casos producen picazón por el material que las componen, adicionalmente en puntos como aeropuertos, terminales o centros comerciales no se encuentran fácilmente medias veladas para su compra, y si se encuentran estas medias son de un costo elevado ya

que corresponden a almacenes de cadena, además que estos almacenes se encuentran con horarios no tan factibles para poder acceder a su compra.

1.3. Oportunidad de negocio:

- Solución de poder acceder de manera inmediata a las medias veladas por medio del dispensador LEMER que además proporciona medias de alta calidad y precios accesibles.
- El mecanismo diversificado del dispensador de las medias veladas, aportan a las mujeres una diversidad de aspectos como color, diseño y comodidad al momento de utilizar medias veladas
- La dificultad al momento de vestir medias veladas, es que suelen rasgarse de manera breve al momento de su utilizarlas, por esto las medias veladas LEMER son resistentes debido al uso de polímeros que la componen.
- Ubicación de dispensadores en puntos estratégicos en donde el flujo de mujeres que utilizan medias veladas es alto (aeropuertos, terminales terrestres, centros empresariales y centros comerciales) en Colombia.

1.4. Clase de producto que genera la idea de negocio

Nuestra idea de negocio pretende generar un bien que es tangible, duradero, amigable al medio ambiente y capaz de satisfacer una necesidad para las mujeres a al momento de usar medias veladas, solucionando problemas de calidad como rasgamientos.

1.5. Sector económico al que pertenece la idea de negocio

Nuestra idea de negocio pertenece al sector económico secundario o industrial, ya que este sector es en el cual los productos obtenidos provienen de la transformación manual, química o mecánica de otros tipos de bienes o mercancías, los cuales se utilizan como base para la fabricación de nuevos productos, tal como son la fabricación y elaboración por medio de material reciclable (polímeros) para la fabricación y venta de las medias veladas.

1.6. Descripción del producto o servicio

Dispensadores de medias veladas elaboradas a base de polímeros, ubicados en aeropuertos, terminales terrestres, centros empresariales y centros comerciales de Colombia.

1.7. Justificación de la idea de negocio

Desde hace años se entiende que las medias veladas son un elemento fundamental al momento de vestir en las mujeres, en donde también se evidencia que este elemento por su material y delicadeza está expuesto al daño. Teniendo en cuenta que la mujer es parte importante y fundamental de nuestra sociedad y nuestra vida laboral queremos darles lo mejor a la hora de vestir, además de solucionar percances que suceden generalmente al momento de usar una media veladas, diseñando un producto fuerte, con estilo y excelente diseño.

1.8. Antecedentes de la idea de negocio

La idea del dispensador de medias veladas surge teniendo en cuenta que es un producto ubicado en pocas empresas de Bogotá y nuestra idea es expandir el negocio a varios puntos estratégicos de Colombia.

Samsara es una empresa líder colombiana de fabricación y distribución de medias veladas. Para incrementar su disponibilidad, la marca de medias Samsara utiliza máquinas dispensadoras, las cuales ubica en diferentes oficinas. Una oportunidad de crear nuevas ocasiones de consumo en mercados cautivos. El dispensador de medias veladas de la imagen está en la entrada del baño de damas en las oficinas de IBM en Bogotá. La distribución, entendida como estar disponible en lugares más convenientes que la competencia es de hecho una alternativa de diferenciación.

1.9. Objetivo general de la idea de negocio

Objetivo general:

Satisfacer la necesidad de las mujeres que utilizan medias veladas, por medio de un dispensador, que contiene diversos diseños y texturas de medias veladas

2. PENTAGONO DE PERFILACION DE CLIENTES

2.1 HIPOTESIS

Las mujeres colombianas, especialmente las que visten de manera formal, suelen tener inconvenientes con sus medias veladas al momento de vestir.

Las medias veladas propuestas en la idea de negocio, ayudan al medio ambiente, pues es una prenda elaborada a base de plástico, que dará al cliente la satisfacción de estar conectado con el planeta.

El mecanismo dispensador de las medias veladas, aportan a las mujeres soluciones cuando suelen tener inconvenientes al momento de utilizar medias veladas, en aspectos como color, diseño y comodidad.

La dificultad al momento de vestir medias veladas, es que suelen rasgarse de manera breve al momento de su utilización, para ello nuestras medias veladas son resistentes debido básicamente al material elaborado.

2.1.1 Stakeholder

Nuestro nicho de mercado serán las mujeres colombianas con edades entre 15 y 55 años, que visten de tal forma que las medias veladas son parte principal de su vestidura.

2.1.2 Necesidades

Nosotros consideramos que nuestro cliente requiere la utilización de unas medias veladas que aparte de ser resistentes sean amigables con el medio ambiente, adicionalmente que tengan la oportunidad de adquirirlas de manera factible por medio de los dispensadores, solucionando y facilitando contratiempos que se le presenten a las mujeres con las medias veladas como en casos que el producto se rompan, rasga o se olviden.

2.1.6 Beneficios y expectativas

Lemer quiere que sus clientes se encuentren satisfechos con un producto de calidad, el cual podrán encontrar fácilmente en los baños de Aeropuertos, Terminales Terrestres, Centros Comerciales, Centros Empresariales y Universidades.

2.1.7 Soluciones actuales

Las marcas SAMSARA, TALL, CAROLINE, DILIDO, VAN RAALTE y RITCHI, son las marcas con mayor reconocimiento en Colombia en cuanto a medias veladas, sin embargo SAMSARA tiene un mercadeo más directo debido a que está utiliza máquinas dispensadoras, pero la diferencia entre nuestra marca y SAMASARA es que ellos utilizan materia prima como (Nylon, seda, algodón y/o lana) para su elaboración. (El Tiempo).

2.1.8 Frustraciones y limitaciones

Lemer considera que las mujeres pueden sentir frustración a la hora de comprar y utilizar medias, debido a que estas no tienen una vida útil prolongada, por lo que genera mayor costo e inseguridad al momento de usarlas, asimismo existen materiales que pueden provocar rasgaduras y rompimientos entre otros. Otra frustración de las mujeres al usar media velada es que la tela les puede producir picazón, generando así afecciones en la salud, principalmente daños en la vena varice.

2.2 ENTREVISTA

2.2.1 Proceso de recolección de información.

Entrevista semiestructurada a mujeres entre 15 -50 años en universidades, centros comerciales y terminales que usan medias veladas.

Cantidad de entrevistadas 100 mujeres.

2.2.2 Hallazgos de la información recolectada.

- **¿Por qué consideran que la idea será exitosa?**

Sabemos que diariamente salen a rodar en el mercado nuevos productos, donde podemos ver la satisfacción del cliente, donde queremos Llegar a el consumidor con un producto ya común, pero con un plus nuevo, en donde haya una oferta más numerada de nuestros productos con un precio justo y más fácil acceso a nuestro satisfactores a las necesidades de nuestro cliente: las mujeres, No existe un dispensador de medias actual en Los centros estratégicos que se han escogidos a donde Instalaremos nuestro dispensador, llegaremos a lugares muy bien ubicados, y llegar a ofrecer en todo el Pais estos dispensadores con medias de muy buena calidad, donde resista El uso en la cotidianidad de las mujeres y no se rompan o asguen.

- **¿Cómo van a generar ingresos provenientes de su idea?**

Los ingresos se generan a través de las máquinas que van a estar ubicadas en los baños de puntos estratégicos (aeropuertos, terminales terrestres, centros comerciales, centros empresariales), en donde la cliente ingresará el valor del producto, lo tomara y este dinero quedará dentro de la máquina correspondiente.

- **¿Por qué nos importa el proyecto?**

Teniendo en cuenta que la mujer es parte importante y fundamental de nuestra sociedad y nuestra vida laboral queremos darles lo mejor a la hora de un buen vestir, además de solucionar percances que suceden generalmente al momento de usar unas media veladas, diseñando un producto fuerte, con estilo y excelente diseño.

Anexo formato de entrevista.

2.2 ANALISIS DE LA INFORMACIÓN

Necesidad	Características Específicas	Diferenciador	Definición cliente	Soluciones actuales
Solucionar y facilitar los inconvenientes que a las mujeres se les presenta cuando se les rompe, rasga u olvidan	La materia prima del producto son polímeros, más conocido como “plástico”, dándole una transformación para la	Producto elaborado a base de material reciclable y distribuido por medio de dispensadores.	Mujeres colombianas de edades entre 15 a 55 años.	SAMSARA, TALL, CAROLINE, DILIDO, VAN RAALTE Y RITCHI.

las medias veladas.	fabricación de medias veladas.			
Cotidianamente 7 de cada 10 mujeres usan medias, ya sea por decisión propia o exigencia de la empresa donde labora.	Facilidad y alcance de elegir un producto de acuerdo a la necesidad y gusto de cada cliente. Como ejemplo, lo es el color, talla, grosor, estilo y calidad.	Producto resistente, de calidad y comodidad.		
	Ubicación estratégica de dispensadores en donde existe mayor circulación de mujeres.			

3. DESCRIPCION

3.1 DESCRIPCION DEL PRODUCTO

Dispensadores de medias veladas elaboradas a base de polímeros, ubicados en aeropuertos, terminales terrestres, centros empresariales y centros comerciales de Colombia.

4. MATRIZ ESTRATEGICA

4.1. Objetivo general

Satisfacer la necesidad de las mujeres que utilizan medias veladas, por medio de una dispensador, que contiene diversos diseños y texturas de medias veladas

4.2 Objetivos Específicos

- Solucionar incidentes que se presenten productos no adquiridos con nosotros.
- Abastecer los dispensadores de medias veladas en aeropuertos, terminales terrestres, centros empresariales y centros comerciales en donde el flujo de mujeres es alto.
- Brindar elegancia, versatilidad y diseño al momento de lucir nuestro producto.
- Ofrecer un amplio catálogo en donde el diseño y la innovación son fundamentales a la hora de escoger.

4.3 valores

Liderazgo: Tener el control del mercado de dispensadores de medias veladas.

Ecologismo: La utilización de material no degradable sea mínimo.

Motivación: Variedad de producto que podemos ofrecer.

Excelencia: Contar con excelente calidad, tener el dispensador con condiciones óptimas.

Respeto: Dar un producto real y que coincida con las características que se le ofrecen a nuestros clientes.

Medias Veladas “LEMER” se enfocada en la búsqueda de la satisfacción y la solución de los clientes a nivel de un producto duradero y de fácil accesibilidad por medio de un dispensador, donde se puedan comprar en cualquier momento con tan solo dirigirse al baño, pues los dispensadores siempre estarán ubicados en aproximaciones al baño . Se trabaja diariamente y de la colaboración con el talento humano que hace parte de este equipo para lograr la preferencia de nuestros clientes ayudando el medio ambiente.

MISIÓN

La misión LEMER es ser una empresa que soluciona una necesidad urgente a nuestros clientes a la hora de vestir, en donde las medias veladas es una parte fundamental del atuendo, teniendo presente la calidad, el precio y el fácil acceso en el mercado, contribuyendo al medio ambiente en Colombia.

VISIÓN

En el 2027 LEMER busca ser una empresa líder en la distribución y surtido de medias veladas por medio de dispensadores, teniendo presencia en cada aeropuerto, terminal de transportes, centros empresariales y centros comerciales de las principales ciudades del territorio nacional Colombiano.

5. ANEXOS

ENTREVISTA ACERCA MEDIAS VELADAS

Por favor, rellene esta pequeña encuesta.

La información que nos proporcione será utilizada para conocer el grado de aceptación en el mercado de Medias veladas [LEMER]

La encuesta no le llevará más de [5] minutos.

Muchas gracias por su colaboración.

Nombre del encuestador: _____	Edad: _____
Nombre del encuestado: _____	

1. ¿Qué opinión le merece [LEMER]?

Muy interesante Interesante Neutro Poco interesante Nada interesante

2. ¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos le atraen del producto?

Simplicidad

Facilidad de uso

- Precio
- Diseño
- Atractivo
- Está de moda
- Ninguno de los anteriores

Otro (Por favor especifique):

3. ¿le gustaría poder adquirir este producto por medio de un dispensador?

- Si
- No

Especifique su Respuesta:

4. ¿A través de que medio o medios le gustaría recibir información sobre este producto?

- Anuncios en prensa o revista
- Correo ordinario
- Televisión
- Vallas publicitarias
- Folletos
- Radio

Internet

Otro (Por favor especifique):

5. Por favor, díganos cuál o cuáles son sus razones por las que no le atrae el producto?

No lo necesito

Es aburrido

Es complicado

Precio excesivo

Es innecesario

Otro (Por favor especifique):

6. ¿Con qué frecuencia compra medias veladas?

Todos los días

Cada 3 días

Cada 7 días

Cada 15 días

Cada 30 días

Más de 30 días

7. ¿Probaría una nueva marca de Medias Veladas “LEMER”?

Sí

No

8. ¿Qué color de Medias veladas le agrada más?

Negro

Azul Oscuro

Piel

Cafe

Otro (Por favor especifique):

9. Nuestros productos estarán ubicados en Aeropuertos, Terminales; sectores administrativos

10. y de oficina; ¿Está usted de acuerdo con la ubicación?, si tiene algún otro lugar de sugerencia por favor llenar el espacio blanco:

SI

NO

Otro (Por favor especifique):

11. ¿Tiene algún comentario o sugerencia para medias Veladas “LEMER” sobre el producto?

6.BIBLIOGRAFIA

Anónimo (s.f). Las presentaciones. Modelo Presentación. Recuperado de:
<https://www.modelopresentacion.com/>

El Tiempo. (15 de mayo de 2009). Las medias veladas están teniendo una segunda oportunidad, esta vez llenas de diseño y de color: Gracias al auge de los leggins en las últimas temporadas, las medias veladas vuelven a ganar terreno. El Tiempo. Recuperado de:
<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-5195881>

Gaitán, C. (1994, November 08). Las medias, una vena rota para las mujeres. Recuerado el 12 de Septiembre de 2017 de: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-243154>

Gómez, D. (6 de julio de 2015). Nuggets de Mercadeo: Dispensador de medias veladas Samsara. Bien Pensado. Recuperado de: <http://bienpensado.com/dispensador-de-medias-veladas-samsara/>

Posada, E. (1999). EL Plástico, condenado a no desaparecer. Recuperado de:
http://www.cca.org.mx/lideres/cursos/redaccion/lectura/articulo_actintg2.htm

Serrano, S.(20 de junio de 2017). Historia de la media velada. Recuperado de:
<http://www.elcosturerodestellablog.com/2007/06/la-media-velada.html>