

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR - CUN

PROYECTO DE GRADO I

PROYECTO:

VENTA DE JUGUETES EN LINEA – LOS JUGUETES DE DANNY

JUAN DANIEL MURILLO CASALLAS

DOCENTE: LINDA DIANA BUSTOS

NEGOCIOS INTERNACIONALES

BOGOTÁ D.C NOVIEMBRE DE 2017

INDICE

1. Introducción.
2. Resumen.
3. Justificación.
4. Desarrollo de Matriz de Perfilación de Clientes.
 - 4.1. Identificación de las necesidades del Stakeholder.
 - 4.2. Identificación de beneficios y expectativas.
 - 4.3. Identificación de soluciones actuales.
 - 4.4. Análisis de inconformidades, frustraciones y limitaciones.
 - 4.5. Mercado.
5. Validación del Mercado.
 - 5.1. Encuesta.
 - 5.2. Análisis de resultados.
 - 5.3 Validación de las necesidades.
 - 5.4. Análisis de los beneficios y expectativas.
 - 5.5. Validación de las soluciones actuales.
 - 5.6. Validación de inconformidades, frustraciones y limitaciones.
 - 5.7. Validación de Mercado.
6. Prototipo.
 - 6.1. Imágenes de muestra.
7. Identidad Estratégica.
8. Futuro Preferido.
9. Objetivo General.
 - 9.1. Objetivos específicos.
 - 9.2. Valores
 - 9.3. Slogan
 - 9.4. Logo
10. Area Administrativa.
11. Recursos Humanos.
12. Operaciones.
13. Sistemas.
14. Contabilidad.
15. Conclusiones.
16. Bibliografía.

INTRODUCCION

En el mercado nacional de bienes y servicios las transacciones a través de internet continúan con tendencia de crecimiento un dato relevante es que el 45% de los colombianos encuestados vía online han comprado alguna vez por internet, según datos de Nielsen.

Los colombianos hoy día prefieren comprar a través de internet que trasladarse directamente en los almacenes no solo por la comodidad de estar en casa y esperar que llegue su producto sino también por la seguridad que se ofrece en este tipo de transacciones, si bien aún existe mucha desconfianza la tendencia sigue hacia arriba; y es que hoy día se puede encontrar prácticamente todo en la web, desde viajes hasta medicamentos pasando por electrodomésticos, ropa, calzado, muebles, mercado, comidas rápidas, etc.

Basados en estos datos se ve la necesidad de crear un sitio que supla el deseo de los mas pequeños para quienes los portales de ventas no están propiamente enfocados, todas paginas o sitios web de las grandes cadenas se enfocan únicamente en colocar productos para venderlos con un precio un poco mas atractivo y ofertas especiales. En Colombia la única gran superficie que se puede decir es especialista en juguetería es Pepe Ganga, pero no se enfoca en conquistar a los niños sino a los padres para que compren, así es como nace la idea de crear una página web especialista en juguetería que no sea simplemente para vender juguetes sino que sea un sitio donde los niños puedan hacer la selección de los juguetes que realmente deseen, donde además puedan encontrar contenido adecuado para ellos convirtiéndose en un sitio de entretenimiento.

En Colombia de acuerdo con cifras macro del mercado, los juguetes tienen una venta promedio anual de mas de \$150.000.000.000 millones con un margen de ganancia promedio del 25%, de esta cifra el 50% de las ventas se realizan entre el 15 de noviembre y el 25 de diciembre siendo del 15 al 24 de diciembre los días de mayor venta.

RESUMEN

Las ventas a través de internet día a día aumentan no solo en Colombia, la gran oferta de sitios web que ofrecen un mundo infinito de productos solo se enfoca a vender productos. En Colombia la única gran superficie que dedica mas del 90% de su negocio a la venta de juguetes es Pepe Ganga sin embargo, no es enfocada a los niños sino dirigida a los padres para que compren productos. Este es un mercado que genera ventas anuales de mas de \$150.000.000.000 siendo diciembre el mes de mayores ventas al año con un 50% de la venta total del año.

RESUME

Les ventes en ligne augmentent jour après jour non seulement en Colombie, mais la grande offre de sites Web qui offrent un monde infini de produits se concentre uniquement sur la vente de produits. En Colombie, la seule grande région qui consacre plus de 90% de ses activités à la vente de jouets est Pepe Ganga, mais elle ne se concentre pas sur les enfants mais vise les parents à acheter des produits. Ce marché génère des ventes annuelles de plus de 150.000.000.000 \$, décembre étant le mois des ventes les plus élevées par année avec 50% de la vente totale de l'année.

SUMMARY

Online sales increase day by day not only in Colombia, the great offer of websites that offer an infinite world of products only focuses on selling products. In Colombia, the only large area that devotes more than 90% of its business to the sale of toys is Pepe Ganga, however, it is not focused on children but directed to parents to buy products. This is a market that generates annual sales of more than \$ 150,000,000,000, with December being the month of highest sales per year with 50% of the total sale of the year.

JUSTIFICACION

Con este trabajo se busca crear una nueva y mejor opción de compras por internet especializado en juguetes, creando un sitio único no solo para comprar sino también para entretener a los niños con contenidos diferenciadores como apartes de películas, ingreso a otros portales de juegos en línea, paginas de las grandes marcas.

Este proyecto esta dado bajo el conocimiento propio del inmenso mundo de los juguetes que no solo se trata de vender y comprar sino de entretener con contenidos apropiados para cada una de las edades.

VENTA JUGUETES EN PORTAL WEB

4. Matriz de Perfilación de Clientes.

4.1. Identificación de las Necesidades de Stakeholder:

En la sociedad: Nuestro objetivo es aportar al buen desarrollo de los niños, creando espacios donde ellos sean participes y a la vez puedan tomar decisiones, un espacio lúdico donde puedan desarrollar parte de sus habilidades sociales y de interacción que les permita a su vez un uso adecuado de la Internet.

En los clientes: Permitir a los padres un espacio de seguro donde puedan realizar sus compras de manera sencilla y con la garantía de adquirir un producto de calidad, a su vez dándoles la tranquilidad de un sitio seguro para que sus hijos puedan divertirse y aprender.

En el medio ambiente: Al ser una empresa de venta por internet no incurrimos en niveles de contaminación altos o generación de residuos que dañen el medio ambiente, nuestra empresa es amigable con el planeta al utilizar bajas cantidades de energía, así como el mínimo consumo del líquido vital, sumado dentro nuestro proceso de entregas se usaran vehículos de última generación de bajo consumo de combustible y bajas emisiones de gases.

Con nuestros trabajadores: Si bien es una compañía con estructura de pirámide, las decisiones no son tomadas de manera unilateral por el gerente general, es una compañía que involucra a todos sus trabajadores con la firme convicción que así habrá un mayor sentido de pertenencia y por ende habrá mejores resultados y trabajadores más contentos.

Con nuestros clientes: Crear un espacio de negociación propicio donde la confianza y las buenas relaciones sean el pilar de todas las negociaciones, un espacio donde los proveedores puedan crear un aliado estratégico no solo para sus ventas sino para crear nuevos canales de interacción con los clientes finales, una relación de gana – gana que afiance las relaciones comerciales basadas en un código de ética.

4.1 Identificación de beneficios y expectativas:

La principal necesidad es que los niños puedan encontrar en un solo lugar los juguetes que buscan, en un espacio seguro y confiable que además les brinde entretenimiento, así mismo busca que los padres puedan realizar las compras de los juguetes con la seguridad de estar en casa.

Hoy día con los tantos problemas de tráfico y desplazamiento en las ciudades las entregas a domicilio de cualquier artículo están a la orden del día.

Con este proyecto se busca no solo satisfacer la demanda de juguetes todos los días del año, sino que también busca facilitar la compra y entretener a los clientes más pequeños.

Este punto debemos dividirlo en dos clientes principales: Los padres que realizan la compra, y los niños que definen la compra. En este orden:

Para los padres es resolver parte de dispendioso tema del desplazamiento a las grandes tiendas de juguetes o centros comerciales especialmente en fin de semana, que es un espacio que apreciarían más para descansar y pasar más tiempo en familia y no en un almacén atiborrado de personas, sumado al complicado tráfico de la ciudad que en fin de semana es aún más complejo. Aquí también será una herramienta muy útil en la temporada navideña ya que podrán hacer las compras de los regalos que previamente han seleccionado sus hijos, familiares o amigos más pequeños sin tener que desplazarse a las grandes tiendas ahorrando un tiempo valioso no solo por los desplazamientos sino también por seguridad al no tener que salir de casa para realizar sus compras, se evita también el estrés que producen las aglomeraciones de público, reduce gastos al evitar los desplazamientos y permite que las familias ahorren tiempo para dedicar a otras actividades.

Para los niños es un gran lugar para seleccionar los juguetes que más desean, bajando en ellos también los niveles de estrés a los que se ven expuestos al salir a las calles y enfrentarse al gran mundo que los rodea y que día a día es más agresivo, lograran de manera más sencilla y dedicada hacer la selección de sus juguetes evitando el nerviosismo que puede producir la presión no solo de los padres sino del entorno cuando se realizan las compras directamente en los almacenes o ferias sin previo aviso de los padres, no solo estarán en un lugar para seleccionar juguetes sino también tendrán un espacio para interactuar con otros niños y tendrán la guía para ir a otros portales de juegos en línea, tráiler de las últimas películas y más mundos por conocer.

4.3 Identificación de las soluciones actuales:

Actualmente en el mercado colombiano existen las páginas web de supermercados Jumbo, Metro, Éxito, Falabella, La 14, Olímpica, Flamingo y Panamericana que son muy fuertes en el surtido y las ofertas de juguetes especialmente a final de año, Pepe Ganga es el único en el país especialista en juguetes con un portal muy potente todo el año, sumado aparecen los portales especializados en toda clase de artículos como Mercado Libre y Linio, es decir que son 11 competidores directos.

Jumbo: Su formato de venta esta basado en los supermercados, en su pagina se encuentran todas las mismas secciones que en los almacenes donde se ofrece un sin numero de productos incluidos juguetes.

Metro: Su formato es idéntico al de Jumbo ya que ambos pertenecen a la multilatina Cencosud S.A, su deferencia es que se encuentran productos de menor valor.

Éxito: Ofrece una página donde también se encuentra el surtido que se ve en los supermercados, una de sus fortalezas son las ofertas exclusivas que lanzan en su pagina web. Si bien esta la sección de juguetes no ofrece contenido adicional para los niños.

Falabella: Con un look más sobrio y sofisticado esta página ofrece una buena variedad de juguetes para la venta, sin ofrecer una pagina agradable para los niños.

La 14: Su pagina ofrece uno de los mayores surtidos en juguetería copiando de alguna manera exagerados espacios que ofrece en sus tiendas, sin embargo, no es un sitio atractivo para los niños.

Oímpica: Su pagina aun es muy pobre en contenido, aun no se detallan las secciones y productos que manejan, esto sin duda es una gran debilidad para una cadena en proceso de expansión.

Panamericana: Una librería que para evitar su salida del mercado incluyo electrodomésticos y luego otras líneas incluyo los juguetes, su oferta no es muy grande y sigue siendo uno de los mas costosos en el mercado.

Pepe Ganga: La única cadena en Colombia dedicada a la comercialización de juguetes ofrece el mayor surtido en juguetería, es referente de los padres que buscan juguetes en cualquier época de año, su página bastante robusta ofrece todo lo que se pueda buscar, sin embargo, al igual que el resto de las cadenas no ofrece contenidos adicionales para los niños.

4.4 Identificación de inconformidades, frustraciones y limitaciones:

Uno de los mayores inconformismos de las soluciones actuales es que solo buscan vender productos, no se ofrece una guía para los niños y tampoco un portal donde encuentren entretenimiento o sitios de interés para ellos.

En cuanto a los padres la mayor frustración es el desplazamiento que deben realizar a las grandes superficies especialmente en la época navideña, si bien las grandes superficies ofrecen en sus portales la entrega a domicilio no se encuentra todo el contenido que se busca.

4.5 Mercado:

Este proyecto está dirigido a niños y niñas menores de 14 años, este será nuestro nicho de mercado y los menores de 15 años hasta adolescentes de 25 años nuestro mercado objetivo. Es importante aclarar que los juguetes si bien están pensados para los más pequeños, hoy día existen múltiples opciones para que los adultos también se diviertan, ampliando así las opciones de compradores y visitantes de nuestro portal.

Tamaño del mercado según el TAM – Total Addressable Market

Para este proyecto el mercado potencial está sobre los 39 millones de habitantes del país entre los 0 a 54 años de acuerdo con la cifra del DANE para el año 2014, se toma esta cifra global de la población colombiana ya que encerramos tanto los compradores que son los adultos, como los niños que ingresen a nuestra plataforma para ver el contenido. Este mercado contempla más de 10 millones de unidades vendidas en el año y una cifra superior a los COP 400.000 millones de acuerdo con datos del año 2012.

Tamaño del mercado según SAM – Serviceable Available Market

En este tipo de mercado un previsto en unidades de venta al año se disminuye a 500.000 unidades, esto porque el mercado inicial es la ciudad de Bogotá y eventualmente algunos municipios cercanos como Soacha, Chía, Zipaquirá, Mosquera y Funza. Si bien Bogotá cuenta con más de ocho millones de habitantes se debe tener en cuenta que más de tres millones viven en estrato 1, limitando así no solo la compra de juguetes que son bienes de lujo, sino también la limitación a los servicios de internet.

Tamaño del mercado según SOM – Serviceable Obtainable Market

Revisados los tipos de mercado anteriores, podemos entonces aterrizar mejor nuestra cifra en el potencial de unidades a vender en el primer año. Como este negocio está basado en la navegación en internet podemos entonces deducir que la población con mayor acceso a la red está ubicada en los estratos tres hacia arriba, así mismo su capacidad o poder adquisitivo es mayor, siendo esta población nuestro target. Sumado a este escenario están las ventas por internet de las grandes superficies y del mercado informal

El previsto de venta en unidades es de 30.000 para el primer año.

5. Validación del Mercado

5.1 Encuesta:

Hemos realizado una encuesta inicialmente para los padres quienes son la primera opción de cliente visto desde el punto de vista de la decisión de compra, si bien los niños dicen que es lo que quieren son los padres los que deciden si realizan o no la compra.

A continuación, se dejan las imágenes y datos arrojados por el sistema luego de enviadas las encuestas a 30 correos electrónicos. Esta encuesta se realizó desde internet haciendo concordancia con la idea de negocio, como se mencionó se envió por internet el formulario con las preguntas iniciales, tomando como referencia si el posible cliente es o no usuario o frecuente de las compras por internet, esta pregunta inicial nos dará una mejor base para el desarrollo de la propuesta de negocio.

Seguido aparecen unas preguntas de respuesta múltiple y otras de libre comentario.

1. ¿Es usuario frecuente de compras On Line?
2. ¿Qué tanto confía en las compras a través de Internet?
3. ¿Por que decide realizar compras a través de Internet?
4. ¿Cuál es su medio de pago preferido al realizar compras a través de Internet?
5. ¿Cuántas horas al día permites a tus hijos navegar en Internet?
6. ¿Cuándo compras juguetes que categoría buscas más?
7. ¿En promedio cuánto dinero gastas en la compra de juguetes entre enero y noviembre?
8. ¿En diciembre cuanto estas dispuesto a gastar en la compra de juguetes?
9. ¿Fue fácil encontrar el producto que buscabas?
10. ¿Qué otro producto te gustaría encontrar en nuestra selección?
11. ¿Respecto a los precios de los artículos cuál es tu percepción respecto a la competencia? Califica de 1 a 5 siendo 1 nada satisfecho y 5 muy satisfecho.

5.2 Análisis de resultados

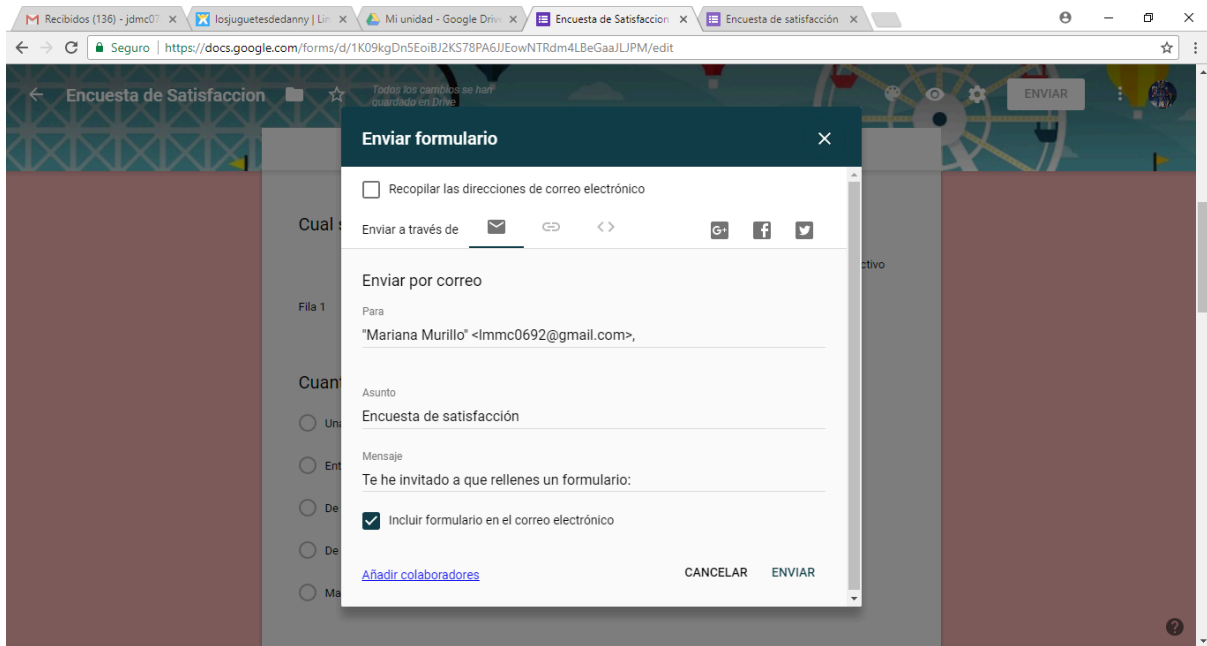
A continuación, se realiza el análisis de los resultados obtenidos luego de enviadas treinta encuestas a través del formulario de Google, en las primeras imágenes se muestra como está cargada la encuesta en el sistema. Como se mencionó la encuesta fue enviada inicialmente a mayores de edad por ser quienes definen o autorizan las compras.

The screenshot shows a Google Forms survey titled "Encuesta de satisfacción". The form is displayed on a browser window with the URL <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc4frfM8OAEv6gZT0h-f1fXwQyY18Sq6XHePsoOoPebbHz6Q/viewform>. The survey content includes:

- A greeting: "Apreciado cliente lo invitamos a responder esta encuesta de satisfacción sobre nuestra empresa y el servicio prestado".
- A mandatory question: "Es usuario frecuente de compras On Line? *". The options are "Si" and "No".
- A mandatory question: "Que tanto confía en las compras a través de Internet *". The options are a scale from 1 to 5, with a legend: "Por favor califique de 1 a 5, siendo 1 nada confiable y 5 muy confiable".
- A mandatory question: "¿Porque decide realizar compras a través de Internet? *". The response area is labeled "Tu respuesta".
- A mandatory question: "Cual su medio de pago preferido al realiza compras por Internet?". The options are "Tarjeta de Credito", "Tarjeta Debito", and "Pago en efectivo".

The screenshot shows a Google Forms survey with the following questions:

- A mandatory question: "En promedio cuanto dinero gastas en la compra de juguetes entre Enero y Noviembre?". The options are: "\$50.000 y menos", "Entre \$50.000 y \$100.000", "Entre \$100.000 y \$200.000", "Entre \$200.000 y \$400.000", and "Mas de \$400.000".
- A mandatory question: "En diciembre cuanto estas dispuesto a gastar en la compra de juguetes?". The options are: "\$100.000 y menos", "Entre \$100.000 y 300.000", "Entre \$300.000 y \$500.000", "Entre \$500.000 y \$700.000", and "Mas de \$700.000".
- A mandatory question: "Fue fácil encontrar el producto que buscabas? *". The options are "Si".



5.3 Validación de las Necesidades

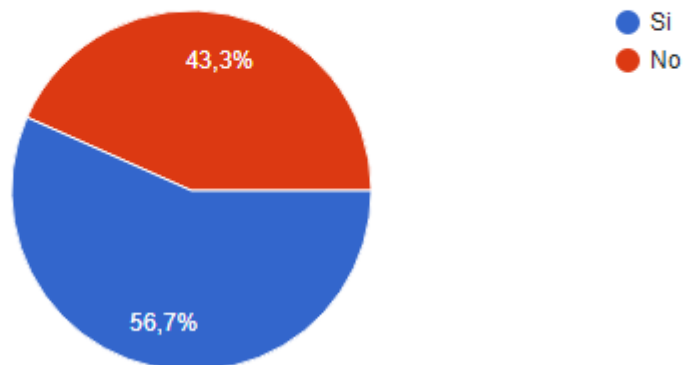
¿Es usuario frecuente de compras On Line?

Hipótesis: Si – No

Como se mencionó en la introducción del proyecto el incremento de las transacciones a través de Internet cada día es mayor, la respuesta nos indica que hoy día mas que una tendencia en el cambio de al realizar compras esto para muchos se ha convertido en una necesidad, como lo detalla la grafica mas del 50% de las personas que contestaron a la encuesta respondieron de manera afirmativa.

Es usuario frecuente de compras On Line?

30 respuestas



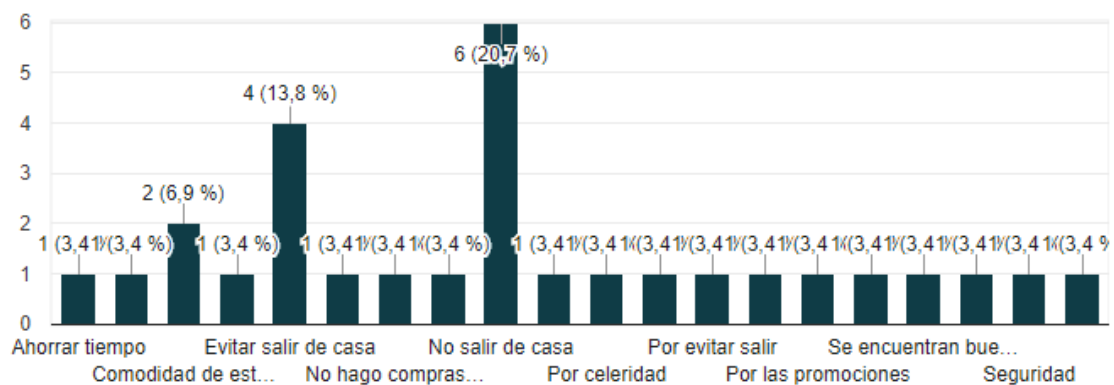
¿Por qué decide realizar compras a través de Internet?

Hipótesis: Esta pregunta abierta a cualquier tipo de respuesta nos permite estar mas acordes a la realidad de los posibles compradores.

El resultado es muy contundente, hoy día las personas no quieren salir de casa, entre las razones que podríamos encontrar para esta respuesta son los tiempos de desplazamiento a las grandes superficies o centros comerciales, algunas de las respuestas fueron: No salir de casa, evitar salir de casa, por evitar salir, estas respuestas suman un 37,91% siendo en si la misma respuesta, seguido encontramos. Por las promociones, por celeridad, ahorrar tiempo y seguridad.

¿Porque decide realizar compras a través de Internet?

29 respuestas



5.5 Validación de las Soluciones Actuales

¿Qué tanto confía en las compras a través de Internet?

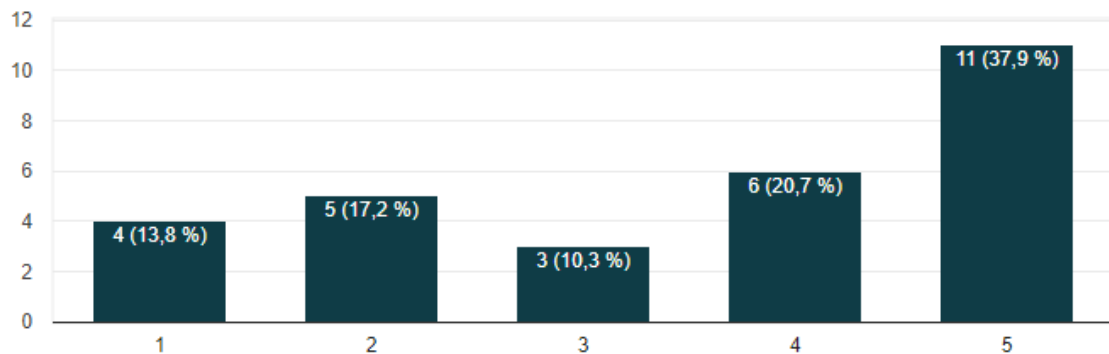
Hipótesis: Calificación de 1 a 5 siendo 1 nada confiable y 5 muy confiable

El resultado nos permite ver como en la medida que incrementa el uso de Internet para realizar compras aumenta de la misma manera la confianza de los consumidores en este tipo de transacciones, el 58.6% de los encuestados confía bastante en las compras a través de Internet, así mismo podemos deducir que el restante de los consumidores tiene algún tipo de escepticismo o han tenido alguna mala experiencia lo que conlleva a su desconfianza y precaución al momento de querer realizar una compra.

Que tanto confía en las compras a través de Internet



29 respuestas

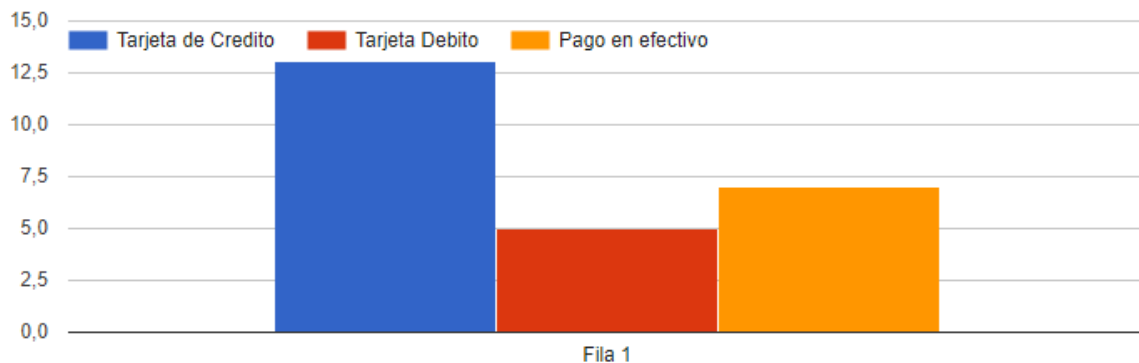


¿Cuál es su medio de pago preferido al realizar compras por Internet?

Hipótesis: Tarjeta de Crédito, Tarjeta Débito, Pago en efectivo

Sin dudas la facilidad con que hoy día los bancos entregan tarjetas de crédito es un factor que influye bastante en el resultado de esta pregunta, sumado a la seguridad que los diferentes portales de ventas por internet ofrecen a los clientes. Es interesante a su vez como en esta muestra el medio menos usado para pagar las compras por internet es la tarjeta débito.

Cual su medio de pago preferido al realiza compras por Internet?



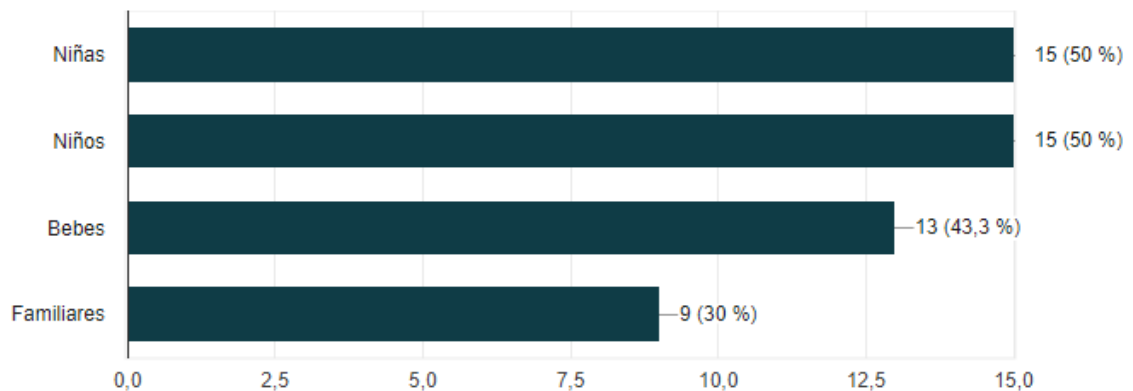
¿Cuándo compra juguetes que categoría busca más?

Hipótesis: La juguetería se divide en 4 grandes familias, Niñas, Niños, Bebes y Familiar

Este resultado solo nos confirma que el proyecto está en muy buena dirección, en los análisis realizados sobre la venta de juguetes las categorías con mayor nivel de venta son los juguetes de niñas y niños si bien la encuesta nos arroja un número igual para estas categorías, las evidencias nos indican que la categoría niños es la de mayor venta y como también lo muestra el resultado la de menor venta es la categoría de juguetes para la familia.

Cuando compras juguetes que categoría buscas mas?

30 respuestas



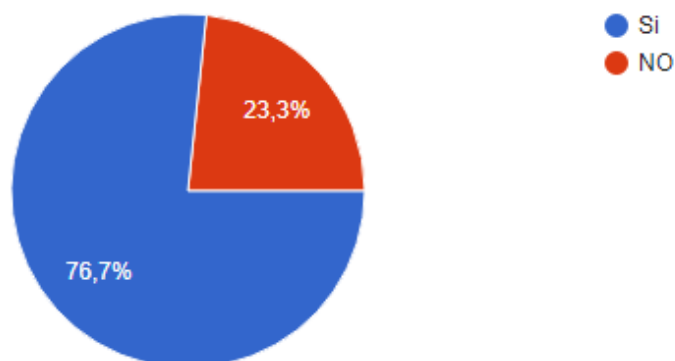
¿Fue fácil encontrar el producto que buscabas?

Hipótesis: Parte del éxito que tienen los portales de ventas en Internet está dado por la facilidad que tienen los clientes para encontrar el producto que buscan, aquí fuimos muy cerrados en la opción de respuesta, puesto que un Si nos indica éxito y No un fracaso.

Sin dudas este resultado nos indica que la categorización puesta es perfecta para guiar a los clientes hacia lo que buscan, al tener el 76.7% de aseveración es poco el trabajo que se tiene que hacer para guiar mejor a los clientes, quizás la falla esta dada a que los mundos son muy grandes por lo que se tendría que trabajar en el montaje de subfamilias. Por ejemplo, en el mundo de las niñas abrir las subfamilias fashion dolls, muñecas con mascota, peluches con movimiento, peluches sin movimiento, etc.

Fue fácil encontrar el producto que buscabas?

30 respuestas



5.6 Validación de inconformidades, frustraciones y limitaciones.

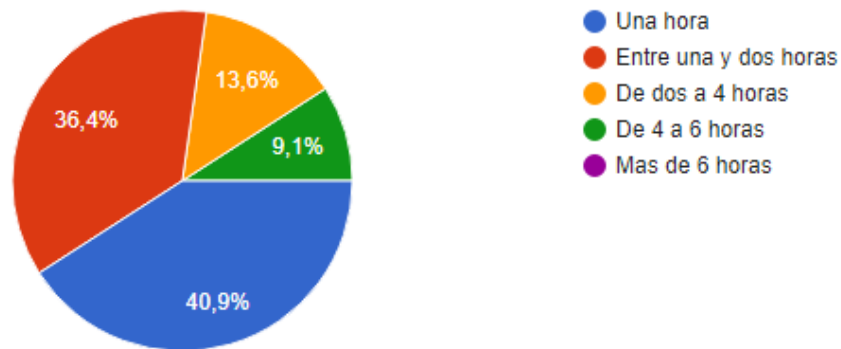
¿Cuántas horas al día permites a tus hijos navegar en Internet?

Hipótesis: Se han establecido rangos de horas para determinar el potencial de ingreso de los niños al portal, esta pregunta arranca desde 1 hora hasta mas de 6 horas.

Este resultado para nuestro proyecto es bastante interesante porque nos permitirá realizar una encuesta más acertada hacia los niños que son nuestros principales clientes, si bien una hora de navegación para nuestro proyecto es muy poco para que los niños encuentren todos los juguetes que buscan y además puedan ingresar a los contenidos adicionales.

Cuántas horas al día permites a tus hijos navegar en Internet?

22 respuestas



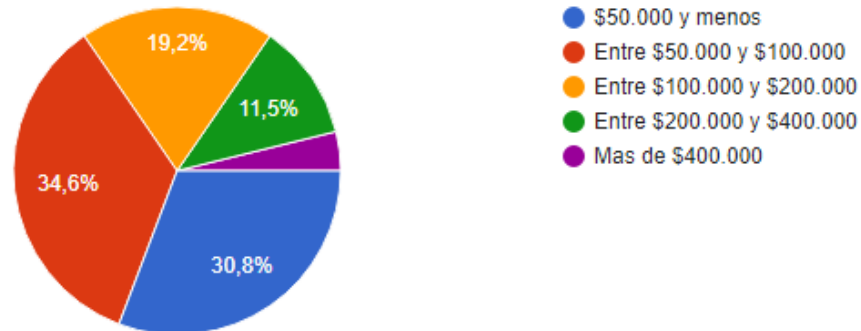
¿En promedio cuanto dinero gastas en la compra de juguetes entre enero y noviembre?

Hipótesis: Las ventas entre enero y noviembre presentan un promedio de transacción inferior a los \$100.000 pesos, se establecen rangos desde los \$50.000 hasta más de \$400.000

Aquí en resultado nos permite tener un mix de surtido más acorde a la realidad de lo que las personas estiman pueden gastar en la época de baja demanda del año, los juguetes que se compran entre enero y noviembre están más destinados a ser regalados a un tercero por las diferentes celebraciones entre la que se destaca el cumpleaños, seguido de baby shower, fiestas de colegios, bautizos, primera comunión.

En promedio cuanto dinero gastas en la compra de juguetes entre Enero y Noviembre?

26 respuestas



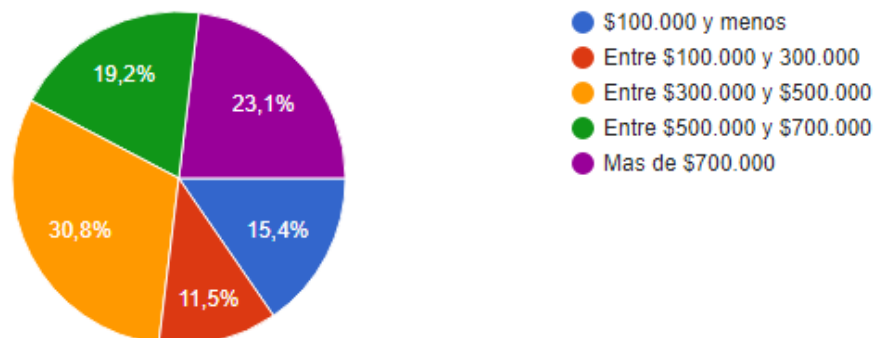
¿En diciembre cuanto estas dispuesto a gastan en la compra de juguetes?

Hipótesis: La venta de juguetes se incrementa al final del año no solo en unidades sino en el valor que están dispuestos a pagar los compradores.

Esta pregunta se realizó aparte de los demás meses del año ya que en diciembre las personas están no solo dispuestas a comprar juguetes más valorizados, sino que también están en mayor capacidad de compra, sumado al mayor esfuerzo que realizan los padres en la compra de juguetes especialmente para los hijos impulsados en la mayoría de los casos por el buen comportamiento durante el año, buenas calificaciones en el cole, etc.

En diciembre cuanto estas dispuesto a gastar en la compra de juguetes?

26 respuestas



5.7 Validación del Mercado

¿Qué otros productos te gustaría encontraren nuestra selección?

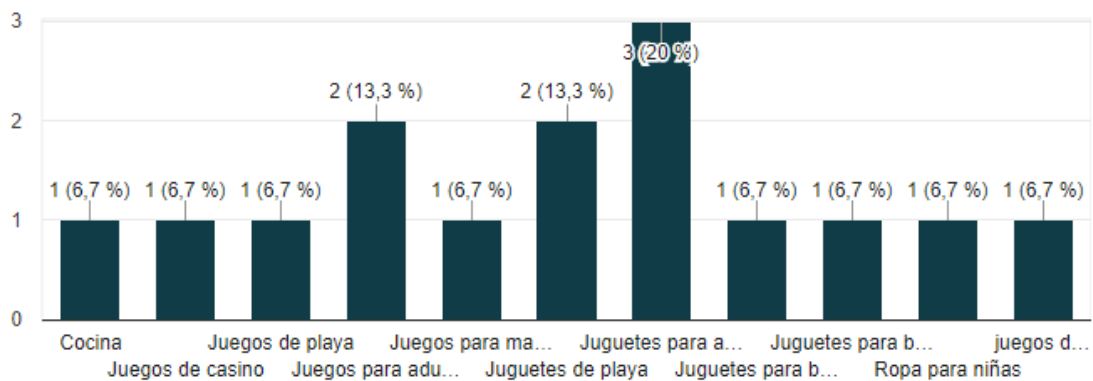
Hipótesis: Pregunta abierta a las diferentes necesidades de los clientes, el mundo de los juguetes es muy grande y el referencial de productos puede no ser incompleto.

Esta pregunta fue abierta donde el resultado nos arrojó un dato bastante curioso ya que la mayor sugerencia es la de tener juguetes para adultos, seguido de los juegos tipo casino, en este caso y por tratarse de un portal dedicado a los niños vemos con algo de dificultad la inclusión de juegos para adultos que obtuvo un 20% de las sugerencias.

Consideramos en este caso que es mejor no arriesgar el mercado objetivo y perder una línea que no representa un alto valor.

Que otros productos te gustaría encontrar en nuestra selección?

15 respuestas

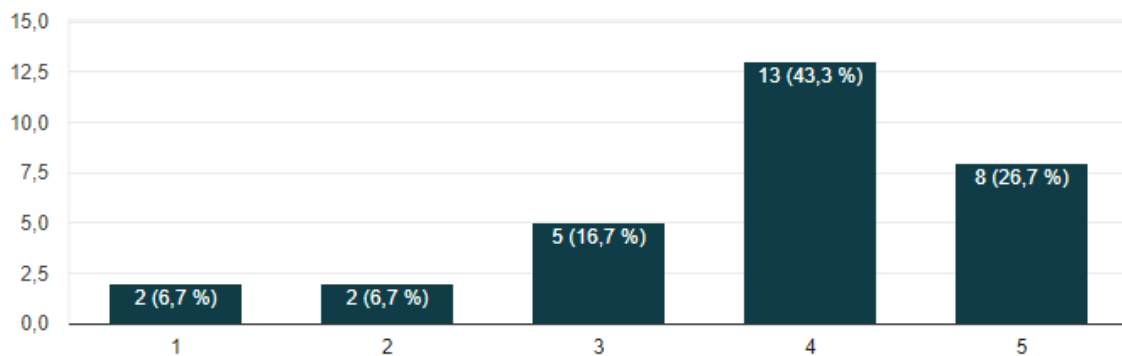


¿Respecto a los precios de los artículos cuál es tu percepción respecto a la competencia? Califica de 1 a 5 siendo 1 nada satisfecho y 5 muy satisfecho.

Tener un precio competitivo nos ayuda a afianzar la confianza con los clientes, a su vez nos permite tener un mejor control de las negociaciones con los proveedores, nos permite tener opciones para dar ofertas y promociones a los clientes haciendo aún más atractivo nuestro portal, si bien el resultado es bastante satisfactorio indicándonos que los precios ofrecidos están en línea con las demás cadenas también nos guía en la mejora de las negociaciones para ofrecer un mejor precio a los clientes y llegar a obtener la mayor calificación.

Respecto a los precios de los artículos cual es tu percepción respecto a la competencia?. Califica de 1 a 5 siendo el 1 nada satisfecho y 5 muy satisfecho

30 respuestas



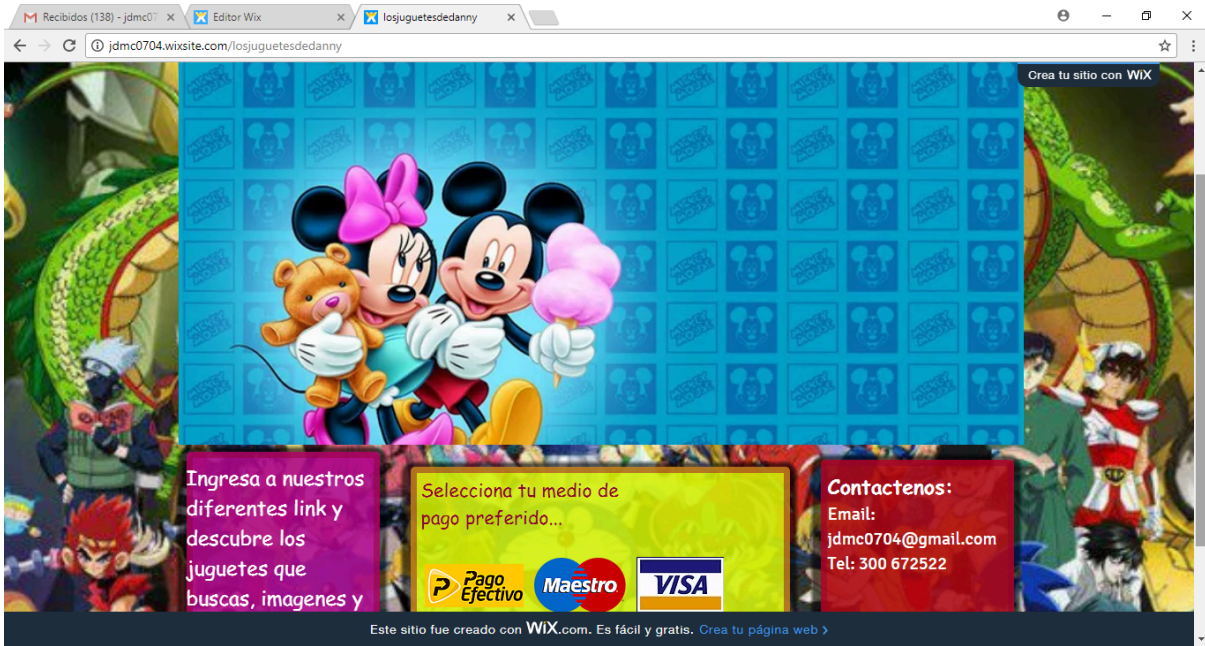
6. Prototipo

Se ha creado un portal WEB donde se puede observar como estaría inicialmente montada la página acorde a la idea de negocio, donde los clientes puedan ingresar para realizar sus compras y los niños encuentren un lugar de entretenimiento y por supuesto los juguetes que buscan.

Esta es la dirección del sitio web: <http://jdmc0704.wixsite.com/losjuguetesdedanny>

6.1 Imágenes de muestra

En las siguientes imágenes se muestra cada uno de los espacios generados en la página.




Recibidos (138) - jdm07 Editor Wix losjuguetesdedanny | N


jdmc0704.wixsite.com/losjuguetesdedanny/blank-1

Juguetes Niños

"Education is the most powerful weapon which you can use to change the world". Nelson Mandela



Superman figura basica \$24.990



Lego City Helicoptero de vigilancia \$409.990


Este sitio fue creado con WIX.com. Es fácil y gratis. [Crea tu página web >](#)

Recibidos (138) - jdm07 Editor Wix losjuguetesdedanny | Fa


jdmc0704.wixsite.com/losjuguetesdedanny/familia

Juguetes Familia

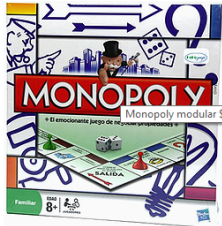
"Education is the most powerful weapon which you can use to change the world". Nelson Mandela



Bop-It Micro series \$49.990 Hasbro



Monopoly clasico \$89.990 Hasbro



Monopoly modular \$54.990 Hasbro

Este sitio fue creado con WIX.com. Es fácil y gratis. [Crea tu página web >](#)



7. Identidad Estratégica

Somos una compañía especializada en la comercialización y venta de juguetes para todas las edades, siempre a la vanguardia de los últimos lanzamientos, llegando a cualquier lugar del país. No solo vendemos simplemente juguetes, buscamos la mayor diversión y sonrisas de chicos y grandes, estando presentes desde su nacimiento haciendo más especial cada una de sus etapas. Contamos con un amplio surtido de las mejores marcas nacionales e importadas.

8. Futuro Preferido

Ser un referente importante en el mercado de juguetes y entretenimiento, llegar a más población infantil generando confianza y cercanía no solo en los niños, sino en sus padres, ser la tienda preferida de los colombianos en el mundo de los juguetes, siempre apalancados de nuestros proveedores aliados.

9. Objetivo General

Posicionar la página web tanto en la población infantil como en los padres que desean realizar compras por internet.

9.1 Objetivos específicos

- a. Lograr el nivel de ventas presupuestadas y reconocimiento de la compañía entre los demás retail y tiendas por departamento.
- b. Lograr que nuestros clientes visiten la página como primera opción en la búsqueda de juguetes.
- c. Mantener los niveles de stock de tal manera que se evite en rompimiento o el sobre stock de productos ya que un indicador tanto de agotados como de alto stock es perjudicial para la operación de la compañía.

9.2 Valores

Agilizar: Los tiempos de entrega y las compras por Internet.

Encontrar: Todo lo que buscan los niños en el gran mundo de los juguetes.

Facilitar: Las compras por internet y la búsqueda de juguetes.

Entretener: A los niños con contenidos no solo entretenidos sino también educativos.

Enseñar: El sentido de la responsabilidad en el uso adecuado de internet y de los contenidos que se encuentran en la red.

9.3 Slogan

Imagina, juega, aprende, crece...

Para nuestros clientes principales que son los niños, hacemos referencia a nuestros pilares, estimular la imaginación, entretener jugando con las últimas novedades del mercado, crear espacios de aprendizaje a través de juguetes diseñados para desarrollar habilidades esenciales, crecer junto con ellos entregando juguetes que se adapten en cada una de las etapas de su crecimiento.

9.4 Logo

Inspirado en nuestro slogan y sumado al cuidado del planeta, nuestro logo representado por la evolución de un árbol inspira igualmente el buen crecimiento de los niños y niñas

incentivándolos no solo al cuidado de la naturaleza sino también a que sean aportantes de una sociedad mejor. Queremos ser su semilla y por eso nuestro nombre está en la parte de la raíz, seguidas las palabras de nuestro slogan que crean parte de los pilares del desarrollo de los niños.



10. Área Administrativa

Encargada de realizar todas funciones gerenciales del negocio, donde se incluyen las negociaciones con los proveedores, manejo, mejoras y cambios en la página web, aprobación de presupuestos, ofertas, promociones; Guiar a todo el equipo de trabajo a la consecución de las metas y objetivos sin perder de vista la visión y la misión. Autorización para la contratación de nuevo personal.

11. Gestión Humana

Encargada de realizar la búsqueda y contratación de personal idóneo para laborar en la compañía, debe buscar las mejores formas de capacitación y entrenamiento, así como el seguimiento respectivo al cumplimiento de las funciones para las que son contratados los trabajadores, garantizar el pago oportuno de los salarios y demás prestaciones sociales.

12. Operaciones

Sin dudas una de las secciones mas importantes de la compañía es la de operaciones, pues es la encargada de realizar el recibo y conteo de los productos que ingresan a la bodega y que son subidos a la página para posterior selección de los clientes, a su vez son los encargados de realizar las entregas de los productos comprados por los clientes con la importante misión de llegar justo a tiempo con las entregas.

13. Sistemas

Otra de las secciones con mayor relevancia en la compañía pues son los encargados de mantener en perfecto funcionamiento la página las 24 horas del día los 365 días de año, deben a su vez realizar la carga de los productos nuevos, buscar nuevos sitios de entretenimiento y contenido multimedia para los niños.

14. Contabilidad

Esta sección tiene la gran responsabilidad de realizar los pagos a los proveedores de manera oportuna, recibir los pagos de los clientes y autorizar las entregas de los artículos, llevar la contabilidad de la compañía, pagar los impuestos que genere la compañía.

15. Conclusiones

Colombia es un país emergente para los nuevos modelos de mercado, entre estos las compras por internet que día a día vienen ganando espacio en el mercado, no solo como una alternativa de compra, sino por la comodidad y ahorro en tiempos de desplazamiento hacia los diferentes establecimientos.

El mercado de juguetes en Colombia continúa con cifras positivas, si bien estas cifras se han visto afectadas por el ingreso de las tecnologías cada día a niños más pequeños la esencia de la niñez continúa siendo los juguetes, que al igual que la tecnología día a día evolucionan para crear nuevas experiencias de juego, sumado a estos el mundo de los juguetes no está dirigido 100% a los niños, también existe un mundo gigante en juguetes para adultos.

Así el panorama para este proyecto es muy positivo convirtiéndose en un proyecto de larga duración.

16. Bibliografía

<https://www.cencosud.com/>
<http://www.tiendasjumbo.co/>
<https://www.tiendasmetro.co/>
<http://www.pepeganga.com/>
<http://www.exito.com/>
<http://www.eltiempo.com/>
<http://www.larepublica.co/>
<http://www.portafolio.co/>
<https://www.falabella.com.co/falabella-co/>
<https://www.panamericana.com.co/>
<http://www.la14.com/Tiendala14/Default.aspx>

