

TEJIMAX

LAURA DANIELA RUEDA ORTEGON
WILLIAM ANDRES PEREZ HERRERA

Administración de Empresas

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR

PROGRAMA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

OPCION DE GRADO I

BOGOTA, COLOMBIA

2019 –A

DEDICATORIA

El presente trabajo es dedicado a todos los estudiantes de nuestra universidad, especialmente a los que estudian con nosotros puesto que su sentido de llevar la vida nos ha enseñado a tener fuerza ante todas las situaciones.

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a nuestra universidad y profesores, especialmente a la profesora de opción de grado ya que nos brindó todo el apoyo y el conocimiento para realizar este trabajo de la mejor manera, su persistencia en ayudar a los estudiantes fue una de las causas que nos incentivó a tomar las riendas de mi proyecto.

TABLA DE CONTENIDO

1. Introducción.....	3
2. Justificación.....	4
3. Descripción de la idea de Negocio.....	5
4. Componente innovador de la idea de negocio.....	6
5. Lienzo lean Canvas.....	7
6. Descripción detallada del cliente.....	8
7. Validación de la idea.....	9
8. Herramientas recolección de datos.....	10
9. Planeación estratégica.....	11
10. Diseño.	12
11. Conclusiones.....	13
12. Cibergrafía.	14

3. INTRODUCCION

TEJIMAX es una empresa que diseña sacos, buzos para hombres entre 15 y 35 años, en un tejido de punto, El tejido de punto es aquel que se realiza con un par de agujas, donde una sostiene el trabajo terminado y la otra se usa para hacer los puntos. Cuando se completan los puntos de una carrera o vuelta, se intercambian las agujas, para comenzar de nuevo.

Para hacer prendas tejidas con estambres, se emplean varios métodos, el crochet, el tejido de gancho, y el tejido de punto. El *tejido de punto* se realiza con un par de agujas, de las cuales, una sostiene el trabajo acabado y la otra sirve para hacer los puntos. Cuando se completan los puntos, se intercambian las agujas y se continúa con una nueva vuelta (carrera).

El tejido de agujas es la técnica más empleada para la confección de sweaters, ropa de bebés y prendas de vestir, debido a que no requiere muchas herramientas y es fácilmente transportable, lo que permite la confección de prendas aún con el ritmo de vida actual.

4. JUSTIFICACION

En este breve escrito resumiremos la historia del proyecto, el cual es un proyecto de TEJIDO de punto para fabricar sacos, buzos para hombres debido a que por condiciones de clima se hace favorablemente muy necesario, teniendo en cuenta que la temperatura promedio de Bogotá es de 7 a 15°C por tanto, decidimos desarrollar este tema.

Tiene una amplia base de mercado y puesto que nuestros diseños son al gusto del cliente por tanto en el estudio de mercado ya hecho notamos que nuestros consumidores lo veían de una manera muy favorecedora.

5. Descripción de la idea de Negocio

Tejimax es una empresa que diseña sacos, buzos para hombres entre 15 y 35 años, en un tejido de punto, la problemática que resuelve mi empresa es que en el clima de Bogotá el cual tiene un promedio de 7 a 15°C es muy favorecedor usar ropa caliente y ya que para los hombres no hay tanta variedad en este tipo de prendas

6. Componente innovador de la idea de negocio

El servicio que ofrece TEJIMAX es que obtienes un saco, de buen material, apropiado a las condiciones de la ciudad, es bonito, e innova en sus diseños y los colores de estos, y da un toque de estilo tipo tribus urbanas.

7. Lienzo lean Canvas

<p>PROBLEMA.</p> <p>No hay en el mercado buzos o chaquetas para hombre, confeccionadas solamente en Hilo.</p>	<p>SOLUCION.</p> <p>Brindar diferentes alternativas de buzos y chaquetas para hombre confeccionados solamente en Hilo (tejido de punto)</p>	<p>PROPOSICION UNICA DE VALOR.</p> <p>Lo mejor de la moda a un click de distancia.</p>	<p>VENTAJA ESPECIAL.</p> <ul style="list-style-type: none"> * Precios cómodos. * Envío de productos al cliente. * Constante innovación en diseños. 	<p>SEGMENTO DE CLIENTES.</p> <p>Hombres entre 14 y 35 años que gusten de la moda y estar a la vanguardia.</p>
<p>METRICAS CLAVE.</p>	<p>CANALES.</p> <ul style="list-style-type: none"> * Puntos de venta en locales comerciales. * Portal WEB. Canal de pago PSE. 			
<p>ESTRUCTURA DE COSTES.</p> <ul style="list-style-type: none"> * Mano de Obra. * Arriendos - Servicios. * Convenios portales WEB. * Domiciliario. 		<p>FLUJO DE INGRESOS.</p> <ul style="list-style-type: none"> * Maquinaria. * Materia prima. * Venta del producto a nivel nacional. * Reinversión de utilidades 		

8. Descripción detallada del cliente

Edades de 15 a 20 años, pudimos notar que en esta edad los jóvenes buscan un modelo más creativo y de colores vivos.

Edades de 21 a 30 años, pudimos notar que en esta edad los hombres ya prefieren un buzo más formal y de colores oscuros.

Problema.

Por medio del focus group notamos que la falta de diseños en este tipo de prendas es muy necesaria en la vida de nuestros clientes (hombres) la mayoría pertenecientes a las tribus urbanas. Por su motivo, color, incluso forma y también por las condiciones del clima en la ciudad de Bogotá.

9. Validación de la idea

Según lo evidenciado en los focus group la propuesta de Valor de nuestra empresa es el diseño del buzo, puesto que es muy creativo, dinámico, y colorido, y con su estilo hippie que nos da el diseño a las tribus urbanas.

10. Herramientas de Recolección

El presente trabajo de campo se realizó mediante un focus group el cual permitirá identificar las tendencias de nuestro mercado objetivo para poder generar la comercialización del producto del cual es objeto este trabajo. Se realizó el focus group a 10 personas de sexo masculino las cuales están enfocadas a los gustos en su forma de vestir así como también en la aceptación y consumo de nuevas tendencias de Moda.

Objetivo focus group:

El propósito del focus group es identificar las necesidades, gustos, preferencias, frecuencias de consumo y aceptación del producto Sacos y Chaquetas para hombre en tejido de punto en la zona centro de la ciudad de Bogotá.

Alcance:

Se realizó un segundo focus group a 10 personas del sexo masculino, y nos damos cuenta que la mayoría de ellos no invierte en este tipo de prendas.

HIPÓTESIS.

Se logra identificar que en la zona centro de la ciudad de Bogotá se encuentran concentradas diversas sedes universitarias en las cuales se encuentra el mercado objetivo del producto que se comenzará a comercializar. Serán aplicadas encuestas a las personas que se encuentren dentro de nuestro mercado objetivo a fin de conocer las preferencias y tendencias del producto.

10.1 Análisis de Resultados

Se logra identificar que en la zona centro de la ciudad de Bogotá se encuentran concentradas diversas sedes universitarias, y las tribus urbanas en las cuales se encuentra el mercado objetivo del producto que se comenzará a comercializar.

10.2 Análisis cualitativo

Los consumidores los cuales han sido analizados detalladamente en sus gustos y preferencias, se pueden notar que algunos prefieren los colores más llamativos y con diseños innovadores, como de animales o figuras abstractas de su preferencia.

10.3 Análisis cuantitativo

Los focus group que se realizaron fueron segmentados en 2 rangos de edades (14 a 25 - 25 a 25 - 35); por cada rango fueron encuestadas 10 personas. Los gráficos que se relacionan a continuación dan a entender de una forma clara los aspectos cualitativos y cuantitativos posteriores a la tabulación de los resultados en las encuestas

- El 80% de hombres entre 25 y 30 años conoce este tipo de prenda.
- El 65% de los hombres entre 14 y 20 años utiliza este tipo de prendas.
- El 65% de los hombres prefiere que el material sea en algodón.
- El 65% prefiere comprar este tipo de prenda en tiendas de ropa genérica.

PREGUNTAS SUJETO FOCUS GROUP



CON QUE FRECUENCIA LO COMPRA?

CUANTO PRESUPUESTO INVIERTE PARA ESTE TIPO DE PRENDAS?



DONDE PREFERE COMPRAR ESTE TIPO DE PRODUCTO?





11. Planeación estratégica

11.1 Identidad Estratégica

Nuestra identidad estratégica está basada en ofrecer un producto de buena calidad, de buen precio y de un estilo propio siempre pensando en la comodidad del cliente garantizando un excelente material y a la vez que los jóvenes se sientan a la moda y ofrecernos algo nuevo al mercado, afrontando el entorno cambiante y los nuevos retos que enfrentamos como organización en crecimiento

11.2 Futuro Preferido

Nuestra visión es poder llegar a ser en el 2021 una empresa muy reconocida a nivel local por nuestra calidad y buen servicio que ofrecemos a los clientes.

11.3 Objetivos

Fabricar y comercializar buzos de tejido de punto a nivel local ofreciendo siempre una alta calidad y cumpliendo siempre con las expectativas de nuestros clientes concentrándonos en llevar de la mano la moda con la calidad y comodidad de nuestros productos.

11.4 Valores

TEJIMAX siempre se preocupa por tener Respeto y Humildad hacia todos sus clientes y colaboradores

12. Diseño

Se realizaron dos focus group con personas del género masculino cada uno con una diferente percepción al producto.



13. Conclusiones

- Podemos concluir que la mayoría de hombres conoce el material.
- Podemos concluir que la mayoría de hombres no invierte este tipo de prendas
- Podemos concluir que la mayoría de hombres no tiene prendas de tejido de punto.

14. Cibergrafía

Sitio web "Todoexpertos"	https://www.todoexpertos.com/categorias/ciencias-e-ingenieria/ingenieria-textil/respuestas/2662562/tejido-punto-doble
Sitio web "Corriendo con tijeras"	http://www.corriendocontijeras.com/enciclopedia-del-tejido-tejido-doble/
Sitio web "Facilismo.com"	https://www.facilismo.com/buscar/?et&q=tejido-doble-punto
Sitio web "Wikipedia"	https://es.wikipedia.org/wiki/Tejido_de_punto_circular

Sitio web "Pinterest"	https://www.pinterest.es/pin/515591857334035199/
Sitio web "Revista U Javeriana"	https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/observatorio/documentos/localidades/LaCandelaria.pdf http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/cvyu/article/view/5548/4365