

SUPERBOY



Leidy Johanna Hueso
Katherine Paez Quevedo
Leidy Johanna Romero
Mayo 2018.

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior
Administración de Empresas.
Opción de Grado I

Abstract

Las tendencias de moda no dan espera. Existe la necesidad de muchos niños que se inclinan a verse como uno de sus superhéroes favoritos y acuden a comprar prendas de vestir en donde plasmen su superhéroe favorito. Muchos de ellos desean que sus padres les compren camisetas diseñadas en donde el niño tenga la oportunidad en compañía de sus padres escoger su preferencia y sobre todo estar en la vanguardia en continua interacción con la tendencia de moda. Para esto en Colombia solo existe una tienda que maneja línea infantil y su mayoría es solo basada con la fantasía (superhéroes), esta tienda se conoce en el mercado como Mic. Superboy es una tienda que se creará para los niños que satisfaga la necesidad en gustos y preferencias. Nuestro producto será innovador ya que además de venir diseñado con el superhéroe animado traerá un estilo de capa en el cual los niños no tendrán la necesidad de disfrazarse para pasar un rato agradable.

Tabla de Contenido

PITCH RESUMEN EJECUTIVO	
CUSTOMER DEVELOPMENT.....	6
Definición de la idea de negocio.....	6
STAKE HOLDERS	6
Identificación del segmento	6
Caracterización del segmento	7
NECESIDADES	7
BENEFICIOS	8
Necesidades de los Stake Holders.....	8
Identificar la razón por la cual se resuelve la necesidad	8
Pasos para generar solución	8
SOLUCIONES ACTUALES.....	9
Identificación del entorno	9
Identificación de canales	11
LIMITACIONES, INCONFORMIDADES Y FRUSTRACIONES	12
MERCADO.....	12
Identificación de TAM, SAM y TM	12
Definición de muestra	15
Formato de entrevista	15
Análisis de la información recolectada	19
PLANEACION ESTRATEGICA.....	24
Identidad estratégica	24
Futuro preferido	25
Valores Corporativos	25
Objetivos Empresariales	25
ANALISIS DEL MACROENTORNO.....	25
PESTEL	26
Cinco fuerzas del Porter.....	30
DOFA.....	31
Análisis DOFA- DEBILIDADES.....	32
Análisis DOFA- FORTALEZAS.....	33
Análisis DOFA- AMENAZAS.....	34
Análisis DOFA- OPORTUNIDADES.....	34
CONCLUSIONES	35

BIBLIOGRAFIA	36
--------------------	----

Lista de Tablas

Tabla 1 Características de Mercado	7
Tabla 2 Índices de Población Kennedy.....	9
Tabla 3 Índices de Población Usme.....	10
Tabla 4 Actividades Comerciales	10
Tabla 5 La población por edades de acuerdo a las estadísticas de la Secretaría Distrital de Planeación	14
Tabla 6 Subsector Textil en las localidades	14
Tabla 7 Análisis de la información recolectada -SEXO	18
Tabla 8 Análisis de la información recolectada -Rango de Edad	19
Tabla 9 Análisis de la información recolectada- DECISION COMPRA	19
Tabla 10 Análisis de la información recolectada -LUGAR DE COMPRA.....	20
Tabla 11 Análisis de la información recolectada -QUEIN INTERVIENE EN LA DESICION DE COMPRA.....	20
Tabla 12 Análisis de la información recolectada -COMPRAS POR INTERNET	21
Tabla 13 Análisis de la información recolectada -PROBALIDADES DE EDAD POR COMPRA	22
Tabla 14 Análisis de la información recolectada Compras por Internet.....	22
Tabla 15 Análisis de la información recolectada IMPORTANCIA EN LA COMPRA.....	23
Tabla 16 Análisis de la información recolectada -INNOVACION	23
Tabla 17 Inversión Inicial	29
Tabla 18 Gastos Operativos	29
Tabla 19 DOFA.....	31
Tabla 20 Análisis DOFA- DEBILIDADES.....	32
Tabla 21 DOFA- FORTALEZAS.....	33
Tabla 22 Análisis DOFA- AMENAZAS	34
Tabla 23 Análisis DOFA- OPORTUNIDADES.....	34

Lista de Figuras

<i>1 Identificación del segmento</i>	<i>6</i>
<i>2 Máquina para estampar las camisetas- Impresión Textil.....</i>	<i>28</i>
<i>3 Cinco (5) Fuerzas del Porter</i>	<i>30</i>

1. CUSTOMER DEVELOPMENT

1.1. Definición de la idea de negocio

Superboy es una tienda que se creará con el fin de diseñar, personalizar y distribuir camisetas infantiles, para satisfacer la necesidad de los más pequeños consumidores, brindándole comodidad y un estilo novedoso en cuanto a superhéroes se trata.

2. STAKE HOLDERS

2.1. Identificación del segmento

Son los padres de familia con decision de compra que tengan niños de 2 a 8 años que sera el usuario final en las localidades de Kennedy y Usme.



1 Identificación del segmento

2.2. Caracterización del mercado

Dentro de las localidades de Kennedy y Usme se distribuirá el producto por estratos, edades, gustos y comportamientos de compra. Al escoger estas dos fracciones (localidades) donde se manejará el producto según el Dane se dice que:

En la localidad de Usme la población es de 340.101 personas pero solo 17.411 son padres de familia con decisión de compra para que el producto llegue a un usuario final que serían los niños de 2 a 8 años

En la localidad de Kennedy la población es de 1.208.980 personas pero solo 85.387 son padres de familia con decisión de compra para que el producto llegue a un usuario final que serían los niños de 2 a 8 años.

En conclusión las siguientes serían las características del mercado.

Estratos	2 y 3
Edades (padres de familia)	21 a 40 años
Edades (usuario final “niños”)	2 a 8 años
Gustos	Moda (superheroes)
Comportamiento de compra	Superior a 3 veces semestrales
Salario mínimo legal vigente	Entre 1-2 SMMLV

Tabla 1 Características de Mercado

3. Necesidades

Creemos que los niños desean vestir camisetas informales luciendo uno de sus superhéroes favoritos en donde se identifica hoy en día con la moda alusiva a los superhéroes ya que no es tan fácil adquirirlos desde el exterior por temas económicos.

4. Beneficios

4.1. Necesidades de los Stake Holders

Satisfacer a los niños de 2 a 8 años de edad, con padres que quieran que sus hijos se vean con la tendencia de moda del mundo de los superhéroes.

A esa edad se ve marcada una tendencia por lucir imágenes de un grupo determinado de personajes ficticios que representan una moda.

Compra de elementos o prendas de vestir alusivas a los personajes de superhéroes.

Los superhéroes se asocian con valores como: la valentía, la justicia etc. etc. Por tal motivo la prenda de vestir es fundamental en este caso la camiseta personalizada que ayudara a los niños a expresar un gusto por el mundo mágico.

4.2 Identificar la razón por la cual se resuelve la necesidad

A Los niños les atrae la idea de vestir como superhéroes. Aunque cabe aclarar que como padres de familia no se debe fijarles estereotipos, es decir que se sientan cómodos al vestir. Por tal motivo se diseña el producto para satisfacer la necesidad del uso de la ropa informal basada en los superhéroes de acuerdo a la tendencia de vestir y en los juegos de los niños de esa edad. Obviamente, el marketing tiene mucha responsabilidad a la hora de imponer modelos y diseños animados.

4.3 Pasos para generar la solución:

Tener la posibilidad de tener su camiseta personalizada

Adquirir su prenda de vestir más económica con las tendencias de moda del mundo mágico.

Se Tiene la posibilidad de vestir de una manera informal, cómoda y llamativa mas no un disfraz.

5. Soluciones Actuales

5.1 Identificación del Entorno

Nuestro producto se distribuirá en dos localidades: Kennedy y Usme.

Localidad de Kennedy: esta localidad representa el 4.5% del área total de la ciudad. Esta ubicado en la localidad octava y predomina la clase media-baja, el estrato social es 3 y 2, el 60% es estrato 3 y el 37% es estrato 2. Cuenta con 1.208.980 habitantes. En la localidad hay una alta presencia de microempresarios. Del total de empresas (15.196), 14.089 son microempresas que

Tabla 8 Índices calculados con población proyectada para la localidad de Kennedy 2016-2020

Año	Nacimientos proyectados	Población total proyectada	Tasa general de fecundidad*	Razón de dependencia, niños**	Razón de dependencia, adultos mayores***	Índice de envejecimiento****	Porcentaje de población en edad de trabajar*****
2016	19.018	1.187.315	56,2	33,7	9,7	28,9	81,2
2017	19.130	1.208.980	55,9	33,3	10,1	30,4	81,4
2018	19.243	1.230.539	55,6	32,9	10,6	32,1	81,6
2019	19.349	1.252.014	55,3	32,6	11,0	33,8	81,8
2020	19.452	1.273.390	55,1	32,2	11,5	35,7	82,0

*Calculado como Total de nacimientos proyectados para el año/mujeres en edad fértil del año, por mil.
 **Calculado como Población menor de 15 años/ Población entre 15 y 64 años, por cien.
 ***Calculado como Población menor de 65 y más años/ Población entre 15 y 64 años, por cien.
 ****Calculado como Población de 65 y más años/ población menor de 15 años, por cien.
 *****Calculado como Población de 12 años y más/ Población total, por cien.

Tabla 2 Índices de Población Kennedy

representaron el 92.7% de la localidad y el 8% de Bogotá. Se considera que en esta localidad se obtendrían buenos resultados de venta de acuerdo al peso comercial que tiene.

Localidad de Usme: Situada en el sur de Bogotá, la localidad de Usme limita al norte con las localidades San Cristóbal, Rafael Uribe Uribe y Tunjuelito; al oriente con los municipios de Chipaque y Une; al sur con la localidad de Sumapaz; y al occidente con la localidad Ciudad

Bolívar, con el Río Tunjuelo de por medio y los municipios de Pasca y Soacha. Cuenta con 340.101 habitantes. Predomina la clase baja con estratos entre el 1 y 2.

Tabla 5 Índices calculados con población proyectada para la localidad de Usme 2016-2020

Año	Nacimientos proyectados	Población total proyectada	Tasa general de fecundidad*	Razón de dependencia, niños**	Razón de dependencia, adultos mayores***	Índice de envejecimiento****	Porcentaje de población en edad de trabajar*****
2016	6.714	337.152	70,4	42,8	7,3	17,1	77,0
2017	6.712	340.101	70,2	42,5	7,7	18,1	77,1
2018	6.707	342.940	70,0	42,3	8,1	19,1	77,2
2019	6.695	345.689	69,8	42,1	8,5	20,2	77,3
2020	6.675	348.332	69,4	42,0	8,9	21,3	77,4

*Calculado como Total de nacimientos proyectados para el año/mujeres en edad fértil del año, por mil.
 **Calculado como Población menor de 15 años/ Población entre 15 y 64 años, por cien.
 ***Calculado como Población menor de 65 y más años/ Población entre 15 y 64 años, por cien.
 ****Calculado como Población de 65 y más años/ población menor de 15 años, por cien.
 *****Calculado como Población de 12 años y más/ Población total, por cien.

Tabla 3 Índices de Población Usme

En cuanto a las actividades comerciales propias del sector terciario, la venta de ropa lidera el sector, seguida por los depósitos de materiales y la venta de calzado como se evidencia en el siguiente gráfico:

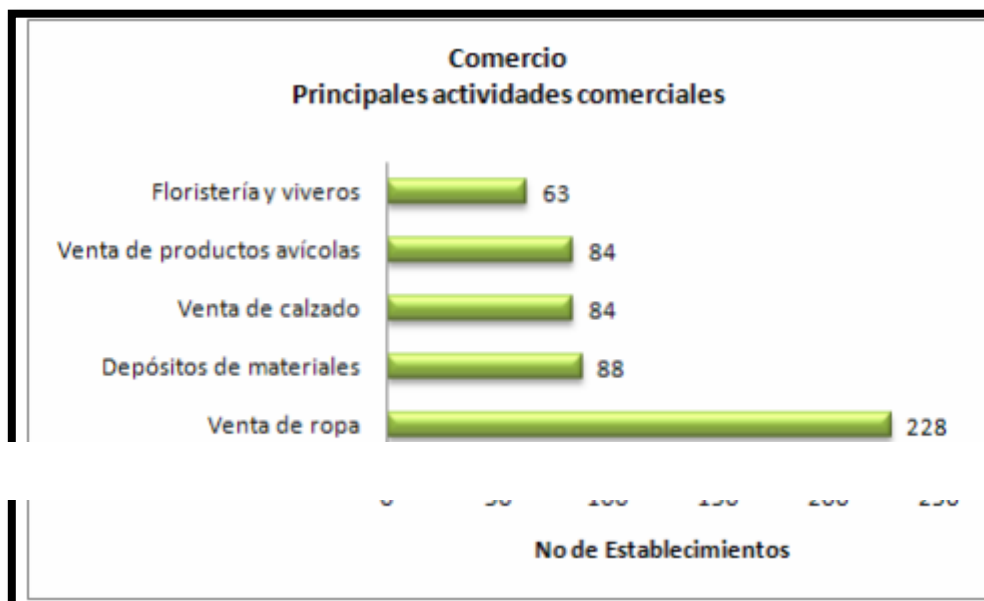


Tabla 4 Actividades Comerciales

De acuerdo al grafico anterior se puede evidenciar que nuestro producto tendría un buen posicionamiento dentro del entorno comercial.

5.2 Identificación de canales

Actualmente existe una tienda llamada Maquila Internacional de Confecciones la cual conocemos con las siglas MIC, esta tienda es especializada en el diseño, producción y comercialización de vestuario infantil con el concepto basado en la fantasía (superhéroes). Su canal de distribución es “punto de venta”. Cuenta con 85 tiendas en el país. Mic es una empresa multicanal que atiende clientes de grandes y pequeñas superficies, tiendas propias y franquicias en Colombia, Venezuela, República dominicana, Mexico y Curazao.

6. Limitaciones, inconformidades y frustraciones

Las limitaciones que claramente se evidencian es el difícil acceso para los padres de familia que viven en estratos 1 y 2 ya que las 8 sedes con las que cuenta MIC están ubicadas en los barrios de estratos 3 en adelante. Cualquier empresa no cuenta con las licencias o permisos necesarios para traer a Colombia un diseño original y de la propia marca autorizada como es Marvel.

Adicional que si se requiere trae algo del extranjero hay que tener intermediarios que traigan el producto y se debe pagar un valor extra. Finalmente otra limitación que podemos resaltar es el dinero que cuesta la prenda. Todas estas limitaciones generan inconformidades y frustraciones ya que las personas de estratos bajos no pueden trasladarse a los Centros Comerciales de estratos altos a comprar una camiseta para sus hijos por el tema económico.

7. Mercado

7.1 Identificación de TAM, SAM y TM

“\$2.000 millones en negocios es la expectativa que tiene la Cámara de Comercio de Bogotá para el Bogotá Fashion Week de este año, evento que se llevará a cabo del 24 al 26 de abril en el centro de convenciones Ágora. A la cita acudirán 40 diseñadores escogidos quienes tendrán la oportunidad de contactar con más de 30 compradores nacionales e internacionales en las 396 citas de negocio programadas. Adicionalmente, esperan a más de 15.000 asistentes. Cabe mencionar que esta plataforma lleva 5 años produciendo más de 290.000 empleos con más de 32.000 empresas asociadas a la industria textil y de mercadeo de moda, y su objetivo es posicionar a la ciudad como una capital de negocios de moda de talla internacional.

CREATEX 2017: el I Salón de la Industria Textil y de la Confección en Bogotá

Las últimas tendencias e innovaciones del sector de la confección, el intercambio de conocimiento entre empresarios del sector, el establecimiento de contactos claves dentro de la industria y la realización de negocios que promete éste, el primer escenario para las pequeñas, medianas y grandes empresas en Colombia.

Durante el encuentro se realizarán muestras de procesos en vivo (jean, camisetas y ropa interior), actualización de conocimientos en tendencias y color, y espacios de networking organizados por la Cámara Colombiana de la Confección y afines con el apoyo de Propaís y Procolombia.

En el marco de la feria y como principal novedad de la I edición, se realizarán muestras de procesos en vivo para dar a conocer los procesos de elaboración de los jeans, camisetas y ropa interior; actualización de conocimientos en tendencias y color, competitividad, textiles inteligentes y tecnología con la presencia de invitados nacionales e internacionales, referentes dentro de la industria, y espacios de networking organizados por la Cámara Colombiana de la Confección y afines con el apoyo de Propaís y Procolombia para el fomento de negocios y relaciones comerciales.

“CREATEX 2017 es un escenario propicio para profesionales y consumidores de la industria de la confección, así como compradores de Latinoamérica y Norteamérica donde el intercambio comercial, cultural y académico contribuirán al crecimiento de cada eslabón de la industria de la confección”, concluye la Jefe de Proyecto Un Sector clave para la economía colombiana CREATEX 2017 es el reflejo de una industria importante para Colombia. Según el DANE y la ANDI durante el año 2016 se realizaron exportaciones USD 458 millones de confecciones a países como: Brasil, Estados Unidos, Ecuador y México.

La Industria de la Confección genera un constante crecimiento de producción, ventas y aporta más del 50% de la generación de nuevos empleos en el país. Convirtiéndose así, en una Industria clave en el marco del pos conflicto.

La actividad industrial con el mayor valor de los activos empresariales de Kennedy fue preparación e hilatura de fibras textiles (16%), La localidad de Kennedy cuenta con 15.196 empresas registradas, de las cuales 8.264 forman parte de una o más Cadenas productivas en la

localidad. Para este perfil se seleccionaron las empresas con mayor potencial para articularse a las cadenas textil y confección (955 empresas).

La población niños en las localidades de Usme y Kennedy la población por edades de acuerdo a las estadísticas de la Secretaría Distrital de Planeación - Alcaldía Mayor de Bogotá- Proyecciones por localidades 2005 – 2030 lo cual nos permite analizar que por el gran número de niños quienes son nuestro objetivo lo cual nos permite pensar o calcular que si cada niño comprara una camiseta de precio promedio de 30.000 y eso nos permite un pronóstico de un tamaño de mercado aproximado de 3.200.850.000”.¹

			USME	KENNEDY
AÑO	Edad	TOTAL	HOMBRES	HOMBRES
2018	0-4	52277	12460	39817
2018	5-9	54418	14185	40233
	Total de Niños	106695	26645	80050

Tabla 5 La población por edades de acuerdo a las estadísticas de la Secretaría Distrital de Planeación

Subsector	Microempresa	Pequeña	Mediana	Grande	Total
Elaboración de productos de panadería, macarrones, fideos, alucuzcuz y productos farináceos similares	192	1	0	0	193
Elaboración de otros productos alimenticios	47	7	2	2	58
Fabricación de otros productos textiles, excepto textiles	76	2	2	0	80
Fabricación de prendas de vestir, excepto prendas de piel	414	31	2	0	447
Fabricación de otros productos de madera; fabricación de artículos de corcho, cestería y espartería	51	1	1	-	53
Actividades de impresión, periodicos, artículos escolares y de oficina e impresión de valores	72	4	-	-	76
Actividades de servicios relacionadas con las de impresión, arte, diseño y composición	96	4	-	-	100
Fabricación de otros productos químicos	96	23	5	4	128
Fabricación de productos de plástico (espumado y artículos de plástico espumado)	101	40	10	-	151
Industrias básicas de hierro y de acero	42	7	2	3	54
Fabricación de productos metálicos para uso estructural	99	5	-	-	104
Fabricación de otros productos elaborados de metal y actividades de servicios relacionados con el trabajo de metales	118	19	7	1	145
Fabricación de maquinaria de uso general	56	9	1	-	66
Fabricación de maquinaria de uso especial (agropecuaria, forestal, maquinas herramienta, para minas y canteras)	61	12	2	-	75
Fabricación de muebles (para el hogar, oficina, para comercio y servicios)	144	8	4	-	156
Industrias manufactureras ncp (joyas, instrumentos musicales, artículos deportivos y juguetes)	85	6	3	1	95
Reciclaje de desperdicios y de desechos metálicos	67	-	-	-	67
Otros	725	93	31	9	858
Total	2.542	272	72	20	2.906

Tabla 6 Subsector Textil en las localidades

¹ Información obtenida en: (Textiles, 2018) (II CREATEX, 2018)

7.2 Definición de muestra

Se aplicaron 20 encuestas a habitantes de las localidades Kennedy y Usme donde se quería analizar el impacto que puede tener el posicionamiento de nuestro producto en dichas localidades.

7.3 Formato de entrevista

Esta es la encuesta que se efectuó en las dos localidades en las cuales nuestro producto se posicionara:

1. Sexo

a. Hombre

b. Mujer

2. Rango de edad

a. 21-25 años

b. 26-30 años

c. 31-35 años

d. 36-40 años

e. 41 o más

3. ¿En qué basas tu decisión de compra de ropa para niño? (por favor selecciona una opción por cada atributo en la escala de importancia)

	Lo más importante	Importante	Más o menos	Poco importante	Lo menos importante
Precio					
Diseño y originalidad de estampados y bordados					
Calidad de las telas y materiales					
Nombre o prestigio de la empresa					
Sugerencia o recomendación de amigos y familiares					

4. ¿Dónde compras la ropa para niños?

- a. internet
- b. local de barrio
- c. local de centro comercial
- d. en el extranjero
- e. outlet

5. ¿Quién realiza o interviene en el proceso y decisión de compra de la ropa para niños?

- a. Padre
- b. Madre
- c. Abuelos
- d. Amigos
- e. Otros familiares

6. ¿Has realizado compra de ropa por internet? Seleccione por favor las respuestas que apliquen

- a. No, nunca
- b. Si, para niño

7. Si compras o compraras ropa ¿para qué edades consideras más probable la compra?

Selecciona las respuestas que apliquen

- a. Bebes
- b. Niños de 5 años
- C. Niños de 6 a 10 años
- d. Adolescentes
- e. Ninguno

8. ¿Comprarías ropa de niños por internet?

- a. Si, totalmente de acuerdo
- b. Probablemente si
- c. Poco probable
- d. No, nunca

9. ¿Qué consideras como prioritario que debe ofrecer una tienda de ropa para niños? Seleccione solo una calificación de importancia por cada atributo en la siguiente escala:

	Lo más importante	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Muy poco importante	Lo menos importante
Seguridad de la compra							
Facilidad para realizar el pago							
Amplio catálogo de diseños							
Más económico que comprar en una tienda de centro comercial							
Originalidad en diseños y productos							

10. Si existiera una nueva innovación de ropa para niños, ¿Qué línea de ropa consideras que sería la más atractiva para comprar?

- a. Deportes (Ejemplo: equipos de futbol)

b. Caricaturas (Ejemplo: Disney)

Superhéroes (Ejemplo: Batman, Spiderman, Capitán América, etc)

7.4 Análisis de la información recolectada

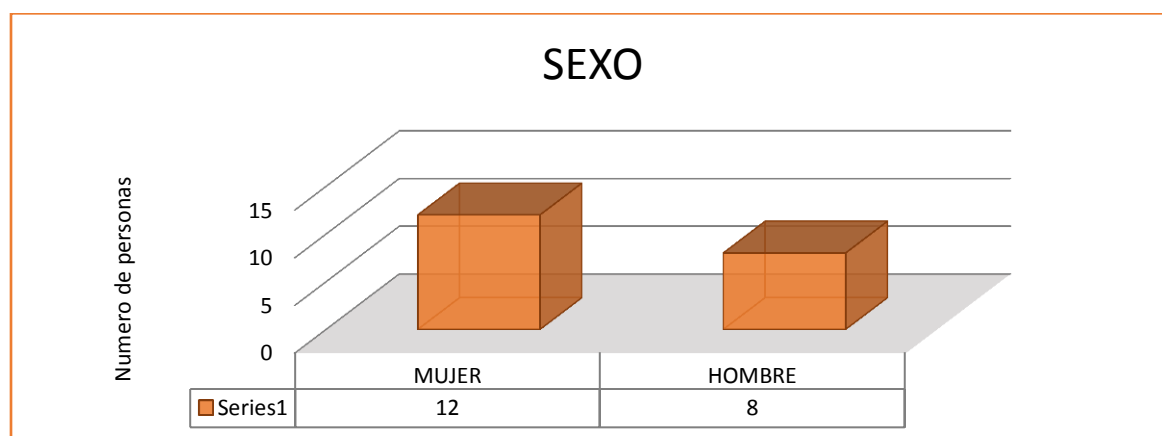


Tabla 7 Análisis de la información recolectada -SEXO

Se puede evidenciar que la gran mayoría de personas que diligenciaron la entrevista son mujeres madres de familia.

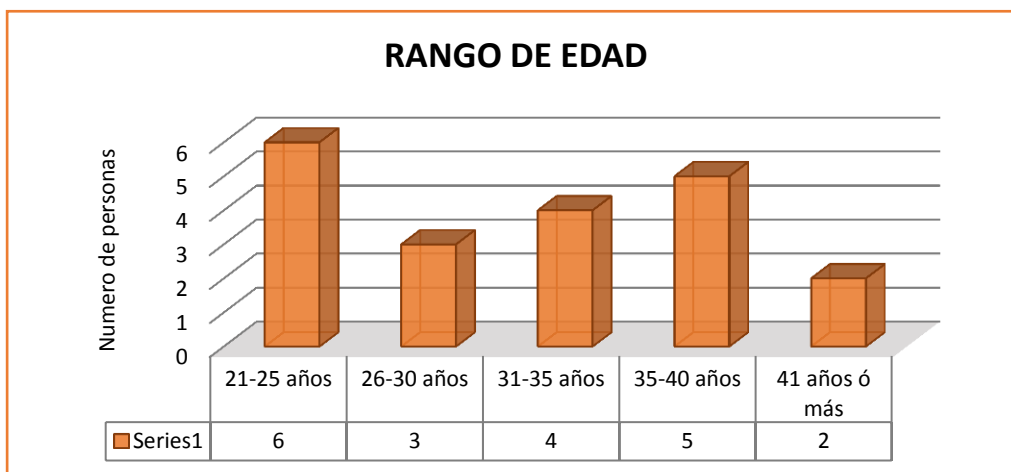


Tabla 8 Análisis de la información recolectada -Rango de Edad

Se puede evidenciar que esta entrevista mayormente fue resuelta por personas mayores de 21 a 25 años.

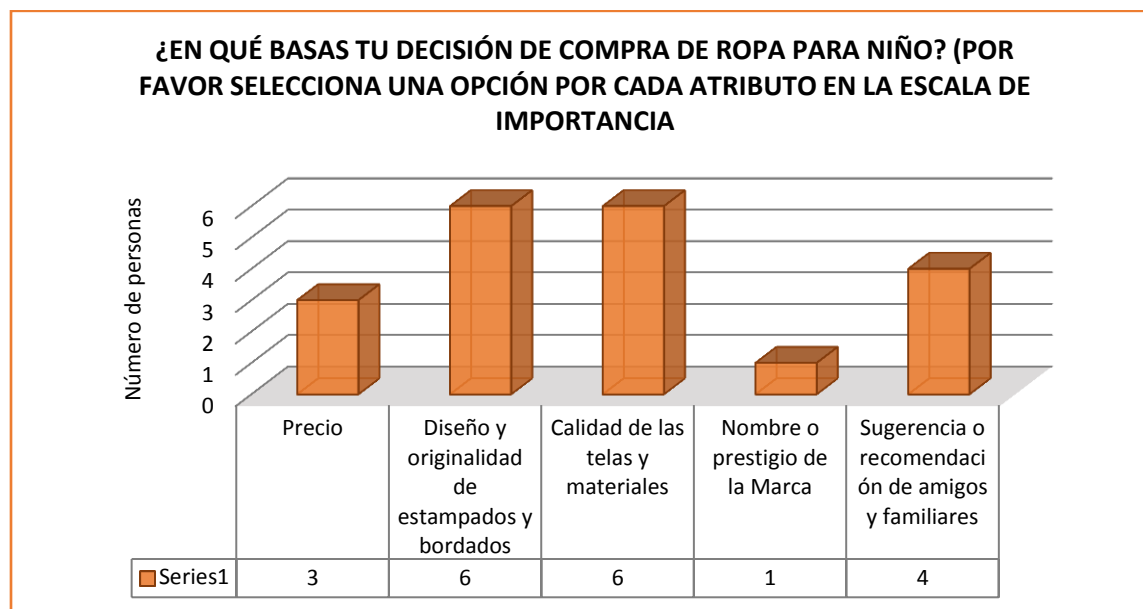
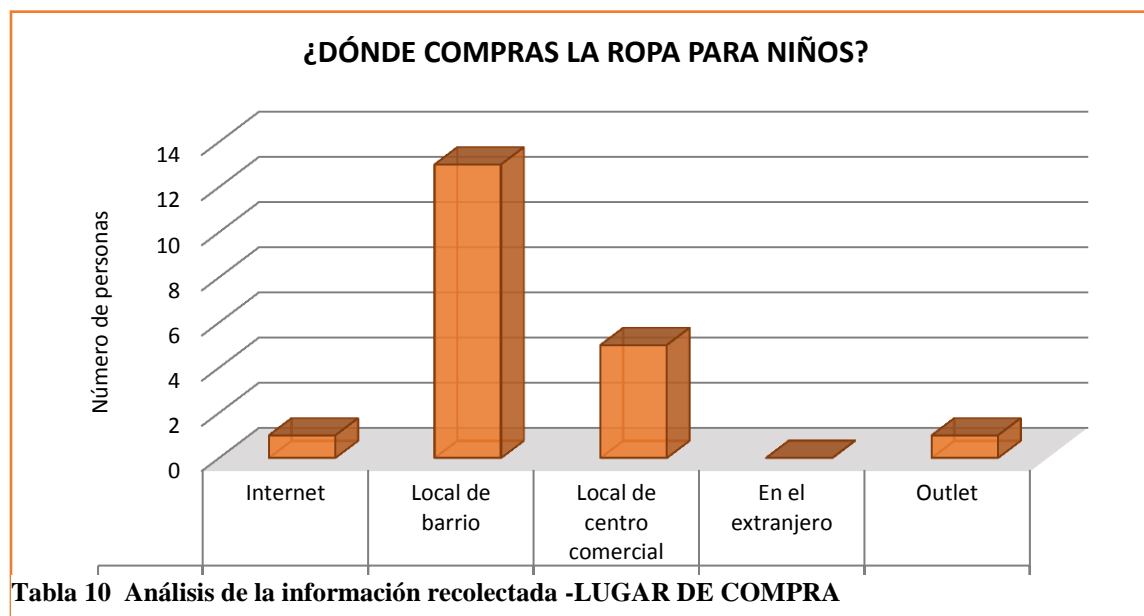
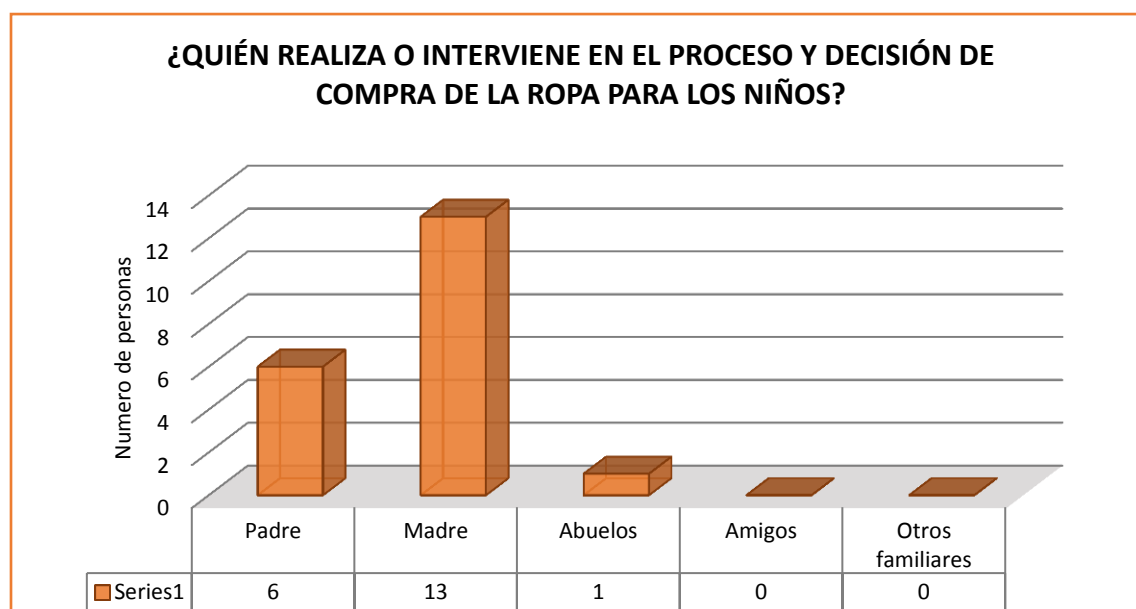


Tabla 9 Análisis de la información recolectada- DECISION COMPRA

Se puede evidenciar que 12 de las 20 personas encuestadas prefieren que la decisión de compra de ropa para los niños se base en diseño, originalidad y calidad de las telas.



Se puede evidenciar que 13 personas prefieren comprar la ropa de niños en locales de barrio



Se analiza que en el proceso de decisión de compra lo lidera la Madre y el padre tan solo tiene un pequeño porcentaje de participación

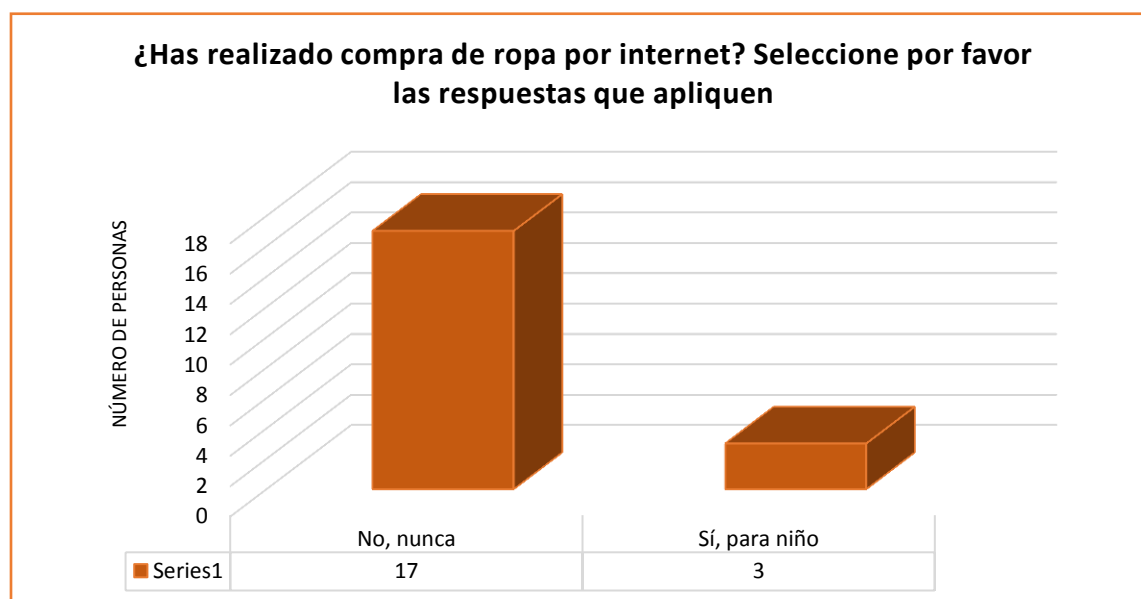


Tabla 12 Análisis de la información recolectada -COMPRAS POR INTERNET

Se analiza que la mayoría de personas que aplicaron la encuesta no ha comprado ropa por internet.

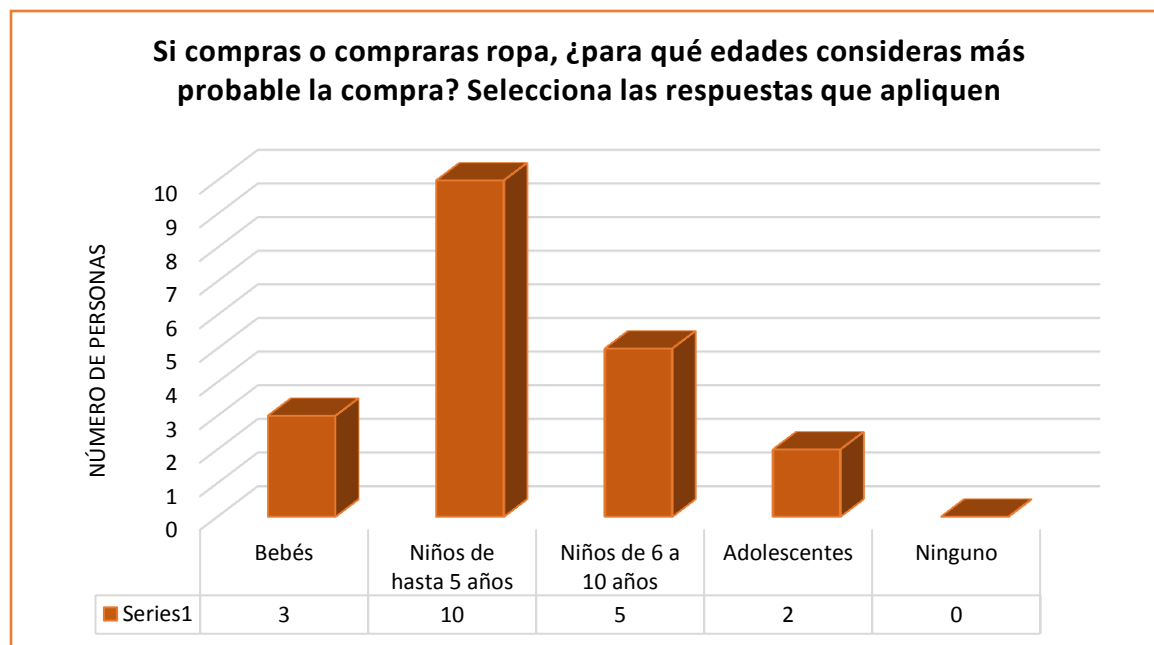


Tabla 13 Análisis de la información recolectada -PROBALIDADES DE EDAD POR COMPRA

Evidenciamos que es más probable y con más frecuencia la compra de ropa para niños de 5 a 10 años

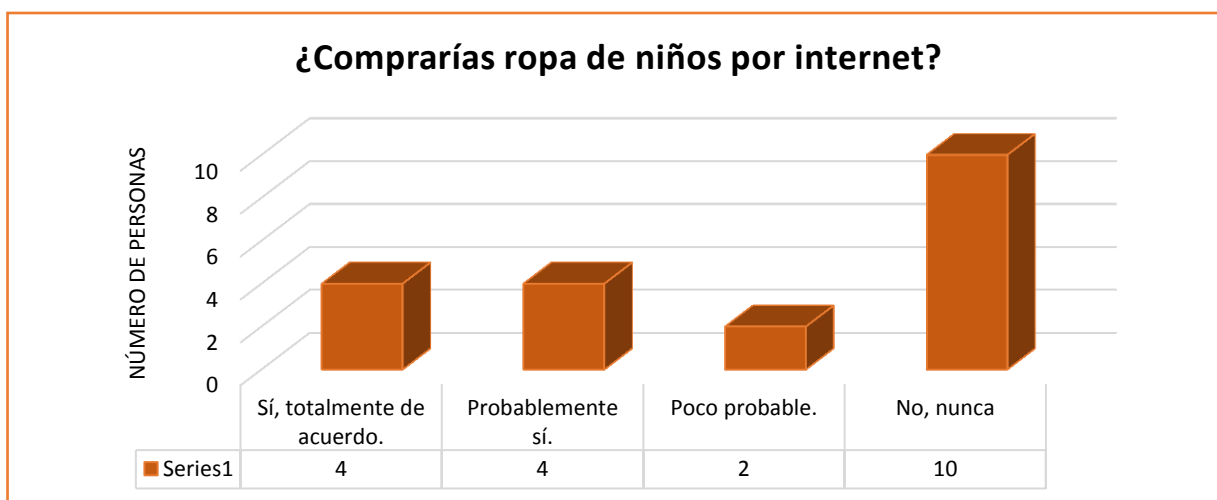


Tabla 14 Análisis de la información recolectada Compras por Internet

Se analiza que la mayoría de personas encuestadas no comprarían ropa por internet.

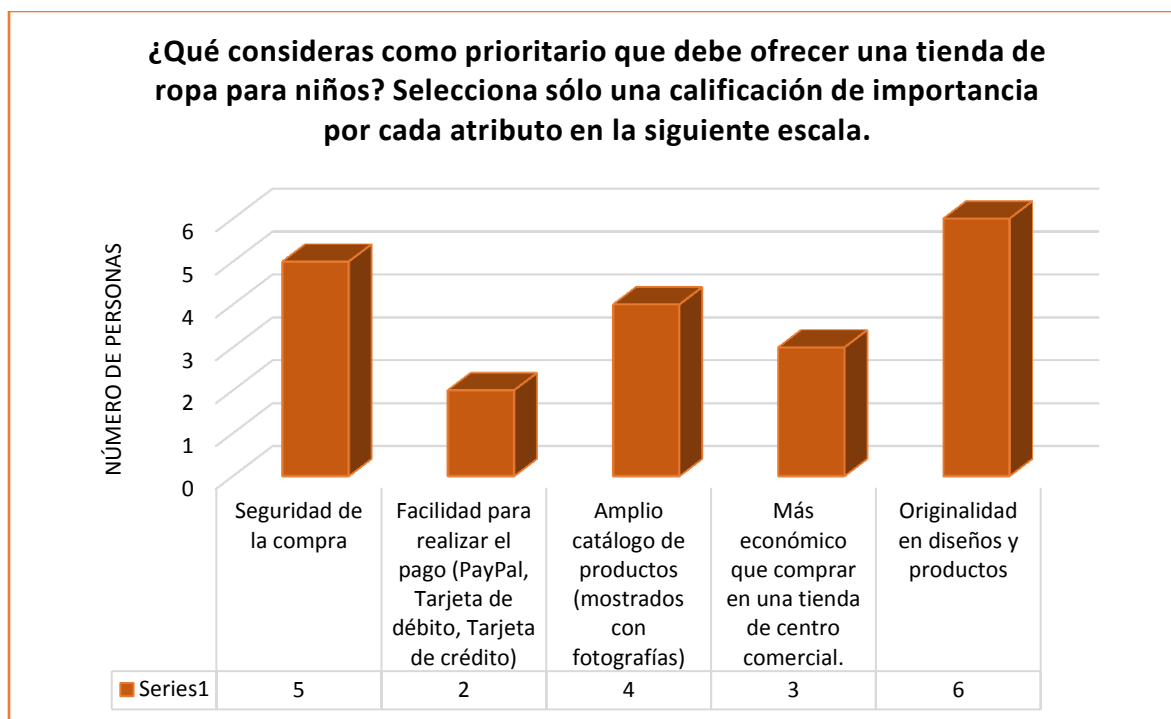


Tabla 15 Análisis de la información recolectada IMPORTANCIA EN LA COMPRA

Se analiza que según la opinión de las personas encuestas la mayoría indica que la prioridad que se debe ofrecer en nuestra tienda es la originalidad de diseños.

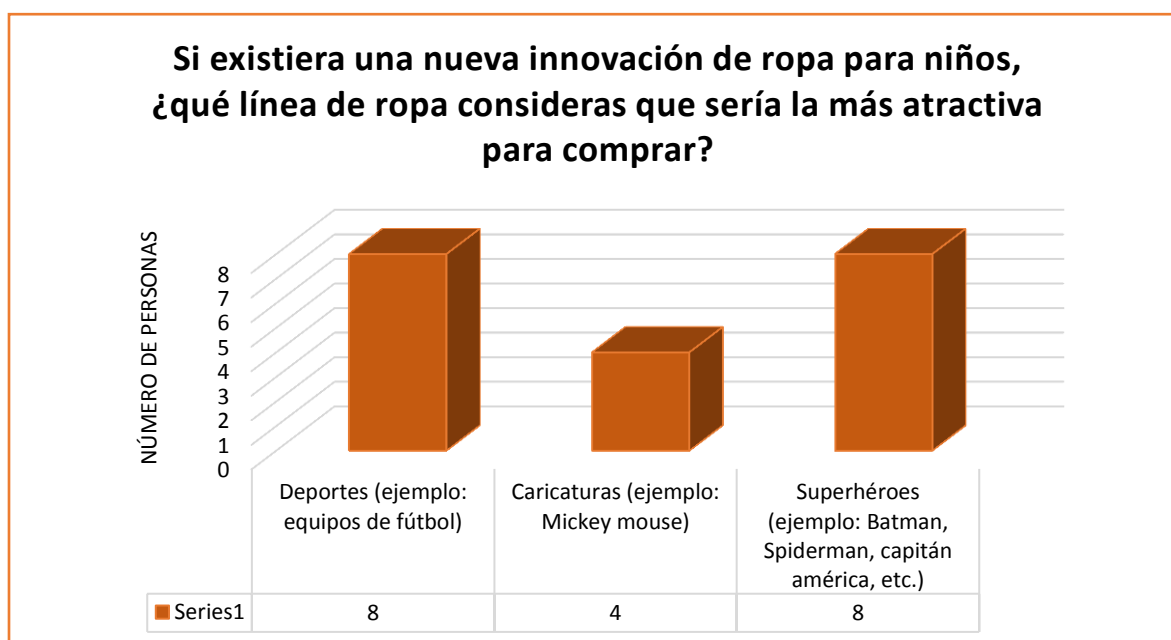


Tabla 16 Análisis de la información recolectada -INNOVACION

Se analiza según los datos de la encuesta realizada que la línea de ropa más atractiva para que los padres les compran a los niños son diseños de deportes y superhéroes

8. Planeación Estratégica

8.1 Identidad Estratégica – Misión

Superboy se encarga de la distribución y venta de camisetas personalizadas de superhéroes para niños a tiendas de ropa infantil para satisfacer las necesidades de moda que existen en la actualidad a través de nuestro producto.

Atendemos necesidades de moda, entregando a nuestros clientes productos de calidad, contribuyendo con el desarrollo y crecimiento económico de las sociedades.

8.2 Futuro preferido – Visión

En el 2023 seremos un líder en distribución de moda, con diseños de superhéroes animados para la línea de ropa infantil obteniendo un excelente posicionamiento de nuestro producto en el mercado mediante un servicio satisfactorio y un producto innovador logrando la aceptación de nuestros clientes y así poder abrirse a nuevas localidades en la ciudad de Bogotá y a nivel nacional.

8.3 Valores corporativos

Calidad

Servicio

Responsabilidad

Honestidad

Confianza

8.4 objetivos empresariales

Ser una empresa líder en el mercado de venta y distribución de camisetas de superhéroes personalizadas para niños.

Incrementar ventas.

Ser una marca reconocida en el mercado.

Tener varios puntos de venta y distribución.

Generar empleo.

Aumentar los ingresos.

9. Análisis del Macroentorno

En el macroentorno se fijan y se da importancia, a las grandes fuerzas que nos pueden impactar o afectar, este tipo de factores son los políticos, legales, tecnológicos y económicos. Se tienen en cuenta cada uno de estos factores, que ayudan establecer los factores externos que afectan la empresa, determinando las amenazas u oportunidades que se puedan generar en el presente o en el futuro, de acuerdo a fuentes secundarias se exponen las variables que intervienen en el macro entorno de la unidad productiva.

9.1 PESTEL

Políticos - ASPECTO LEGAL

SuperBoy Inicialmente nos matricularemos en la Cámara de Comercio de Bogotá como personas naturales y con un establecimiento de comercio como Copropiedad acogiéndonos a ley de emprendimiento Juvenil (Ley 1780 de 2016 que se busca promover la creación de nuevas empresas jóvenes, entendiendo que una empresa joven es aquella conformada por personas naturales o jurídicas que cumplan con ser pequeñas empresas, entendiendo por pequeñas empresas aquellas cuyo personal no supere los 50 trabajadores y cuyos activos totales no superen los 5.000 Salarios Mínimos Mensuales Legales Vigentes).

Adicional registraremos ante la cámara de comercio y la DIAN las actividades comerciales principales como son;

- ✓ CIU 4771 Comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos especializados.
- ✓ CIU 7410 Actividades especializadas de diseño

Obligaciones Tributarias

Según el Concepto 15456 de febrero 20 de 2006, la DIAN dice que a las personas naturales en el régimen simplificado del IVA no les exigirá, para fines fiscales, que lleven contabilidad mercantil.

Ante la DIAN nos inscribiremos en el Registro Único Tributario (RUT) al régimen simplificado en el impuesto a las ventas (artículo 499 del estatuto tributario modificado por la ley 1819 de 2016). Al Régimen Simplificado del Impuesto sobre las Ventas pertenecen las personas naturales comerciantes y los artesanos, que sean minoristas o detallistas.

Lo anterior mencionado es importante ya que nuestro negocio lo vigila la Superintendencia de industria y comercio (SIC) como de igual forma la DIAN exigirá todos los documentos al día. Requisitos documentales exigibles a los establecimientos de comercio para su apertura y operación. Las autoridades distritales al momento de realizar visitas de control, solo podrán exigir a los propietarios de establecimientos de comercio, los siguientes documentos:

- ✓ Matrícula mercantil vigente expedida por la Cámara de Comercio.
- ✓ Comprobante de pago expedido por la autoridad legalmente competente,
- ✓ Requisitos de cumplimiento exigibles a los establecimientos de comercio para su operación. Una vez abierto al público y durante su operación, el propietario del establecimiento de comercio –además de los requisitos deberá cumplir con:
 - ✓ Las condiciones sanitarias descritas por la Ley 9ª de 1979 y demás normas vigentes sobre la materia;
 - ✓ Las normas expedidas por la autoridad competente del respectivo municipio, referentes a uso del suelo, intensidad auditiva, horario, ubicación y destinación.

Análisis Económicos

En la Cámara de comercio vincula iniciativas para el desarrollo económico de nuestra ciudad en donde podemos ser partícipes para hacer parte del Cluster Prendas de Vestir, en donde estas iniciativas buscan incidir en la productividad de las empresas y en la creación de mejores condiciones de competitividad para cada sector económico que las define.

Estas iniciativas nos ayudarían a Profundizar el conocimiento del negocio y Acceder a programas de fortalecimiento empresarial a la medida de las empresas de los Clusters.

En el 2017, las industrias que jalaron negativamente el porcentaje total de la producción fabril en Colombia fueron la confección de prendas de vestir que registró una caída de 8,6%,

Análisis Social

Por otra parte Superboy su objetivo es distribuir y comercializar camisetas de excelente calidad en la localidad de Usme y Kennedy, esta idea de negocio se creó con el firme propósito de ayudar a construir país contribuyendo a la generación de empleos directos e indirectos.

Tras la búsqueda de este objetivo, Superboy una oportunidad de negocio para los niños y padres que les gusta estar al moda y que en ocasiones no hay innovación en moda textil.

Análisis Financiero

Para la inversión de SuperBoy y el presupuesto inicial tendremos en cuenta los siguientes factores así podríamos definir el dinero necesario para empezar con el negocio y para cubrir el déficit económico operacional de los primeros meses del año de actividades.

Compra de 200 Camisetas de varios colores

Máquina para estampar las camisetas- Impresión Textil con Tintas plastisol.



2 Máquina para estampar las camisetas- Impresión Textil

Presupuesto

INVERSION INICIAL	
DETALLE	VALOR TOTAL
Impresora	\$ 3.000.000
Transporte de Mercancia	\$ 1.000.000
Mueble y equipos de Oficina	\$ 3.500.000
Equipo de Computacion	\$ 3.200.000
Router	\$ 200.000
Creacion de Pagina Wed	\$ 300.000
Adecuaciones de locap	\$ 2.500.000
pre Inversion (publicidad)	\$ 1.200.000
Total Inversion Inicial del Negocio	\$ 14.900.000

Tabla 17 Inversión Inicial

Gastos Operativos		
DETALLE	Costo Mensual	Costo Anual
Arriendo Local	\$ 500.000	\$ 6.000.000
Telefonia	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Energia Electrica	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Agua	\$ 120.000	\$ 1.440.000
Gastos Varios (suministros, planta, telefonos e internet)	\$ 300.000	\$ 3.600.000
Total Gastos Indirectos	\$ 1.020.000	\$ 15.840.000

Tabla 18 Gastos Operativos

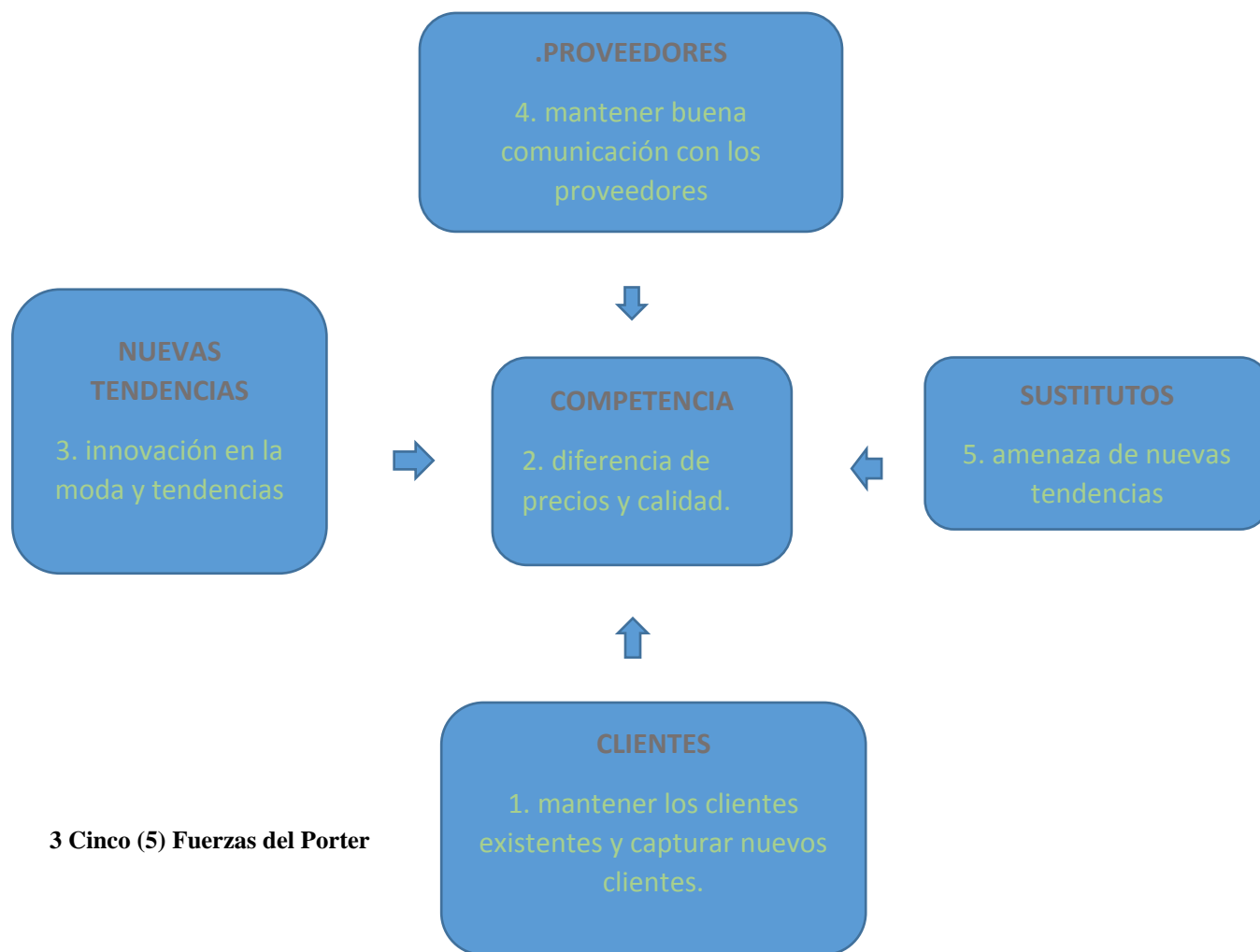
Nuestra inversión total es igual a la inversión inicial más los gastos operativos mensuales para un total de \$ 15.920.000.

El capital de trabajo inicial es de \$5'000.000, aportados por cada uno de los propietarios.

Las tasas de crecimiento para el negocio de distribución de camisetas son:

- Inicial 25% efectiva anual durante el segundo año.
- 17% efectiva anual durante el tercer año.
- Tasa de crecimiento a perpetuidad equivale al 5% efectivo anual

9.2 Cinco (5) Fuerzas del Porter



3 Cinco (5) Fuerzas del Porter

DOFA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Producto Innovador ✓ El producto entra fácil al mercado infantil ✓ Uso de las redes sociales, Superboy permite un canal directo de 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Falta de clientes ✓ Falta de publicidad ✓ No ser conocidos en el mercado ✓ Poco capital para inversión en publicidad y sostenimiento de la

<p>interacción entre los clientes y la empresa por medio de redes sociales</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ La personalización del superhéroe será animada y no la convencional ✓ Prendas de excelente calidad ✓ Ubicación estratégica 	<p>empresa</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Su capacidad de producción es muy baja debido a que cuenta con una sola persona para el diseño ✓ Baja cobertura comercial, pues cuenta con dos locales
<p>OPORTUNIDADES</p>	<p>AMENAZAS</p>
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Es un producto con un concepto nuevo en Colombia y una distribución que se puede también brindar a domicilio ✓ Aprovechar las nuevas tendencias de moda ✓ Gran influencia de las películas de superhéroes en los niños y joven ✓ Crecimiento general del mercado infantil ✓ Atraer a nuevos clientes para poder diversificar el producto 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Nuevos competidores en el mercado ✓ Los productos sustitutos que existen en el mercado ✓ El poco conocimiento que existe sobre el producto ✓ Diferencia a marcas colombianas y extranjeras ✓ Nuevas políticas gubernamentales

Tabla 19 DOFA

ANALISIS DOFA

ITEMS	DEBILIDADES	OBJETIVO	TAREA	TIEMPO
1	Falta de clientes	Distribuir en las tiendas infantiles de reconocimiento en la ciudad de Bogotá	Buscar clientes	Junio 2018
2	Falta de publicidad	Generar seguridad a nuestros clientes por medio de una buena publicidad	Crear estrategias de promoción que permitan incrementar las ventas	Junio 2018
3	No ser conocidos en el mercado	Ser reconocidos en las redes sociales, vallas o medios de comunicación	Utilizar la publicidad para darnos a conocer	Junio 2018
4	Poco capital para inversión en publicidad y sostenimiento de la empresa	Conseguir el dinero que se necesita para sostener la empresa	Buscar un préstamo bancario	Junio 2018
5	Su capacidad de producción es muy baja debido a que cuenta con una sola persona para el diseño	Ampliar la capacidad de producción con el fin de cumplir con la capacidad requerida, teniendo en cuenta el bienestar laboral de los trabajadores	Implementar un mecanismo de inventario eficiente que permita conocer las cantidades en existencias de manera oportuna	Junio 2018
6	Baja cobertura comercial, pues cuenta con dos locales	Implementar nuevos locales con el fin de atraer más clientes	Buscar locales en arriendo en las dos localidades o en los centros comerciales	Junio 2018

Tabla 20 Análisis DOFA- DEBILIDADES

ITEMS	FORTALEZAS	OBJETIVO	TAREA	TIEMPO
1	Producto Innovador	Que los diseños en las camisetas sean llamativos	Buscar colaboración de un buen diseñador grafico	Junio 2018
2	El producto entra fácil al mercado infantil	Posicionarnos en el mercado buscando relaciones sociales con las marcas infantiles en Colombia	Llevar la muestra del producto o las marcas reconocidas de ropa infantil en Bogotá	Junio 2018
3	Uso de las redes sociales, Superboy permite un canal directo de interacción entre los clientes y la empresa por medio de redes sociales	Crear los perfiles en Instagram, Facebook y twitter. Crear página web	Pedir asesoramiento con una persona experta en las Tic's	Junio 2018
4	La personalización del superhéroe será animada y no la convencional	Conseguir todos los superhéroes en imágenes animadas para ser plasmadas en las camisetas	Camisetas con diseños animados	Junio 2018
5	Prendas de excelente calidad	Comodidad y calidad en las camisetas que se vendan. Camisetas 100% algodón	Buscar una buena materia prima	Junio 2018
6	Ubicación estratégica	Posicionarnos en puntos estratégicos en las localidades de Usme y Kennedy	Analizar el porcentaje de ventas en sitios estratégicos en las dos localidades	Junio 2018

Tabla 21 Análisis DOFA- FORTALEZAS

ITEMS	AMENAZAS	OBJETIVO	TAREA	TIEMPO
1	Nuevos competidores en el mercado	Ganarnos la confianza de nuestros clientes	Implementar nuevos canales de distribución que permitan brindar óptimos productos para así fidelizar a los clientes y que prefieran nuestra marca.	Junio 2018
2	El poco conocimiento que existe sobre el producto	Lograr posicionamiento en el mercado	Utilizar la publicidad a los medios de comunicación para darnos a conocer	Junio 2018

Tabla 22 Análisis DOFA- AMENAZAS

ITEMS	OPORTUNIDADES	OBJETIVO	TAREA	TIEMPO
1	Es un producto con un concepto nuevo en Colombia y se podría pensar en una distribución a domicilio	Promocionar y dar a conocer nuestro producto para competir con marcas extranjeras	Realizar alianzas estratégicas que permitan afianzar el producto en el mercado	Junio 2018
2	Aprovechar las nuevas tendencias de moda	Incentivar a los niños a estar a la moda	Diseñar camisetas con todos los superhéroes de manera animada.	Junio 2018
3	Gran influencia de las películas de su superhéroe en los niños y jóvenes	Que a través del cine los niños vean en los superhéroes los valores que estos tienen	Dar la posibilidad a los niños de portar su superhéroe favorito por medio de una prenda de vestir	Junio 2018
4	Atraer nuevos clientes para poder diversificar el producto	Tener clientes a los que le podamos distribuir el producto para la venta	Buscar alianzas con clientes como son las tiendas de ropa infantil para alquilar una vitrina y excluir nuestro producto	Junio 2018

Tabla 23 Análisis DOFA- OPORTUNIDADES

PITCH RESUMEN EJECUTIVO

Superboy es un proyecto de grado creado con el fin de diseñar, personalizar y distribuir camisetas infantiles, al sector de las localidades de Usme y Kennedy de la ciudad de Bogotá de estrato 1 y 2, incentivando a los padres de familia con decisión de compra que tengan niños de 2 a 8 años para que los niños de estas edades puedan lucir una camiseta personalizada de su super héroe favorito.

Gracias al resultado de la investigación realizada en estas localidades se llega a la conclusión que a esa edad se ve marcada una tendencia por lucir imágenes de un grupo determinado de personajes ficticios que representan una moda, Los superhéroes se asocian con valores como: la valentía, la justicia etc. etc. Por tal motivo la prenda de vestir es fundamental en este caso una camiseta personalizada que le ayudara a contribuir con la felicidad y a satisfacer la necesidad de los niños.

La clientela potencial de super boy es:

- Padres de familia con niños en las edades de 2 a 8 años.
- Locales comerciales donde tienen venta de ropa infantil.

Elemento diferenciador respecto a la competencia:

Es tener la posibilidad de adquirir su camiseta personalizada de super héroe favorito, más económica sin dejar a un lado que es de excelente calidad a comparación con la competencia de

moda del mundo mágico con la satisfacción de vestir de una manera informal, cómoda y llamativa mas no un disfraz.

Factores de éxito:

- Diferencia de precios y calidad
- Innovación de la moda y tendencias
- Mantener los clientes y capturar nuevos clientes
- Tener un excelente servicio al cliente
- Servicio a domicilio de los productos

Presupuesto requerido:

Cada una de las propietarias dará un aporte de 5'000.000 millones de pesos con un total de 15'000.000 millones de pesos.

CONCLUSIONES

Se realizó una investigación de mercados que permitió identificar las preferencias en diseños y personalización de las camisetas para los niños de la Localidad de Usme y Kennedy. Adicional a esto la aceptación que tendría los diseños en las camisetas y el precio que estarían dispuestos a pagar por un producto de calidad.

Se obtuvo que el 93% de los encuestados les gusta comprar la ropa de sus niños en tiendas de Barrio. A partir de dichos hallazgos surge la idea de negocio presentada en este proyecto.

Dentro de las principales oportunidades y fortalezas identificadas se encontró que se tiene una ubicación estratégica con mayor afluencia de personas en los dos sectores, además de esto el producto es innovador y con un concepto nuevo en Colombia.

SUPERBOY, ofrece como un canal de distribución adicional al punto de venta, la entrega del producto a domicilio lo cual es un servicio interesante para las personas que a veces no tienen tiempo para salir, donde se puede utilizar las redes sociales para hacerle más amena la compra.

Dentro de las principales amenazas y debilidades identificadas se encontró que: **SUPERBOY**, cuenta con poco conocimiento de la marca, hay muchos productos sustitutos en el mercado y por último, el colombiano promedio prefiere una marca reconocida.

Se identificó como competencia directa de **SUPERBOY**, la siguiente empresa: MIC.

SUPERBOY, desarrollará un plan de marketing buscando penetrar el mercado actual, a través de estrategias como: ofrecer precios competitivos con relación al mercado; publicidad voz a voz como canal de divulgación; servicio de entrega a domicilio, un servicio innovador dentro del portafolio como valor agregado al producto.

BIBLIOGRAFIA

- ✓ <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=316>
- ✓ <https://www.ccb.org.co/>
- ✓ <http://bogota.gov.co/tag/dane>
- ✓ <https://saloncreatex.com/>
- ✓ <https://saloncreatex.com/?d=sub&s=2022&p=12918&i=1>
- ✓