



Corporación Unificada Nacional  
de Educación Superior  
Vicerrectoría de Proyectos Especiales y Logística



Tulas Aldika

Ingrid Tomasa Aguilar Barragán

Ever Daniel Cruz Escobar.

Diana Katherine Barbosa Jiménez

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN

Creación de Empresa II - Modelos de Innovación

Cundinamarca, Casanare y Sucre

2020 B

Tulas Aldika

Ingrid Tomasa Aguilar Barragán.

Ever Daniel Cruz Escobar.

Diana Katherine Barbosa Jiménez.

Director:

Jhon Alexander González Dorado.

Raúl Andrés Villamil Vanegas.

Piedad Franco Agudelo.

Jaider Antonio Martínez Trujillo

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN

Opción de grado II

Cundinamarca, Casanare y Sucre

2020 B

copyright © 2020 por Ingrid Aguilar, Ever Cruz y Diana Barbosa

Todos los derechos reservados

***COMPROMISO DEL PRIMER AUTOR***

Yo, Ingrid Aguilar Barragán con célula de identidad 1006568125 de Yopal y alumno del programa académico Administración de Empresas declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

*Ingrid Aguilar B*

Firma: Ingri Tomasa Aguilar Barragan \_\_\_\_\_

***COMPROMISO DEL SEGUNDO AUTOR***

Yo, Ever Daniel Cruz Escobar con célula de identidad 1100696602 de sampues y alumno del programa académico Administración de Empresas declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

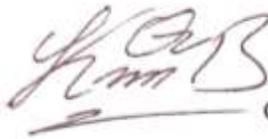


\_\_\_\_\_  
**Firma: Ever Daniel Cruz escobar \_\_\_\_\_**

***COMPROMISO DEL TERCER AUTOR***

Yo, Diana Katherine Barbosa Jiménez con célula de identidad 1120875112 de Puerto López (Meta) y alumno del programa académico Negocios Internaciones, declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.



CC: 1120875112

**Firma: Diana Katherine Barbosa Jiménez**

## **Agradecimientos**

El siguiente trabajo de creación de empresas II (Innovación) fue realizado bajo la supervisión de los directores Piedad Franco Agudelo, Raul Andres Villamil Vanegas, Jhon Alexander Gonzales Dorado a quien me gustaría realizar un profundo agradecimiento por su dedicación comprensión y guía durante el proceso por hacer posible la realización de este proyecto, gracias a la corporación Unificada Nacional de Educación Superior que nos está brindando información y las herramientas necesarias para llevar a cabo nuestra idea de negocio.

A nuestros familiares, por brindarnos el apoyo necesario para salir adelante con este proyecto, a Dios por darnos la oportunidad y la salud necesaria para la realización de esta investigación.

## Tabla De Contenido

### CONTENIDO

|  |                                      |
|--|--------------------------------------|
| Tabla de Figuras .....   | <b>¡Error! Marcador no definido.</b> |
| Resumen .....  | 10                                   |
| Palabras claves .....  | 10                                   |
| Introducción.....  | 11                                   |
| Objetivos .....  | 12                                   |
| Objetivo General .....   | 12                                   |
| Objetivos Específicos.....   | 12                                   |
| Claves para el éxito .....   | 13                                   |
| Identificación De La Idea De Negocio .....   | 14                                   |
| 1 Descripción Del Negocio .....  | 14                                   |
| 2 Modelo de Negocio.....   | 15                                   |
| Figura N° 01 .....   | 15                                   |
| 2.2 ¿Cuál es su modelo de venta por internet?.....   | 17                                   |
| 2.2.1 ¿Cómo captara a sus clientes según su modelo de ventas por internet escogido?<br>.....                         | 17                                   |
| 2.2.2 ¿Cómo y qué alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por internet escogido?.....         | 17                                   |
| 2.2.3 ¿Cómo cerrara la venta por internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?..... | 17                                   |
| 3 Innovación Sostenible.....   | 18                                   |
| Tabla N° 02 .....  | 19                                   |
| 4 Análisis del sector .....  | 23                                   |
| 4.1 Estrategia Océano Azul.....  | 23                                   |
| Tabla N° 4.1 .....   | 23                                   |
| Figura N° 42.....  | 23                                   |
| <b>4.2 Análisis de Porter</b> .....  | 24                                   |
| Figura N° 4.2.1 .....  | 24                                   |
| 5 Marketing Mix.....   | 24                                   |
| 5.1 Estrategias del producto para clientes. ....   | 25                                   |

|   |           |
|---|-----------|
| 5.1.1 Portafolio.....   | 26        |
| <b>5.2 Estrategia de precio .....</b>   | <b>27</b> |
| 5.3 Estrategia de distribución .....  | 28        |
| 3.1 Estrategia de Comunicación.....   | 28        |
| <b>6 Desarrollo De Marca.....</b>   | <b>29</b> |
| Tabla N° 6.1 .....  | 29        |
| 7 Estrategia de Marketing Digital.....  | 31        |
| <b>8 Estrategias De Marketing Digital .....</b>   | <b>39</b> |
| 9 Métricas Clave.....   | 40        |
| Estudio Tecnico I .....   | 41        |
| Ubicación .....   | 41        |
| 9.1 Localización Del Proyecto .....   | 42        |
| Figura N°9.1.1 .....  | 43        |
| 9.2 Plano.....  | 44        |
| 11Estudio Tecnico II .....  | 47        |
| Ingeniería del Proyecto.....  | 47        |
| Para la realización del producto tulas aldika se necesitaron de materias primas e<br>insumos: ..... | 49        |
| 2 rollos de tela de 200 metros por valor de 4.000.000 pesos .....                                   | 49        |
| 1 caja de tijera para cortar tela por valor de 600.000 pesos .....                                  | 49        |
| 3 paquetes de adornos por un valor de 800.000 pesos .....   | 49        |
| 12 Estudio Tecnico III .....  | 49        |
| 12.1Ficha Técnica .....   | 49        |
| 13 Lanzamiento de producto Mínimo Viable .....  | 52        |
| 13.1 Story Board .....  | 52        |
| semana-13-animated-gif.gif.....   | 52        |
| 13.2 Pitch .....  | 52        |
| Bibliografía .....  | 53        |
| Anexos.....   | 54        |



.....54

## Resumen

Este proyecto de opción de grado II, innovaremos e internacionalizaremos nuestro producto “TULAS ALDIKA” para generar empleos para nuestro país y economía para nuestra empresa donde se beneficiaran muchas familias por medio de empleo, nuestro producto es de gran innovación ya que somos un grupo de emprendedores que buscan mejorar la perspectiva del comercio y economía en colombiana, buscamos con este proyecto tener mejor calidad para nuestros clientes donde nos escojan sin tener dudas de nuestra capacidad de producción y de calidad del producto.

### Palabras claves

- *Tulas*
- *Innovación*
- *Ecosistema Sostenible*
- *Internacionalización*
- *Economía*

## Introducción

Tulas Aldika es una idea de negocio creada por Diana Barbosa, Ingrid Aguilar y Ever Escobar, queremos ser una empresa innovadora creativa y original, buscamos crear y fabricar tulas originales de acuerdo al diseño que escogimos para la necesidad de la sociedad, de tal forma que pueda ser útil y la puedan usar en cualquier ocasión

Encontramos la oportunidad de crear un producto innovador y de tal forma generar conciencia en la sociedad para que respetemos y cuidemos nuestra fauna, también nos permite brindar beneficios a la comunidad en el sector en el cual va estar ubicada esta organización generando empleo, se busca crear un producto, y generar conciencia del daño que le estamos causando a nuestro entorno

Esta idea de negocio lleva como nombre tulas “ALDIKA” ya que nos permite diferenciarnos de las demás compañías existen que se encargan de fabricar Tulas, dándonos a conocer con un nombre innovador y fácil de reconocer en el sector.

A: Alegría

L: Liderazgo

D: Diversidad

I: Innovador,

K:

A: Amigable

## Objetivos

### Objetivo General

Diseñar una idea de negocio de fabricar Tulas con diseños de Animales en vía de Extinción, cuyos clientes sean de diferentes sectores, aumentando la calidad y potenciando su productividad en satisfacción de los mismos.

### Objetivos Específicos

- Definir las estrategias del mercado para posicionamiento del producto para expandir en diferentes puntos de venta, abrir nuevas sucursales, que permitan ampliar el mercado.
- Promover el conocimiento de nuestros productos en los diferentes medios de comunicación con publicidad masiva.
- Buscar proveedores confiables y crear relaciones estables con ellos para garantizar la existencia, la calidad y el mejor precio de la materia prima necesaria para la producción.
- De acuerdo a como vayan creciendo las ventas, aumentar el número de empleados para satisfacer la demanda.

## Claves para el éxito

- **Estrategias de ventas:** Todo producto sin una adecuada estrategia para posicionar marca y producto, como parte del presente proyecto identificamos las diferentes formas que sean las más adecuadas para la venta de nuestro producto.
- **Disciplina:** Tener la disposición para establecer planes de trabajo propios y cumplirlos en cada uno de los procesos que se lleve a cabo.
- **Eco amigable:** Tendremos la conciencia de ayudar al medio ambiente implementando en la materia prima materiales que ayuden al ecosistema y no sigamos acabando con el mismo para tener un mejor futuro para todos.

## Identificación De La Idea De Negocio

### 1 Descripción Del Negocio

Esta idea de negocio va enfocada para todo tipo de cliente (Jóvenes, Niños Adultos) que pertenezcan a un estrato social alto medio y bajo, este proyecto es una oportunidad en el mercado ya que nos permite satisfacer la necesidad del cliente y crear una manera diferente en el pensar de la sociedad en el cuidado que debemos tener a cada uno de nuestros animales recreando cada uno de aquellos que están en vía de extinción acompañado con una frase que genere gusto al momento de cada persona utilizarlo.

Tulas Aldika es un producto personalizado de acuerdo a como lo requiera el cliente y el diseño que le genere satisfacción, se puede utilizar para cualquier ocasión (Reuniones, compras, viajes,) y lo pueden adquirir desde cada una de sus casas, ingresando a nuestra página web, sin necesidad de dirigirse a cada uno de los puntos de venta, de esta manera estamos aportando positivamente a cada uno de nuestros clientes ya que le permite suplir cada una de las necesidades y actividades prioritarias, sin embargo pueden desplazarse a cada uno de los puntos de venta más cercanos ya que serán atendidos de una manera cordial, será un espacio agradable y tranquilo para que genere satisfacción al cliente y se sienta seguro en la asesoría que se le indique al momento de comprar.

ALDIKAS, será escogido por nuestros clientes ya que va a estar en el mercado a un buen precio que sea asequible, elaborado con un material de buena calidad, de tal forma que lo puedan utilizar durante un tiempo establecido y no genere ningún deterioro, y de acuerdo a la ocasión(Mes), se realizaran magníficos descuentos para satisfacer a muchos clientes.

## 2 Modelo de Negocio

### 2.1 Estructure la idea de Negocio y defina el negocio a través del siguiente lienzo

Figura N° 01

#### Modelo de Negocio segmentado



### Costo y Precio

Tulas aldikas se fabricara de acuerdo a la necesidad o como lo requiera el cliente, de acuerdo a esto y con el material que sera elaborado estara en el mercado a un precio de \$25.000 o \$30.000

### Mecanismos de Entrega

Tulas Aldikas se entrega de acuerdo a como el cliente adquiere el producto, en punto de venta se realizara la entrega en una bolsa agradable con el medio ambiente, por pagina web se realizara el envio a su respectivo lugar en un empaque que permita que el producto llegue en buenas condiciones.

### Ganancias esperadas

Las ganancias que se esperan con esta idea de negocio aun no son especificas, pero ideamos en que sea un producto bueno en el mercado y de buena calidad para que permita expandir y llegar a diferentes paises y abrir puntos de venta en diferentes sectores, acompañado de nuestra pagina web, que es la mejor manera de seguir creciendo.

### Recursos

Nuestros recursos de mano de obra y materiales dependeran de nuestras capacidades de gestion en la industria, pero tenemos un estimado de 20 millones para empezar con la gestion del proyecto.

Nuestro proyecto el recurso principal es la Tela reciclada que nos permite recrear y generar un producto util para la sociedad, esto de acuerdo a la ayuda que le estamos haciendo a nuestro medio ambiente.

### Fidelidad

En Tulas Aldikas se dara una respuesta de manera inmediata a cada una de las inquietudes que generen los clientes al momento de realizar la compra o las diferentes preguntas que surjan en el momento, tambien entregando un producto de buena calidad para satisfacer la necesidad del cliente y con los diferentes precios que nos hara ver distinto a las competencias.

### Cadena

Buscar proveedores confiables, de tal forma que aporten de una manera positiva en esta idea de negocio y nos permitan seguir creciendo en el mercado.

## 2.2 ¿Cuál es su modelo de venta por internet?

Nuestra idea de negocio Tulas Aldika se va a dar a conocer por medio del comercio electrónico Ecommerce, ya que permite que los diferentes clientes puedan hacer sus comprar por medio de nuestra tienda virtual, sin necesidad de dirigirse a los diferentes puntos de venta.

### 2.2.1 ¿Cómo captara a sus clientes según su modelo de ventas por internet escogido?

Se tendrá una página, se creara un enlace que los direcciona directamente a nuestra tienda virtual, en las diferentes redes sociales se publicaran los diferentes modelos de nuestros productos, de tal forma que cualquier duda o inquietud de nuestros clientes e responda de una forma rápida y eficiente.

### 2.2.2 ¿Cómo y qué alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por internet escogido?

Como alternativas tendremos una página web y redes sociales por las cuales tendremos el modelo business to consumer (B2C), que significa de negocio a consumidor, que es un tipo de práctica existente en el ámbito del marketing digital. Esta será empleada por nuestra idea de negocio que persigue llegar de manera directa a nuestros clientes o consumidores finales.

### 2.2.3 ¿Cómo cerrara la venta por internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?

El cierre de venta por internet de hará de una forma muy eficaz, de tal forma que el cliente pueda adquirir el producto, los métodos de pago se realizan por medio de tarjeta de crédito o por medio de cuotas.

### **3 Innovación Sostenible**

Tulas ALDIKA posee un diseño muy natural, es un producto fabricado a base de tela reciclada muy amigable con nuestro medio ambiente.

Tabla N° 02

|  | AGU<br>A  | ENE<br>RGIA  | MAT<br>ERIAS<br>PRIMAS   | EMISIONES   | RESID<br>UOS  |
|--|---|--|--|---|---|
| <p><b>Producto o servicio</b> ¿El producto tiene un Ecodiseño?</p> | <p>En la elaboración de este producto, no se utilizara constantemente el consumo del agua (Lavado de manos, uso de sanitario, lavado de la tela reciclable)</p> | <p>Se trabaja reduciendo el consumo de energía, a través de métodos sencillos como, desconectar cada uno de los equipos que no se estén utilizando en el momento (Computadores, máquinas de coser, impresora,)</p> | <p>De acuerdo a nuestro proyecto la materia prima que vamos a utilizar principalmente es la tela reciclable.</p> | <p>Se va a producir contaminación, al momento de realizar cada uno de los trabajos asignados para la elaboración de las tulas en la fábrica, sin embargo trabaja buscando mejorar la huella de carbono la cual se encuentra en proceso de cálculo</p> | <p>Se reutilizara la tela que no es viable en cada uno de los sectores de diseño.</p> |

|  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|
| <p><b>Marketing</b></p> <p>¿Realiza algún tipo de campaña que favorezca al medio ambiente?</p> | <p>Campañas del cuidado y el ahorro de agua, ya que es muy importante para el beneficio de la población, se harán campañas constantemente.</p> | <p>El medio de transporte que se utilizara para este proyecto son los envíos (Camioneta)</p> | <p>Campaña “Cuidado con el ecosistema, No a la contaminación del dióxido de carbono”</p> | <p>Campaña a “Reutilizar cada uno de los desechos recreando objetos innovadores”</p> |
|--|--|--|--|--|

1. ¿De qué manera se pueden promover políticas empresariales, encaminadas a la construcción de un ecosistema de innovación?

Para poder realizar la construcción de un ecosistema innovador en Tulas Aldika tendría que promover políticas empresariales como las políticas generales que son las que alcanzan a toda la empresa y marca las líneas generales de la empresa. Donde generalmente deben ser conocidas por todos los empleados, administrativos y demás porque sirve de guía para cada uno. La política general siempre deberá estar acorde con la estrategia principal

fijada por la empresa donde servirá como una referencia para la elaboración de muchas más políticas empresariales, departamentales y específicas para una mayor gestión en la empresa.

2. ¿Según la implementación tecnológica a desarrollar en su empresa, esta se encuentra a favor o en contra de la sostenibilidad ecológica? ¿Por qué?

En Tulas Aldika tenemos como implementación tecnológica un página web exclusiva para los productos de nuestra marca que ayuda a una ecología sostenible ya que no se afecta el medio ambiente y genera un aumento en el alcance de nuestro negocio, mejora la imagen de nuestra marca, mejora nuestro servicio con el cliente ya que cuenta con chats con personas especializadas en servicio al cliente y demás...

3. ¿Es posible el progreso económico respetando los derechos ambientales que buscan la disminución de la producción y el consumo?

Crecimiento económico medioambiente from Juan Pérez Ventura

La principal consecuencia del crecimiento económico continuo es la generación de una producción masiva de bienes y servicios. Toda esa producción ha de ser consumida, por lo que el sistema ha desarrollado estrategias muy efectivas para atar a las personas al consumo, que desde hace unas décadas también es una actividad que se realiza continuamente.

Así, en el mundo actual nos encontramos con tres procesos que son continuos: el crecimiento, la producción y el consumo. Para que se mantengan, cada uno de estos procesos depende de los otros. Por ejemplo, sin producción no hay consumo, así como sin crecimiento no hay producción, o sin consumo no hay producción.

4. ¿Qué características de funcionalidad, diseño y presentación de su producto o servicio, contribuyen positivamente a la disminución del impacto ambiental?

Nosotros como empresa tenemos la misión de apoyar a el cuidado del medio ambiente por lo cual nosotros implementamos en la materia prima como las telas orgánicas son elementos basados en fibras y materias renovables, que además de tener un bajo impacto en el planeta, cuentan con los requisitos necesarios para garantizar su seguridad y duración. Protegen al usuario de distintos riesgos, y ofrecen ventajas sobre la optimización de los recursos naturales y el ahorro durante sus distintos procesos de producción. Estas telas, provenientes de materiales biológicos, cuentan con una emisión reducida de gases que las convierte en alternativas resistentes al fuego con acabados especiales para favorecer la transpiración natural.

Teniendo esto en cuenta nuestro objetivo es implementar el cuidado al medio ambiente y seguimos estudiando nuestras alternativas de implementación que ayuden con la misma.

5. ¿Qué actividades de carácter administrativo u operacional va a integrar en su empresa para fortalecer la conciencia ambiental?

- Los talleres de mejoramiento en procesos de sensibilidad ambiental, que consistirán en que más que un taller es la conciencia que tomara cada personal al saber que más allá de la naturaleza es nuestra vida porque si se sigue tentando contra la naturaleza en poco tiempo nosotros veremos las consecuencias de los actos que hoy en día tomemos o dejemos tomar a nuestros allegados.

- También las políticas de responsabilidad ambiental y social de la empresa que se construyen bajo principios de honestidad, responsabilidad, sabiduría, amor y claridad que son principios que debemos siempre tener presentes para no acabar con nuestra propia vida y pensar y nuestras próximas generaciones, entre otras actividades

## 4 Análisis del sector

### 4.1 Estrategia Océano Azul

Tabla N° 4.1

Descripción del océano azul, de acuerdo al análisis del sector

|                              | Producto: un diseño mas llamativo hacia al cliente                       | Calidad: elaborado con grandes telas para una mayor durabilidad y comodidad. | Servicio: el cliente es el principal socio | Precio: economico para el cliente                                | Clientes: llegar a las personas que no han sido tocadas por el producto     | Manejo de herramientas tecnológicas   |
|------------------------------|--|--|--|--|---|---|
| Tulas ALDIKA                 | 5  | 4  | 5  | 4  | 4   | 3   |
| Tulasi proyectos y urbanismo | 4  | 4  | 5  | 4  | 3   | 4   |
| Grupo santino                | 5  | 4  | 4  | 4  | 5   | 5   |
| Estrategias                  | Mantener: es un producto fácil, económico y llamativo que se busca tener | Aumentar: mejorar el servicio de calidad para un                             | Mantener: entre mas relación se tenga con  | Mantener: es un producto que se mantiene en total cambio por eso | Aumentar: los clientes son el pilar de la empresa por eso buscamos llegar a | Aumentar: en el mundo de hoy se maneja la tecnología en gran escala, por eso trabajaremos de la mano de |

### OCEANO AZUL



Producto: un diseño mas llamativo hacia al cliente

Calidad: elaborado con grandes telas para una mayor durabilidad y comodidad.

Servicio: el cliente es el principal socio

Precio: economico para el cliente

Clientes: llegar a las personas que no han sido tocadas por el producto

Manejo de herramientas tecnológicas

## 4.2 Análisis de Porter

Figura N° 4.2.1

Descripción de las fuerzas de porter



## 5 Marketing Mix

### 5.1 Estrategias del producto para clientes.

**Núcleo:** Nuestro producto va a estar elaborado con tela reciclada, representación de animales en vía de extensión elaborados con tela y material para la decoración del mismo, hilo nailo que le de resistencia y de esta manera pueda ser útil, realizado con presentaciones cómodas al consumidor, ofreciendo buenos servicios tanto personal de empresas, como para cada uno de los clientes.

**Calidad:** La calidad que tendrá nuestro producto va ser 100% natural gracias al material que será utilizado para a fabricación dándole un estilo innovador y que cada uno de los clientes lo pueda utilizar de acuerdo a la ocasión.

**Envase:** Nuestro empaque del producto va ser en tela reciclada ya que estamos concientizando el cuidado con nuestro medio ambiente. La distribución del producto la haremos en bolsa agradable con el medio ambiente y en cajas ya que es un material sencillo, grueso, duro, y resistente, que nos permite distribuir en los diferentes almacenes, entregando un producto de buena calidad.

**Diseño:** Nuestro diseño va a tener dos presentaciones en forma cuadrada como normalmente son las tulas que existen, y el diseño circular para hacer nuestro producto innovador y diferente, el cual la población pueden escoger cualquiera de las dos presentaciones, o se elaborara de acuerdo a como el cliente lo desee adquirir, pero en el mercado saldremos con los 2 diseños que se indicaron anteriormente.

**Servicio:** Brindaremos asesorías al momento de realizar la compra, promociones, para satisfacer al consumidor, respuestas rápidas en las diferentes páginas web.

### 5.1.1 Portafolio

**Misión:** Ser una organización líder en producción y comercialización de Tulas ya existentes recreadas con diseños de animales y elaborada a base de Tela reciclable con excelente calidad dentro de un mercado global, logrando crecimiento y rentabilidad con responsabilidad social.

**Visión:** Ser una de las mejores empresas reconocidas a nivel nacional e internacional en el 2025

**Servicios prestados:** Dar a conocer un producto que pueda satisfacer al consumidor, con material de excelente calidad, un producto ecológico muy amigable con el medio ambiente, con excelente asesoría y a un precio asequible para el consumidor.

**Objetivos:** Definir las estrategias del mercado para posicionamiento del producto para expandir en diferentes puntos de venta, abrir nuevas sucursales, que permitan ampliar el mercado.

- Promover el conocimiento de nuestros productos en los diferentes medios de comunicación con publicidad masiva.
- Buscar proveedores confiables y crear relaciones estables con ellos para garantizar la existencia, la calidad y el mejor precio de la materia prima necesaria para la producción.
- De acuerdo a como vayan creciendo las ventas, aumentar el número de empleados para satisfacer la demanda.

**Recursos que dispone:** Tulas Aldikas serán elaboradas en tela reciclada, de tal manera que le dé una contextura fuerte y sea muy útil para la población, una fábrica para la elaboración de las tulas acorde a lo que se va a desarrollar, contaremos con un personal idóneo y con la ayuda de cada uno de los objetivos de desarrollo sostenible necesarios para la elaboración de este proyecto.

**Tarifa de los servicios:** Preparar planes y presupuestos a un precio asequible para cada uno de los consumidores (\$25.000 a \$30.000) de acuerdo al diseño y la elaboración que el cliente desee.

## 5.2 Estrategia de precio

Tulas Aldikas estará ubicada en la ciudad de Bogotá, enfocada en satisfacer la necesidad de los clientes, elaborar un producto de buena calidad y a un menor precio que nuestra competencia, la estrategia del precio va enfocada en la competencia y se diferencia de su competidor directo con precios inferiores, la estrategia principal es incitar la demanda de la segmentación en los mercados actuales.

|  |                                 |
|--|---------------------------------|
| Costos de producción                                   | \$20.000.000                    |
| Costo unitario de materiales                           | \$350.000                       |
| Costo unitario de mano de obra                         | \$35.000                        |
| Costo unitario de CIF (Costo indirecto de Fabricación) |                                 |
| Unitario \$ 25.000                                     | <b>Costo Total \$20,410.000</b> |

Inicialmente estos precios serán fijos para la elaboración de nuestras Tulas, también estarán sujetos a cambios según lo requiera el mercado, por lo general cada año subirá la tarifa de los productos a n precio asequible para la sociedad.

### 5.3 Estrategia de distribución

Para nuestro proyecto Tulas Aldika utilizaremos la estrategia de venta directa ya que contaremos con la fábrica ubicada en la ciudad de Bogotá y también se puede contar con un local donde enseñaremos cada una de las variedades de Tulas que están diseñadas, o de acuerdo como lo desea adquirir el consumidor, contaremos también con nuestra Landing Page, donde cada cliente puede ingresar tener conocimiento del producto preguntar cada una de sus inquietudes el cual se le dará una respuesta de manera inmediata, utilizaremos nuestro medio telefónico en el cual se puedes comunicar (llamar) o escribir por medio del whatsapp, donde se le dará una respuesta cordial y precisa, lo que buscamos con esto es poder manejar nosotros mismos nuestras propias redes sociales para nuestro producto, el producto se entregara por un medio de envío como inter rapidísimo o si el cliente va directamente a la fábrica se realiza la entrega inmediata.

### 3.1 Estrategia de Comunicación

Se utilizara marketing directo, promoción de ventas, y publicidad en cada una de nuestras redes sociales, de tal manera que muchas personas puedan conocer nuestro proyecto innovador y de esta manera también atraer muchos clientes ya que somos una empresa nueva en el mercado, se incentivarán con las promociones que se realicen durante los meses especiales o de acuerdo a la cantidad de Tulas que desee adquirir, se le dará a conocer a cada uno de nuestros clientes nuestro portafolio de servicio, y a aquellos clientes nuevos se les indicara la importancia de este proyecto.

## 6 Desarrollo De Marca

Tabla N° 6.1

| <b>MATRIZ DE DESARROLLO DE MARCA</b>                     |  |   |
|--|--|---|
| <b>NOMBRE<br/>DE LA IDEA:</b>                            | TULAS ALDIKA                                   |   |
| <b>PASOS</b>   | <b>OBJETIVOS</b>                               | <b>RESULTADO</b>  |
| <b>PRIMER<br/>PASO:<br/>Diagnostico del<br/>Mercado.</b> | A. Identificación del sector.                  | Confeción, Ecología y Diseño.   |
|  | B. Identificar marcas en competencia.          | Adidas, Fila, Dekolife, etc...  |
|  | C. Soluciones principales y alternativas.      | Impacto Ambiental y Soluciones cotidianas.  |
|  | D. Tendencias del mercado.                     | Tulas Ecológicas, Tulas Diseñadas, Tulas con mucho estilo de moda.  |
|  | E. Arquetipo de la marca.                      | Creador.  |
| <b>SEGUNDO<br/>PASO:<br/>Realidad</b>                    | A. Percepción de las marcas de la competencia. | Son marcas con demasiado impacto en el mercado, dando un impulso a crear nuevos diseños y con altas expectativas. |

|   |  |   |
|---|--|---|
| <p><b>Psicológica de la Marca.</b></p>                    | <p>B. Identificar Variables del neuromarketing.</p>  | <p>Colores, Diseños, Innovación.</p>  |
| <p><b>TERCER PASO: Posicionamiento.</b></p>               | <p>A. identificar top of mind.</p>   | <p>El posicionamiento de la marca Adidas es la más alta ya que tiene extenso mercado y tiene gran posicionamiento, Fila es otra marca que ha generado gran impacto por lo que está en un segundo lugar de mis principales competencias y Dekolife tiene impacto por sus precios y de más.</p> |
|   | <p>B. Identificar top of heart.</p>  | <p>Adidas es el que está en el corazón de la mayor parte del mercado, dándose un posicionamiento firme en la economía.</p>  |
| <p><b>CUARTO PASO: Realidad Material de la Marca.</b></p> | <p>A. Traducir nuestra propuesta de valor en la marca.</p>   | <p>Diseño, Ecología, Gusto de los clientes, Innovación, Posicionamiento.</p>  |
|   | <p>B. Definir Arquetipo de la Marca</p>  |   |
| <p><b>QUINTO PASO: Estrategia de Comunicación.</b></p>    | <p>Desarrollar acciones continuas para introducción de la marca en el mercado, que estén ligadas a la mediación tecnológica y de redes sociales.</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Durabilidad</li> <li>• Estilo</li> <li>• Textura</li> <li>• Ecología</li> </ul>  |

## **7 Estrategia de Marketing Digital**

Nuestra Landing Page <https://dianabarbosaj5.wixsite.com/website>, cuenta con un diseño sobrio con un toque natural para brindar mejor accesibilidad de nuestros clientes en interacción con la página, captura los datos de nuestros clientes para alimentar nuestra base de datos.

En este documento correspondiente al plan de negocios, ponemos las capturas de pantalla del diseño construido para página web y dispositivo móvil de nuestra "Landing Page".





Este página web se diseñó con la plataforma **WIX**.com. Click la página web [Contacto de](#)

## Contáctenos

Nombre  Apellido

Celular

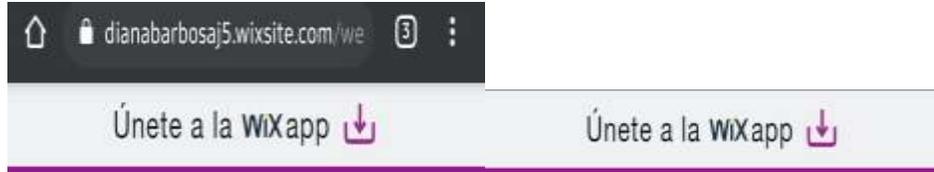
Enviar la información

**Enviar**





Móvil



tulasaldika@gmail.com 3000123455 

## ECO AMIGABLES

Compromiso con la calidad

*Bienvenidas a TULAS ALDIKA es una idea de negocio creada por Diana Barbosa, Ingrid Aguilar y Ever Escobar, queremos ser una empresa innovadora creativa y original, buscamos crear y fabricar tulas originales a gusto de nuestros clientes.*

*Encontramos la oportunidad de crear un producto innovador y de tal forma generar conciencia en la sociedad para que respetemos y cuidemos nuestra fauna, se busca crear un producto que genere conciencia del daño que le estamos causando a nuestro ambiente.*



## ECO AMIGABLES

Compromiso con la calidad

*Bienvenidas a TULAS ALDIKA es una idea de negocio creada por Diana Barbosa, Ingrid Aguilar y Ever Escobar, queremos ser una empresa innovadora creativa y original.*



Únete a la Wixapp 

Únete a la Wixapp 



Tula Foca

\$30.000,00



Tula Simio

Proximo Lanzamiento



Tula Rinoceronte

Nuevo producto



Únete a la Wixapp 

---

## Contáctenos

Nombre

---

Email

---

Asunto

---

Escribe tu mensaje aquí...

---

Enviar







¡Vamos a chatear!  
Pregúntanos lo que desees.

⚡ Te responderemos tan pronto como podamos

---

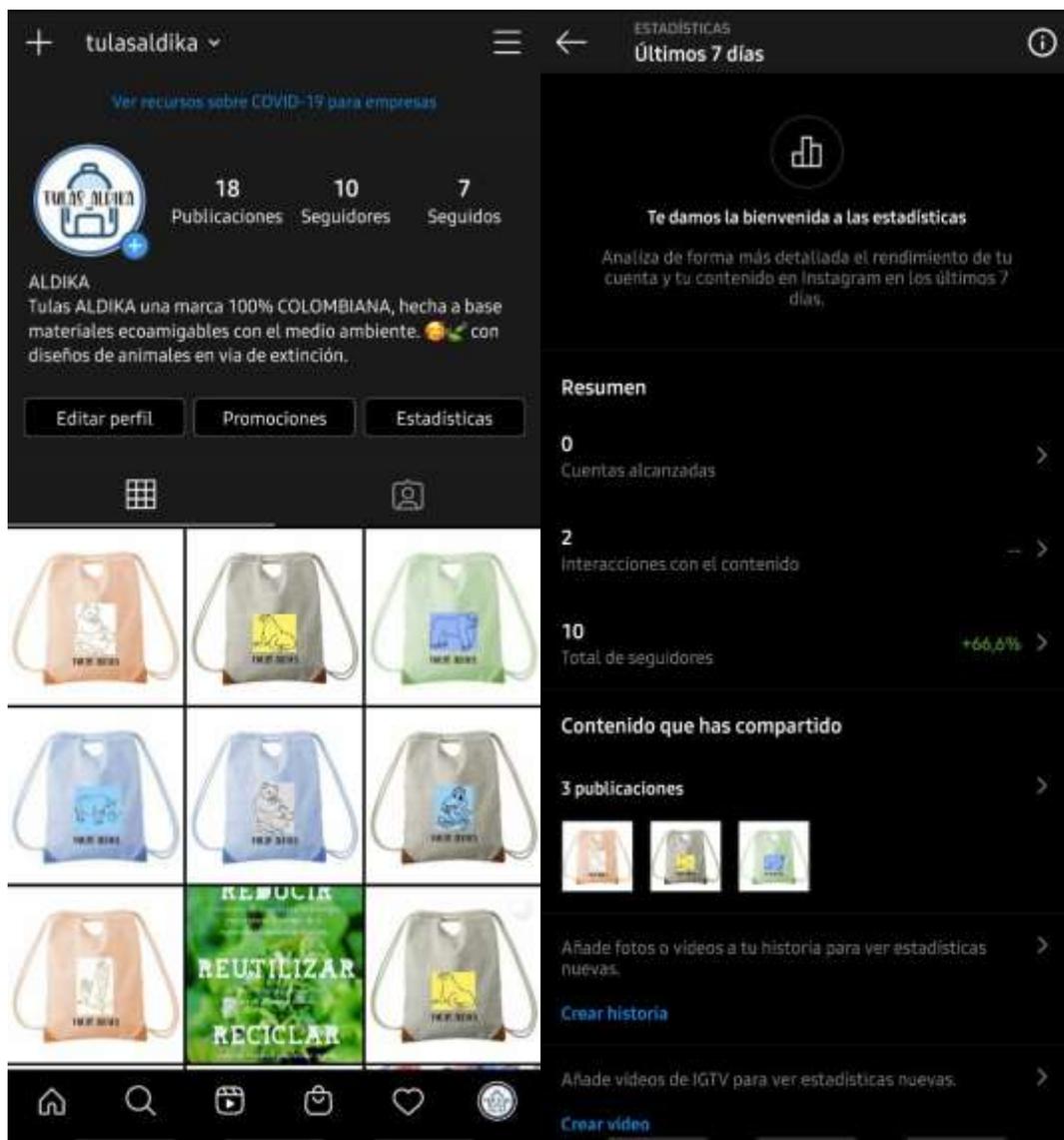
Creado por 

Escribe tu mensaje... 

## 8 Estrategias De Marketing Digital

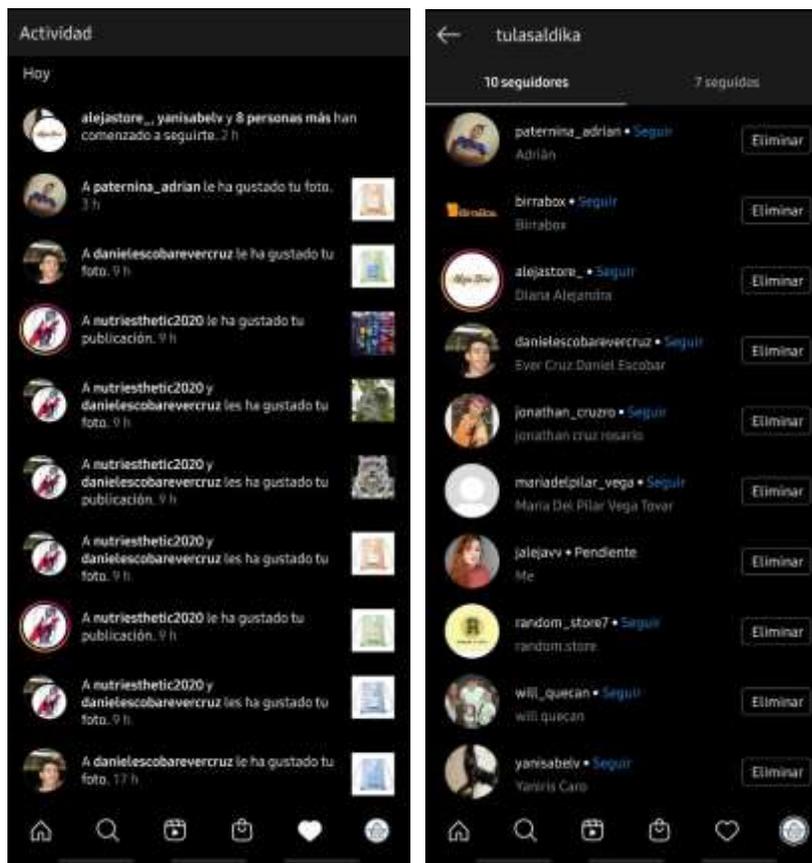
Asociar cuenta de Instagram a Instagram empresarial.

Mostrar estadísticas de la página



## 9 Métricas Clave

**Opción 2**-mostrar los pantallazos de los **datos obtenidos** en la publicación de su producto (me gusta, seguidores, contactos) y presentar el cálculo del **CAV (customer acquisition cost)** y el **LTV (life time Valué)** con un **análisis comparativo** de los resultados.



En proyección.

CAC: factor relevante dentro de la captación en la inversión.

Es de 90.000 pesos.

LTV: valor de un cliente durante la vida es de 135.000 pesos.

### **Estudio Tecnico I**

Dejando como análisis, favorable la opción se invirtieron 90.000 y se ganan 45.000 pesos, al momento de la publicidad y la venta del producto al cliente.

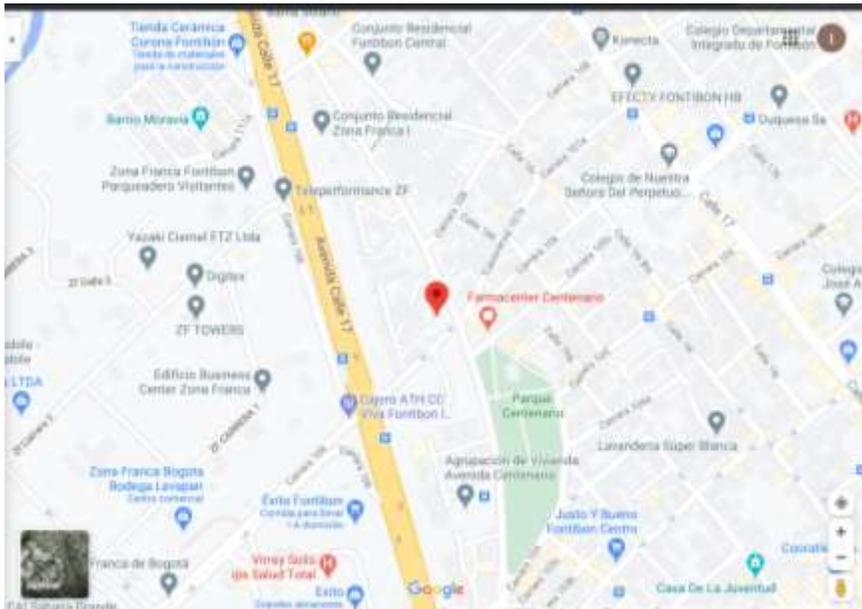
#### Ubicación

Ubicación o localización del proyecto (empresa), teniendo en cuenta los conceptos de macrolocalización y microlocalización.

En el proyecto Tulas ALDIKA busca estar más cerca de sus clientes por eso estará ubicado en el barrio chico de Bogotá, donde se cuenta con internet, energía eléctrica, telefonía, es uno de los barrios más emblemáticos de la capital del país, es un lugar donde podemos dar a conocer nuestro producto y tener mayor cercanía con nuestros clientes y con las materias prima que se necesitan para la fabricación de tulas.

## 9.1 Localización Del Proyecto

[https://www.google.com/maps/place/Cra.+106+%2316-89,+Bogot%C3%A1/@4.6793448,-](https://www.google.com/maps/place/Cra.+106+%2316-89,+Bogot%C3%A1/@4.6793448,-74.1540499,17.25z/data=!4m5!3m4!1s0x8e3f9cf3ea0ce0e1:0x7344a88b9e939cc5!8m2!3d4.6751159!4d-74.1520637?hl=es-ES)



[74.1540499,17.25z/data=!4m5!3m4!1s0x8e3f9cf3ea0ce0e1:0x7344a88b9e939cc5!8m2!3d4.6](https://www.google.com/maps/place/Cra.+106+%2316-89,+Bogot%C3%A1/@4.6793448,-74.1540499,17.25z/data=!4m5!3m4!1s0x8e3f9cf3ea0ce0e1:0x7344a88b9e939cc5!8m2!3d4.6751159!4d-74.1520637?hl=es-ES)

[751159!4d-74.1520637?hl=es-ES](https://www.google.com/maps/place/Cra.+106+%2316-89,+Bogot%C3%A1/@4.6793448,-74.1540499,17.25z/data=!4m5!3m4!1s0x8e3f9cf3ea0ce0e1:0x7344a88b9e939cc5!8m2!3d4.6751159!4d-74.1520637?hl=es-ES)

Figura N°9.1.1

**ESTIMACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO**

**Requerimientos Técnicos**

| Tipo de Activo                       | Descripción   | Cantidad | Valor Unitario* | Requisitos técnicos**  |
|--------------------------------------|---|----------|-----------------|--|
| Infraestructura – Adecuaciones       | local   |          |                 | superficie 40m2, altura de 6m, con iluminación, agua, escarparates,  |
|                                      | Adecuación de áreas de operación (cuarto de maquina, producción, empaque, bodega, inventario.. Etc) |          |                 | cada area contara con espacio y maquinaria para el trabajo y conseguir una eficiencia a la hora de producir.             |
| Maquinaria y Equipo                  | maquinas de coser   | 80       | 890.000         | 160 puntadas incorporadas, 8 estilos de ojales, 7 puntos de arrastre, potencia de 600, grarantia de 6 meses.             |
|                                      | tijeras   | 80       | 47.700          | tijeras hultra afiladas hechas de acero, peso 7.23 onzas, y una dimension, 9 x 3.4 x 0.86 pulgadas.                      |
|                                      | reglas  | 80       | 87.300          | medicion centimetro pulgadas, peso 640 g   |
| Equipo de comunicación y computación | Computador de mesa  | 3        | 2.999.000       | procesador inter core i7, sistema operativo windows 10, memoria ram 8gb, disco duro, teclado y mouse alambrico.          |
|                                      | Impresora   | 2        | 959.000         | impreson, escaneo, envio de fax, impresión a color, bluetooth, usb 2.0 de alta velocidad, wifi.                          |
|                                      | Telefono de mesa  | 3        | 50.000          | alambrico, control de volumen electronico, remarcacion de ultimo numero, botones grandes.                                |
| Muebles y Enseres y otros            | Escritorio  | 5        |                 | excelente calidad, madera de pino aglomerado, garantia de 5 años, 120 ancho, 50 fondo, alto 76                           |
|                                      | silla tipo escritorio   | 5        | 800.000         | ancho de 57.7cm, largo de 47cm, alto de 99cm, material polipropileno, silla de escritorio.                               |
|                                      | Archivador  | 4        | 310.000         | fabricado en lamina cold rolled, altura 70cm, frente 37cm, capacidad de 35kg por gaveta, garantia 12 meses.              |
| Otros (incluido herramientas)        |   |          |                 |  |
|                                      |   |          |                 |  |
|                                      |   |          |                 |  |
| Gastos pre- operativos               | Costitución   |          |                 |  |
|                                      | Apertura  |          |                 | forma juridica, certification negativa, capital social, solicitar NIF, creacion de la sociedad, registro mercantil, etc. |
|                                      | Registro  |          |                 | registro unico tributario DIAN, RUES, CAE, copia del documento de identidad.   |

9.2 Plano



Método de Escalación

PLANTA DE PRODUCCIÓN

| ASPECTOS             | VALORE  |
|----------------------|---------|
| / VARIABLES          | S       |
| Capacidad            |         |
| total de los equipos |         |
| (Horas, tonelada,    |         |
| unidades x año)      | 80      |
| Capacidad            |         |
| anual                | 128.000 |
| Capacidad            |         |
| mensual              |         |
| Nº de días de        |         |
| operación (25 días)  | 16.000  |
| Horas de             |         |
| producción           | 640,0   |

Capacidad  
total de los equipos  
(Horas, tonelada,  
unidades x año)

---

---

Capacidad  
anual

---

---

ESTABLECIMIENTO  
COMERCIAL

Capacidad  
mensual

---

---

Nº de días de  
operación (mensual)

---

---

Horas de  
producción

---

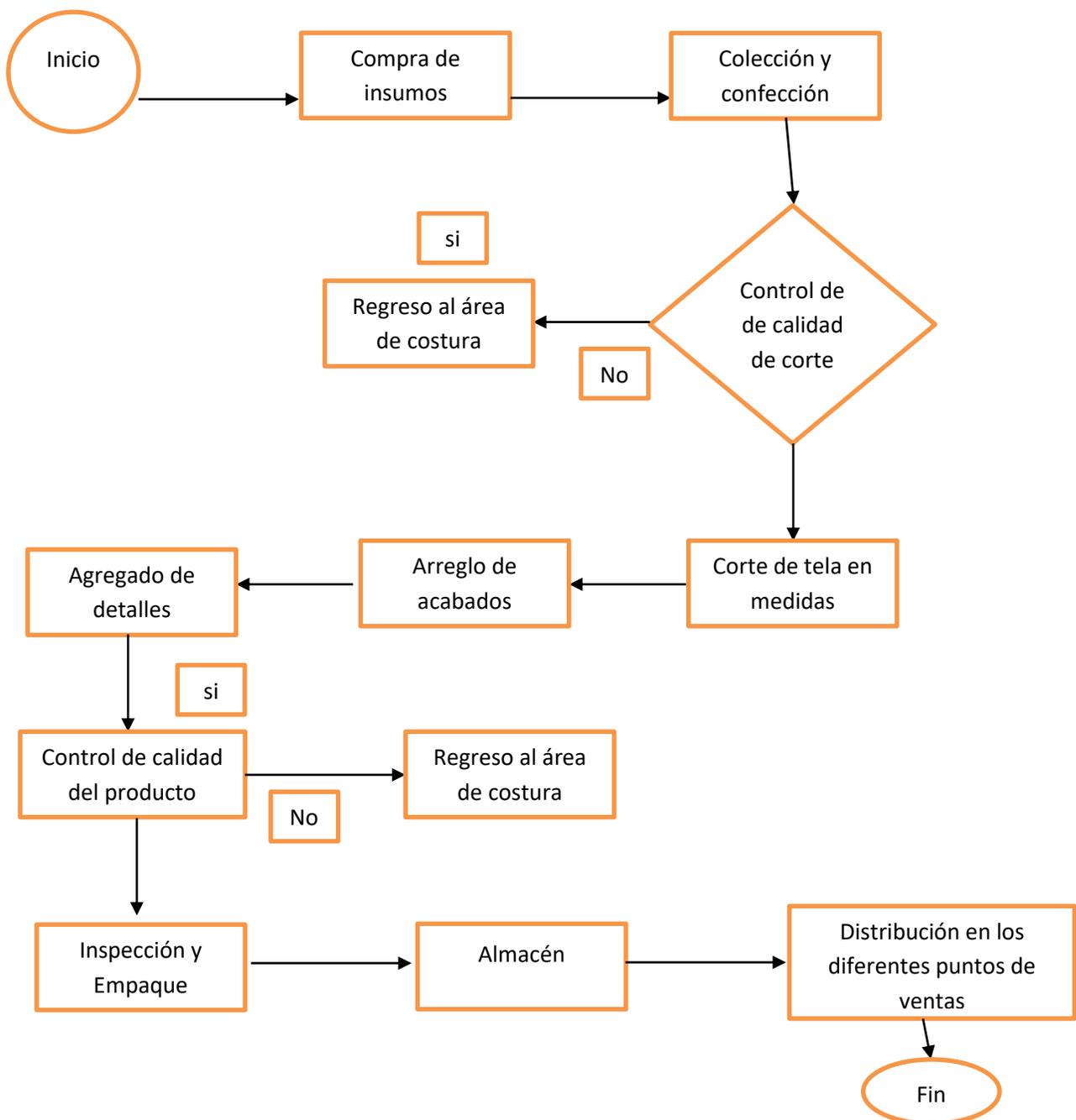
---

## 11 Estudio Técnico II

Ingeniería del Proyecto

Flujograma

A continuación daremos a conocer el proceso a tomar para la producción del producto Tulas ALDIKA para esto realizaremos el siguiente flujograma.



| Bien / servicio                      |                                  |                                       |  |                                     |
|--------------------------------------|----------------------------------|---------------------------------------|--|-------------------------------------|
| Unidades a producir                  |                                  |                                       |  |                                     |
| Actividad del proceso                | Tiempo estimación de realización | Cargos que participan en la actividad | número de personas que intervienen por cargo | Equipos y maquinas que se utilizan. |
| Corte de las telas                   | 10 minutos                       | operario                              | 2  | 3764                                |
| Costura                              | 25 minutos                       | operario                              | 1  | 1523                                |
| Estampado y personalización de tulas | 30 minutos                       | operario                              | 2  | 1280                                |
| Control de calidad                   | 8 minutos                        | supervisor                            | 1  |                                     |
| Empaque                              | 5 minutos                        | operario                              | 2  |                                     |
|                                      |                                  |                                       |  |                                     |
| total                                | 78 minutos                       |                                       | 8  |                                     |

Para la realización del producto tulas aldika se necesitaron de materias primas e insumos:

2 rollos de tela de 200 metros por valor de 4.000.000 pesos

1 caja de tijera para cortar tela por valor de 600.000 pesos

3 paquetes de adornos por un valor de 800.000 pesos

## 12 Estudio Tecnico III

### 12.1 Ficha Técnica

|  |                      |            |            |
|--|----------------------|------------|------------|
|    | <b>FICHA TECNICA</b> |            |            |
|  | TULAS ALDIKA         |            |            |
|  | CODIGO: FOR-FT-01    | VERSIÓN-01 | 11/11/2020 |
| <b>FICHA TECNICA DEL PRODUCTO</b>  |                      |            |            |
| A. NOMBRE DEL PRODUCTO ( Defina el nombre tecnico del producto)                      |                      |            |            |
| TULAS  |                      |            |            |
|  |                      |            |            |

|  |
|--|
| <b>B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE</b>  |
| <p>1/2 METRO DE TELA ECOAMIGABLE</p> <p>1/2 METRO DE TELA IMPERMEABLE O ANTIFLUIDO</p> <p>1 METRO DE CORDÓN PARA LAS COLGADERAS</p> <p>1 UNIDAD DE BROCHE O CREMALLERA</p> |
| <b>C. PRESENTACIONES COMERCIALES</b>   |
| <p>PRESENTADO EN UNIDADES INDIVIDUALES (DETAL)</p> <p>PRESENTADO EN CAJAS X12 (AL POR MAYOR)</p>   |
| <b>D. TIPO DE ENVASE</b>   |
| <p>BOLSA ECOLÓGICA REUTILIZABLES DE TELA DE MEDIDAS 45 X 40X 12 CON MANUA DE DIFERENTES COLORES (AL DETAL Y AL POR MAYOR)</p>  |
| <b>E. MATERIAL DE ENVASE</b>   |
| <p>TELA REUTILIZABLE CON DIFERENTES COLORES Y DE MEDIDAS 45 X 40X 12 CON MANUA</p>   |



|   |
|---|
| <b>F. CONDICIONES DE CONSERVACION</b>   |
| <p>CONSERVAR O MANTENER EN UN LUGAR FRESCO Y SECO</p> <p>EVITAR LAVAR EN LAVADORA YA QUE SE PUEDE DAÑAR AL ESTIRAR BRUSCAMENTE</p> <p>EVITAR DEJAR DIRECTAMENTE AL SOL (PUEDE DECOLORARSE A ALTAS TEMPERATURAS)</p> <p>EVITAR LAVAR CON DECOLORANTES O CLOROX (PUEDE SUFRIR DAÑOS EN EL COLOR O EN LA DURABILIDAD DEL PRODUCTO)</p> |
| <b>G. TIPO DE TRATAMIENTO (PROCESO DE ELABORACION)</b>  |
| <p>VER EL FLUJOGRAMA.</p>   |

|  |
|--|
| <b>H. VIDA UTIL ESTIMADA</b>   |
| <p>2 AÑOS, DEPENDIENDO DEL USO Y EL CUIDADO QUE LE PROPORCIONE CADA PERSONA.</p> |
| <b>I. PORCION RECOMENDADA</b>  |
| <p>NO APLICA</p>   |
| <b>J. PERFIL DE QUIEN INTERVIENE EN EL PROCESO</b>                               |

| REQUISITOS DE CONTRATACIÓN                   |                             |                  |                  |              |                        |                        |  |
|--|-----------------------------|------------------|------------------|--------------|------------------------|------------------------|--|
| NOMBRE DEL CARGO - ACTIVIDAD DE CONTRATACION | FUNCIONES PRINCIPALES       | TIPO DE CONTRATO | HORAS DE TRABAJO | SALARIO      | # PERSONAS EN EL CARGO | PERFIL REQUERIDO       | EXPERIENCIA  |
| OPERARIO                                     | CORTE DE LAS TELAS          | INDEFINIDO       | 8 HORAS          | \$ 980.657   | 2                      | BACHILLER              | Participar directamente en el proceso de producción, manejar las maquinarias y herramientas específicas y necesarias para lograr la transformación de producto, interpretar planos, gráficos de diseño y entender los planes de producción, seguir paso a paso las especificaciones de producción, verificar que el proceso de calidad en la producción sea el adecuado. |
| OPERARIO                                     | COSTURA                     | INDEFINIDO       | 8 HORAS          | \$ 980.657   | 1                      | BACHILLER              |  |
| OPERARIO                                     | ESTAMPADO Y PERSONALIZACION | INDEFINIDO       | 10 HORAS         | \$ 980.657   | 2                      | PROFESIONAL            |  |
| OPERARIO                                     | EMPAQUE                     | INDEFINIDO       | 8 HORAS          | \$ 980.657   | 2                      | BACHILLER              |  |
| SUPERVISOR                                   | CONTROL DE CALIDAD          | INDEFINIDO       | 8 HORAS          | \$ 980.657   | 1                      | PROFESIONAL            | Encargado de supervisar que se cumpla con los objetivos de producción, asegurar que los procesos sean los adecuados y verificar que den como resultado producción de calidad en la cantidad y tiempo requerido por la compañía.  |
| DISTRIBUIDOR                                 | DISTRIBUIDOR                | INDEFINIDO       | 8 HORAS          | \$ 1.000.000 | 2                      | BACHILLER CON LICENCIA | Los distribuidores de pedidos trabajan en almacenes o tiendas. Recogen los materiales que figuran en el formulario de pedido de un cliente y los envían al departamento correspondiente para ser empaquetado y desempaquetado.   |

**K. GRUPO POBLACIONAL**

PARA TODO TIPO DE POBLACIÓN (JÓVENES, NIÑOS Y ADULTOS) QUE PERTENEZCAN A CUALQUIER ESTRATO SOCIOECONOMICO.

**Firma del responsable del producto:**

REPRESENTANTE LEGAL

**Nombre del Responsable del producto**

DIANA BARBOSA JIMENEZ

**Firma:**

DIANA BARBOSA JIMENEZ

## 13 Lanzamiento de producto Mínimo Viable

### 13.1 Story Board

[semana-13-animated-gif.gif](#)

### 13.2 Pitch

<https://youtu.be/R30CphcD1-0>

## **Bibliografía**

De Donde Se Basó Nuestra Idea Innovadora:

- <https://co.totto.com/>
- <https://es.wikipedia.org/wiki/Totto>
- <https://uniformelafayette.com/telas-amigables-con-el-medio-ambiente/>
- <https://www.nastasianash.com/guia-de-fibras-telas-sostenibles/>

Antecedentes De La Idea De Negocio:

- <https://brandsolutions.com.co/nosotros/>
- <http://bolsatex.com/nosotros/>

Tesis:

- <http://eprints.uanl.mx/2745/1/1080224398.pdf>
- [https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/7825/43365\\_lopez\\_perez\\_ricardo.pdf?sequence=1](https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/7825/43365_lopez_perez_ricardo.pdf?sequence=1)

Anexos

