

CREACIÓN DE EMPRESAS II

Wilmer Stiben Roa Pardo

Lina Fernanda Herrera Arias

Nidia Roció Villanueva

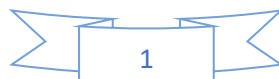
CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR (CUN)

CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CONTADURÍA PÚBLICA

BOGOTÁ

2020



Contenido

FASHIONS TIME	4
Compromiso del autor	5
INTRODUCCIÓN	7
Objetivo	8
Objetivo general	8
Objetivos específicos	8
1. Descripción de la idea de negocio	9
Modelo de negocio	10
2.1 Estructura de la idea de negocio	12
Innovación Sostenible	14
4. Desarrolle la estrategia con su explicación de (incrementar, reducir, eliminar o mantener)	17
4.2 Análisis de Porter	23
Poder de negociación con los proveedores:	23
Amenaza de productos sustitutos:	23
Amenaza de productos entrantes	24
Rivalidad entre los competidores:	24
Resumen	24
Marketing mix	25
Estrategia de precio	27
Estrategia de distribución	30

Matriz de desarrollo de marca	36
Métricas claves	38
Semana 10	40
Ficha técnica del servicio	43
Todo para el día	51
Cuadro de servicios	51
Software	53
Conclusiones	54
Bibliografía	55

FASHIONS TIME

LOGO:



FASHIONS TIME, UNA

NUEVA FORMA DE

VESTIR Y VIVIR

FRASE: Fashions time una nueva forma de vestir y vivir.

Compromiso del autor

DEBE CONTENER

Yo (Nombre) identificado con C.C (Número) estudiante del programa (Nombre) declaro que: **Wilmer Stiben Ros Pardo**

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. **wilmer roa**



Yo (Nombre) identificado con C.C (Número) estudiante del programa (Nombre) declaro que: **Lina Fernanda Herrera Arias**

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. **Lina Herrera**



Yo (Nombre) identificado con C.C (Número) estudiante del programa (Nombre) declaro que: **NIDIA ROCIO VILLANUEVA SANTANA**

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. **Rocio Villanueva**



INTRODUCCIÓN

El siguiente trabajo consiste en el diseño de un software para vender productos de ropa a través de una plataforma en la cual los usuarios puedan saber su talla con tan solo verse reflejados en un espejo, se basa en la necesidad de las tiendas y en los clientes ya que por cuestiones de la pandemia y reglamentaciones del gobierno es complicado ir a medirse una prenda de vestir, por otra parte el cuidado también de las prendas de vestir ya que si cada una de las personas que pasa a medírsele puede ensuciarlo poco a poco viéndose después el producto como una prenda usada o deteriorada, lo que se quiere lograr es la implementación de esta nueva metodología para el cuidado personal e higiene de cada una de las personas involucradas y así volvernos un producto innovador y útil en Colombia.

Formando como base esto, tendremos en cuenta el medio ambiente para cuidarlo y no dañarlo dándole la posibilidad al cliente de comprar por medio del software sin necesidad de presentarse en el lugar de venta, la plataforma permitirá realizar consultas a cualquier usuario pero solo la persona registrada podrá cerrar el proceso de compra adaptando a lo que requiere el cliente de una forma sencilla y a un precio razonable sin importar la clase social a la que pertenezca, dándole una mejor visión a la industria colombiana para que aumenten sus ventas mensualmente.

Objetivo

El diseño del producto es inicialmente una respuesta a problemas o necesidades de los usuarios, sin importar su género y a su vez ofrecer un producto innovador, ofrece calidad y excelente servicio con valor agregado que lo diferencia en el mercado, obtener fidelización del cliente demostrando un enfoque con sentido social.

Objetivo general

- ❖ Aplicar medidas de seguridad e higiene.
- ❖ Analizar las demandas y necesidades de las personas.
- ❖ Proponer soluciones para el cuidado y preservación de las prendas.
- ❖ Proporcionar un producto y servicio de calidad.

Objetivos específicos

- ✓ Establecer estrategias de mercado que permita el desarrollo y crecimiento del producto
- ✓ Analizar necesidades y preferencia de los clientes que obtén por utilizar el producto
- ✓ Por medio del software ofrecer un servicio personalizado
- ✓ Minimizar tiempo en el momento de comprar prendas.

1. Descripción de la idea de negocio

¿Cuál es el producto o servicio?	Producto innovador y factible para las tiendas de ropa, porque es un software que permite llegar a un número mayor de clientes a través de un nuevo sistema de compraventa de productos textiles sin tener que ir a un almacén.
¿Quién es el cliente potencial?	Personas que deseen innovar dándole un estilo diferente a su negocio evitando que ensucien la ropa al medírsela.
¿Cuál es la necesidad?	Satisfacer la necesidad de que los clientes no tengan que ir a una tienda de ropa sin saber qué elegir de una forma más sencilla, teniendo que pasar por varias prendas de vestir hasta elegir la adecuada, ya que el 80% de los casos encuentran el producto deseado en las tiendas online, también se puede decir que un 79% de los clientes adquieren el producto por las tiendas online y aumenta la confianza de las empresas con descuentos hasta del 74% mas las ventas por las ventajas económicas.
¿Como?	A través de un software que se utiliza por medio de una pantalla y espejos revolucionarios fáciles de usar.

<p>¿Por qué lo preferirán?</p>	<p>Por una nueva forma de realizar las compras sin necesidad de medirse la ropa colocándose la presencialmente, si no por medio del software saber la talla y estilos tomando así una decisión rápida y satisfactoria.</p>
---------------------------------------	--

Modelo de negocio

Es un software para ser utilizado por medio de una pantalla como espejo, en el cual el usuario se puede reflejar y obtener ropa a su medida, sin necesidad de probarla. Este producto aplica a tiendas nacionales, con el objetivo de ayudar a potenciar su marca, mejorar su estructura, incrementar sus ventas, facilitar la compra del cliente minimizando el tiempo, para que pueda disfrutar con su grupo familiar o amigos.

Con el tiempo esperamos poderlo implementar en los hogares con ayuda del inventario del closet de cada usuario.

Descripción: Esta tecnología se adaptará a todo tipo de tiendas, tanto de ropa como de accesorios, su mayor valor agregado, es mantener un inventario organizado, prendas con higiene y en buen estado, ya que en temporadas de compra masiva se ha visto que se genera demasiado desorden y las prendas sufren deterioros con la prueba de cada cliente, otro beneficio que tiene este espejo es darle independencia al cliente, que pueda decir con tranquilidad y tomar una decisión propia sin que el vendedor lo sature intentándolo vender la prenda por lo que genera realmente es ahuyentar al cliente.



Para el almacén será de gran ayuda, este proyecto de innovación será una inversión que tendrá que hacer, pero sus beneficios son mayores, como:

- Evita que se extravíen las prendas
- Mejor control de inventario
- Organización y orden del negocio
- Reducción de personal.
- fidelización del cliente

Su marca se potenciará y sus ventas subirán en un buen porcentaje por estar conectada a la tecnología demostrando lo que realmente piensa en el cliente.

2.1 Estructura de la idea de negocio

SEGMENTO

Nuestros clientes son personas que tengan tiendas de vestir y usuarios interesados en adquirir el software para acceder a las tiendas de venta.

PROPUESTA DE VALOR

Está diseñado para satisfacer la necesidad de las tiendas y clientes a la hora de vender y adquirir una prenda de vestir.

ARQUITECTURA DEL SERVICIO

Los recursos es una buena tecnología ya que solo con un espejo lo podemos desarrollar

COSTO Y PRECIO

Los costos para la propuesta de valor oscilan entre los 100.000 y 150.000 ya que nosotros tenemos que pagar aun ingeniero de sistemas para su elaboración y así llegar a las tiendas

MECANISMO DE ENTREGA

Se llevaría a domicilio a los sitios donde se pondrían las pantallas para su programación ya que tenemos que ver su instalación.

GANANCIAS ESPERADAS

Los ingresos se generaran gracias con las ventas en nuestros puestos y se financia con un préstamo a corto plazo.

RECURSOS

Lo podemos costar con nuestro dinero y un préstamo a corto plazo con una identidad financiera y con voluntad que se nos va a dar las ganancias.

FIDELIDAD

Esto sería en nuestras sucursales y también en nuestra página virtual la cual es creada para dicho propósito.

CADENA

Podemos encontrar alianzas en las pequeñas y medianas empresas ya que podrían luchar con las empresas de venta de ropa grandes, y así ellas encontrar alianzas entre ellas mismas.

2.2 Escoja un modelo de negocio de ventas por Internet y responda estas preguntas:

FLASH SALES

2.2.1 Como captara sus clientes según el modelo de ventas por internet escogido?

Por qué ofrece descuento, promoción o incentivos de compra ofrecida por un corto periodo de tiempo.

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


Aplicarán descuentos en nuestro software para que presenten sus líneas de ropa con descuentos favorables ya que con la economía cambiante es necesario.

2.2.3 Cómo cerrará la venta por Internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?

Se creará un compromiso firmado por ambas partes, el método de pago será PSE ya que es una alternativa confiable, el pago se genera directo a nuestra cuenta y ellos tendrán un documento de cotización previo que garantiza su adquisición y especificaciones del producto.

En el documento referente al plan de negocios, y de acuerdo con su producto (bien o servicio) responda cada una de las preguntas que se encuentran en la imagen. Tenga en cuenta que debe ser muy claro y descriptivo en cada una de ellas, haciendo énfasis sobre la importancia de la innovación sostenible articulada con su idea de negocio.

Innovación Sostenible

	AGUA	ENERGIA	MATERIAS PRIMAS	EMISIONES	RESIDUOS
<p>Producto o servicio</p> <p>¿El producto tiene un ecodiseño?</p>	<p>En este vamos a cuidar este medio necesario para la vida con el uso de mínimo en nuestras instalaciones.</p>	<p>Vamos a reducir el sistema de electricidad, con unas computadoras de bajo consumo.</p>	<p>Vamos a utilizar más que todos productos reciclables para cuidar el medio ambiente todo bajo la ley.</p>	<p>No hasta al momento no lo hemos hecho pero nuestra idea es tener los niveles más bajos.</p>	<p>Queremos tener los cables reciclados para no tener que utilizar nuevos en nuestro proceso.</p>
<p>Marketing</p> <p>¿Realiza algún tipo de campaña que favorezca al medio ambiente?</p>		<p>Nuestra idea es comprar unas motos eléctricas para movilizarnos en los lugares correspondientes.</p>	<p>El marketing lo vamos a intentar hacer más que todo virtual para que no hacer daño al</p>		

			medio ambiente.		
--	--	--	-----------------	--	--

Segmentación de mercado

Tipos de presentación: Este producto lo vamos a poder encontrar desde una parada de autobús hasta en un centro comercial ya que cada cliente lo podrá instalar en el lugar que le parezca más apropiado.

Rango de edad: Personas mayores de edad que estén en la capacidad de utilizar este producto sin ningún problema, suscribiéndose a cada tienda.

Sexo: Unisex determinado que los artículos que se van a ver en la plataforma serán de nuestros clientes y ellos pondrán sus restricciones.

Procedencia gráfica: A nivel urbano con capacidad de cobertura de internet para que pueda comprar y llevar un registro de las compras.

Estadísticas: La investigación realizada nos muestra que los clientes interesados fueron un 20 de 30 entrevistados para un total de un 66,66% los cuales les gustaría probar el nuevo modelo de software para la facilidad de compra y ahorro de tiempo, dinero.

1. Análisis Del Sector

4.1 Estrategia Océano Azul

1. Identifique quien es su competencia:

Las tiendas de ropa Online, centros comerciales, mercado libre, el gran san, san Victorino, plaza España, san Andresito de la 38, Totto.com, chevignon.com y cada gran empresa de venta de ropa ya que ellos tienen los medios para luchar contra nuestro producto.

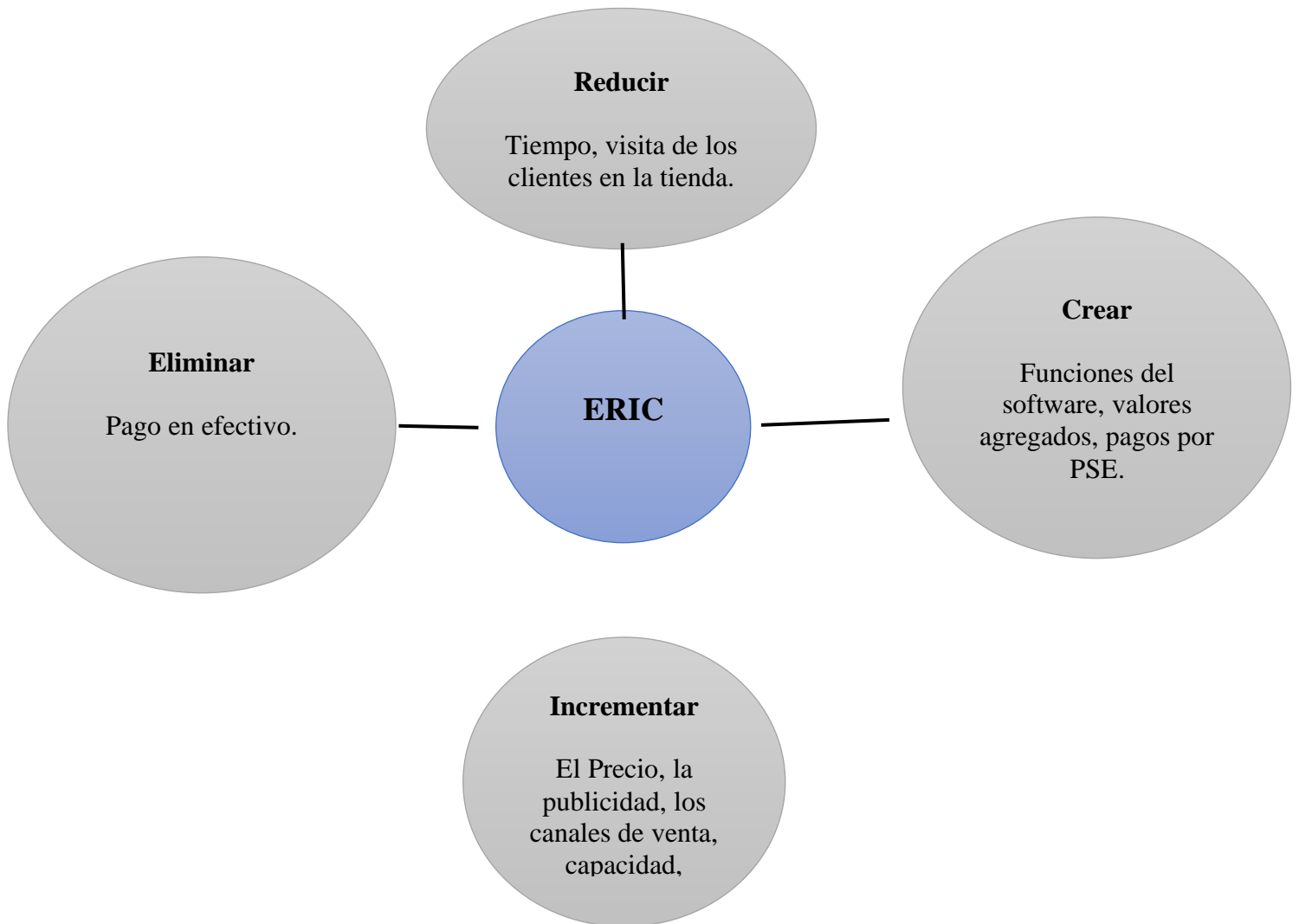
2. Defina las variables importantes para su idea de negocio:

- Clientes
- Precio
- Comunicación
- Distribución
- Venta
- Valor Agregado

2. Dele un valor de (1 a 5)

- Clientes (5)
- Precio (4)
- Comunicación (4)
- Distribución (4)
- Venta (5)
- Valor Agregado (5)

4. Desarrolle la estrategia con su explicación de (incrementar, reducir, eliminar o mantener)



Desarrolle estrategias claras con respecto a las variables importante que van a diferenciarlo con su competencia:

	Variable 1	Variable 2	Variable 3	Variable 4	Variable 5	Variable 6
Idea de negocio	La propuesta de valor tener un espacio donde podamos dar un método de venta innovador a nuestros clientes sin que ellos tengan que ir hasta nuestros sastres para cualquier medida ya que lo podrán hacer desde cualquier lugar.	Tener clientes fieles por el servicio prestado.	Tener precios adaptados para que las ventas sean eficientes.	Tener una buena distribución, eficiente y con tiempo moderado según el lugar de destino.	Tener una comunicación asertiva y entendible a la hora de promocionar o dar alguna información del producto por vía internet.	El objetivo de las ventas es crear mercado único sin competencias, y con la facilidad de usos de la plataforma aumentar mensualmente su economía.
Competencia 1	Tiendas Online para la compra de prendas de vestir.	Clientes de alto estrato podrán acceder a sus productos.	Explotan su demanda y cada día suben de precios para así ganar más.	La mercancía que se compra por medio de internet llega 4 o	Solo tienen asesores 8 horas, por si los clientes tienen alguna inquietud.	Las ventas son estables ya que no aumentan ni disminuyen.

				5 días después al cliente.		
Competencia 2	Portafolio por medio de un blog en internet para vender prendas de vestir	Clientes jóvenes que sepan utilizar los medios electrónicos.	Colocan promociones cada en fechas especiales solamente, de lo contrario no.	Los productos vendidos por medio del blog llegan con 3 días hábiles localmente y nacional llegan 5 días hábiles.	Solo tienen asesores automáticos que no dan información completa de lo que requiere el usuario.	Las ventas son buenas en las temporadas en donde se dan buenas promociones.

Estrategia	La propuesta de valor es crear un software para la facilidad de comprar prendas de vestir.	Con tan solo unos pasos todas las tiendas y personas involucradas podrán acceder al software para poder escoger y hacer su compra al gusto.	Por medio de esta plataforma se evidenciarán promociones a diario en las cuales los usuarios podrán acceder a ellos y comprarlos.	La mercancía vendida tendrá una distribución continua por lo que cuando se vende local llega en 24 horas el producto y nacional de 2 a 3 días.	En el software por proveedores de cada tienda de vestir va tener la posibilidad de tener un estilo de chat, por si el cliente tiene alguna duda acerca de los productos, estilos o medidas.	Las ventas se incrementarán día a día por la facilidad de uso del software, ya que por medio de esta la ropa que les guste a los usuarios se la medirán y escogerán el estilo a su gusto, aparte de que se generan buenos descuentos ya que es un requisito
-------------------	--	---	---	--	---	---

						para el uso de esta plataforma.
--	--	--	--	--	--	------------------------------------

4.2 Análisis de Porter

Las cinco fuerzas pueden ayudar a su idea a comprender la estructura del sector en el cual compete y elaborar una posición que sea más rentable y menos vulnerable a los ataques. Para resolver realice la lectura "**cinco fuerzas de porter**"

Genera la estrategia para cada uno:

Poder de negociación con los clientes: Es importante negociar con los clientes ya que de ellos depende la oferta y la demanda por lo tanto va ver un aumento significativo porque el volumen de compra del software será alto, los usuarios empiezan a conocer las características y beneficios que traerá esta implementación a sus negocios y el manejo de la plataformas para las personas que deseen comprar de una manera más ágil, esto nos hará llegar más clientes compitiendo así con las tiendas que venden por internet.

Poder de negociación con los proveedores: Al existir un número elevado de demanda, más que el ofertado los proveedores podrán incrementar e implementar un valor por el uso de la plataforma ganando un porcentaje equitativo por cada prenda vendida desde el software.

Amenaza de productos sustitutos: Uno de los productos que nos puedan sustituir son las ventas de ropa Online, ya que ellos pueden dar diferentes promociones y el uso de la plataforma será fácil, pero a comparación con nuestro software es que pueden saber su talla y comprar fácilmente con unos sencillos pasos, mejorando día a día la publicidad, los canales de venta dándole a conocer a los clientes

las promociones e incentivando a la población a una compraventa eficaz e innovadora para la satisfacción y cuidado de todos.

Amenaza de productos entrantes: Este poder nos permite sacar ventajas con respecto a nuestros competidores conociendo los servicios que ofrecen para así crear una estrategia al respecto, como podría ser, que por cada prenda de vestir que compre se van dando unos puntos que se van acumulando para que mas adelante por la cantidad de punto le quede una prenda de vestir gratis, mejorar el en proceso de distribución y venta de la mercancía.

Rivalidad entre los competidores: Este poder nos indica las estrategias elevadas de nuestros competidores, por lo tanto, la rivalidad va en aumento porque se crecen los competidores, pero un valor agregado que no tienen ninguna tienda de ventas por Online es la de poderse medir las prendas de vestir por medio del software o determinar qué color o estilo le queda mejor a al cliente, entonces se trata de trabajar fuerte día a día para ser la empresa más reconocida en software para la compraventa de prendas de vestir y accesorios.

Resumen

Nuestro producto ofrece la implementación de un software por medio de una pantalla o espejo, plasmar una idea innovadora para la compra y venta de accesorios y prendas de vestir, por medio de este el usuario elegirá la talla y diseño de la prenda a adquirir con tan solo versen reflejados en un espejo, sin tener que medirse la prenda, proyecto enfocado a entidades que buscan estrategias para mitigar la propagación del virus que afecta en este momento al país, aplicar medidas de seguridad e higiene para las prendas y accesorios, que los clientes se sientan seguros y satisfechos con el producto y servicio ofrecido, por otra parte potenciar la marca del ente, que esté dispuesto a innovar y a tener estrategia para mantenerse en el mercado, con el apoyo de esta nueva metodología para el cuidado

personal e higiene de cada una de las personas involucradas y así lograr posesionarnos en el mercado ofreciendo un producto innovador y útil en Colombia.

5. Marketing MIX

5.1 Estrategias de producto para clientes

Núcleo: software que permite a las personas, encontrar una forma más asequible de comprar prendas y accesorios.

Calidad: nos enfocamos en localizar a través del software un inventario óptimo de las prendas, también se diferencia que al momento solo se trabajara con productos nacionales.

Envase: su proyección es por medio de una pantalla plástica con diseño en 3D, para un mejor reflejo al momento de medirse la prenda.

Diseño: se fabricará de un tamaño no superior a 40cm, para un mejor manejo y adecuación donde se requiera.

Servicio: Propuesta innovadora, que minimiza el tiempo en compra y venta al elegir de manera más rápida lo que se quiere adquirir, sin tener que medirse la prenda.

Producto: es un software que vamos a vender a las PYMES de producción de ropa para que ellos lo puedan poner a la venta sus prendas para tener mejores ventas.

Precio: el precio esta estimado por cada software en 220.000 COP con su instalación en el lugar deseado para su presentación a diario.

Promoción: tendremos una buena baja de precios a nuestros primeros clientes y también en la cantidad que compre cada cliente para que tengas más pantallas a nivel nacional, y mejores precios y ser potencias a nivel nacional.

Plaza: el lugar de hacer ventas por internet nuestra idea es poner nuestros espejos y software en las paradas de autobús, portales y dentro de los centros comerciales.

5.2 Estrategia de precios

1 Consulte las tarifas de la competencia y defina la estrategia de precio más conveniente para la idea de negocio. Tenga en cuenta:

Fijación de precios basado en los costos.

Fijación de precios por valor agregado.

Fijación de precios basado en la competencia.

Fijación de precios en diferentes tipos de mercados, entre otros...

Ten en cuenta los tipos de precios que existen, necesitará sólo de uno:

Precio Premium

Precio de penetración

Precio de descreme

Precio Psicológico

Precios de paquete

Precios geográficos

PARA EL CLIENTE SIGNIFICA MUCHO MÁS DE LO QUE SE PAGA, ES LA APORTACIÓN PARA

Ejemplo de fijación de precio basado en los costos:

COSTOS DE PRODUCCIÓN

+	Costo unitario de materiales	\$	
	Costo unitario de mano de obra	\$	
	Costo unitario de CIF (costos indirectos de fabricación)		\$ COSTO TOTAL
	UNITARIO	\$	

El costo total unitario, define lo que le cuesta a la empresa fabricar una unidad de producción, indicando la cantidad de dinero que debe invertir en cada una de ellas para ser fabricada.

Área de t

5.1.1 Portafolio



Es la suma de todas las líneas de productos y/o servicios que un vendedor ofrece a sus clientes. ¿Quiénes somos? Descripción de las líneas de producto fotografías contacto

Lo que se debe tener claro al realizar el portafolio:

Rol	Tu primera tarjeta	Estilo de vida	Privilegios exclusivos
Dónde Juego	<ul style="list-style-type: none"> AM Express blue Mastercard Joven Master Card Ideal Master Card Clásica Visa clásica 	<ul style="list-style-type: none"> AM Express Green - Gold Mastercard Oro Master Card ecard Visa Oro Visa Selección colombia 	<ul style="list-style-type: none"> AM Express Platinum Mastercard Platinum Master Black Visa Platinum Visa Infinite
Cuál es el juego	Jóvenes que disfrutan con amigos, universitarios, sus padres pueden ser los compradores	Jóvenes iniciando la independencia económica, disfrutan con amigos, compran por internet	Jóvenes adultos independientes, iniciando familia, comprando activos fijos
	Consumidores Entrando al mercado < 24	Consumidores en edad laboral 25- 34	Consumidores Maduros 35+

5.2 Estrategia de precios

5.2 Estrategia de precios

I Consulte las tarifas de la competencia y defina la estrategia de precio más conveniente para la idea de negocio. Tenga en cuenta:

- Fijación de precios basado en los costos.
- Fijación de precios por valor agregado.
- Fijación de precios basado en la competencia.
- Fijación de precios en diferentes tipos de mercados, entre otros...

Ten en cuenta los tipos de precios que existen, necesitará sólo de uno:

- Precio Premium
- Precio de penetración
- Precio de descreme
- Precio Psicológico
- Precios de paquete
- Precios geográficos

PARA EL CLIENTE SIGNIFICA MUCHO MÁS DE LO QUE SE PAGA, ES LA APORTACIÓN PARA

Ejemplo de fijación de precio basado en los costos:

COSTOS DE PRODUCCIÓN

+	Costo unitario de materiales \$		
	Costo unitario de mano de obra	\$	
	Costo unitario de CIF (costos indirectos de fabricación)		\$COSTO TOTAL
	UNITARIO \$		

El costo total unitario, define lo que le cuesta a la empresa fabricar una unidad de producción, indicando la cantidad de dinero que debe invertir en cada una de ellas para ser fabricada.

Área de t

Costo de producción:

Costo unitario de materia prima: \$ 35.000 COP

Costo unitario MDO: \$ 60.000 COP

Costo unitario CIF: \$22.500 COP

Total, costo: \$ 117.500. COP

5.3 Estrategia de distribución

MARKETING MIX						
	Objetivo Smart	Como Describa como llegara al objetivo	Quien Conque medios o persona se apoyara	Quando Tenga presente la fecha	Donde Defina específicamente el lugar donde lo realizara	Valor Aproximación al costo
ESTRATEGIA	Crear un software, que beneficie a la industria textil, en donde se minimice el tiempo en compra venta de los mercados, para que así tengan una actualización tecnológica, cumpliendo con normas de	Se dará a conocer la herramienta a utilizar, enseñando sus bondades, tanto para el cliente, como para el adquiriente del producto. En	Con todos aquellos comerciantes, que deseen permanecer en el mercado y quieran aplicar las estrategias de bioseguridad para su	De acuerdo a la planeación realizada, y pruebas pilotos que nos muestren la efectividad del plan propuesto,	Se implementara en la sede principal que es en Bogotá, posterior el alcance será a nivel nacional para dar a conocer el proyecto innovador y	esta tendrá un precio de 1.000.000\$ para ponerla en todas las emisoras de radio.

	bioseguridad en la ciudad de Bogotá para el año 2021.	época de pandemia.	negocio, manteniendo su inventario en buen estado y libre de contaminación.	se espera llevarlo a cabo para mediados del 2021,	todos los usuarios se beneficien.	
PRODUCTO	Lanzar al mercado un software en donde les facilite a las personas interactuar con las tiendas de ropa y accesorios por medio virtual.	Por medio de una pantalla, donde se podrá elegir y medir la prenda que deseen con tan solo dar un click se verá reflejado	A todas aquellas personas sin límite de edad que puedan acceder al uso de la nueva tecnología.	la prueba piloto, se dará inicio a comienzos del 2021, de esto dependerá nuestro	las pruebas pertinentes a esta idea innovadora se desarrollaran en el norte de Bogotá.	este producto es un software para que sea instalado en unos espejos en las

		al instante la imagen con la prenda elegida.		primer lanzamiento.		paradas de autobús.
PRECIO	Manejar diferentes descuentos, según la cantidad de pantallas impactadas por el cliente.	Por medio de la publicidad de esta metodología, para que las personas experimenten cosas nuevas y sepan aprovechar la nueva tecnología.	Se implementara un catálogo, virtual donde se visualice las bondades de la pantalla.	se realiza catálogo con anterioridad, para dar a conocer productos y servicios ofrecidos por el software finalizando el año 2020	se cargara todos los contenidos al sitio web desarrollado por fashion time ,para que su consulta sea de fácil manejo.	este tendrá un valor de 220.000\$ para su instalación y su venta a nivel nacional tendrá un alza afuera de Bogotá.
PROMOCION Y COMUNICACIÓN	llevar una comunicación concreta	Actualizando los contenidos y	Adicional a las redes sociales,	Se inicia todo lo	Se aprovechara los espacios de	tendremos una buena

	<p>y asequible con los usuarios que visiten nuestra página y tienda</p>	<p>promociones para que el suscriptor no entre en monotonía y se interese por explorar aún más el sitio web.</p>	<p>nos apoyaremos en la radio, prensa, tv, perifoneó y el voz a voz.</p>	<p>relacionado con la publicidad a finales del 2020, para ir preparando a nuestros posibles prospectos de compra.</p>	<p>los centros comerciales, vallas publicitarias puestas estratégicamente de fácil captación en la zonas comerciales de la ciudad de Bogotá</p>	<p>baja de precios a nuestros primeros clientes y también en la cantidad que compre cada cliente para que tengas más pantallas a nivel nacional, y mejores precios y ser potencias a nivel</p>
--	---	--	--	---	---	--

							nacional. este será del 20% del valor.
--	--	--	--	--	--	--	--

MATRIZ DE DESARROLLO DE LA MARCA

Nombre De La Idea	Vestir de una manera rapida eficaz e innovadora
-------------------	---

Pasos	Objetivos	Resultado
Primer Paso: Diagnostico del Mercado	A. Identificar el sector	Al sector industrial.
	B. Identificar marcas en competencia	Las ventas Online y catalogos virtuales.
	C. Soluciones principales y alternativas	Poder medirse una prenda al instante.
	D. Tendencias del mercado	Estar a la vanguardia de la tecnologia a la hora de medirse una prenda de vestir.
	E. Arquetipo de la Marca	Para todo tipo de persona que pueda copiar un estilo propio.
Segundo Paso: Realidad Psicologica de la Marca.	A Percepción de las marca de la competencia	Entraremos a competir con las grandes marcas de ventas virtuales de mercados ya establecidos online en un monopolio con una idea innovadora.

	B. Identificar variables de neuromarketing	Llegar al cliente de una manera eficiente y personal explicandole de una nueva forma el metodo de conocer su vestuarios favorito sin ir a un almacen.
Tercer Paso: Posicionamiento	A. Identificar Top of mind	Que nos reconozcan por la factibilidad de comprar vestuario.
	B. Identificar Top of heart	Crear fidelidad por medio de la innovación e interacción con nuestro software.
Cuarta: Realidad Material de la Marca	Traducir nuestra propuesta de valor en la marca.	Por medio de nuestro producto se podra tener una organización en nuestro inventario, conservación de las prendas y higiene.
Quinta: Estrategia de comunicación.	Desarrollar acciones continuas para la introducción de la marca en el mercado, que esten ligadas a la mediación tecnologica y de redes sociales.	Contratar a una agencia publicitaria la cual nos preste un servicio de emitir pautas en la radio, televisión y en redes sociales, verificando que este en constante mejoramiento de nuestras propuestas innovadoras, para darnos a conocer a nivel nacional.

página web: <https://wilmerroa8.wixsite.com/website>

Video link: <https://youtu.be/IBLQcAy0M9o>

Métricas clave

Para nosotros un cliente tiene un valor muy clave ya que es una de las partes mas fundamentales de la empresa y así encontramos un medio de ayudar a los colombianos con un proyecto, por eso nos centramos en la inclusión de las pequeñas empresas ya que el gobierno no les colabora a ellas.

CAC= gasto total de la capacitación/ No de clientes

CAC= \$150.000/3000 PYMES

CAC= 50\$nos sale el valor de cada cual.

Semana 10

tipo de activo	descripcion	cantidad	valor unitario	requisitos tecnicos
infraestructura adecuaciones	casa	1	\$150.000.000	lugar donde se encuentra la oficina
	baños	2	\$2.000.000	salubridad civil
maquinaria y equipo	videobin	1	\$600.000	presentaciones de el producto
	soldador	1	\$90.000	para la creación de el software
equipo de comunicación y computacion	telefonos	10	\$100.000	comunicacion interna
	computadores	10	\$1.250.000	para distribucion y enlaces de comunicación
	impresoras	3	\$400.000	documentos de la compañía
	celulares	10	\$2.000.000	comunicación con los clientes
muebles, enseres y otros	sillas	10	\$225.000	comodidad y trabajo
	escritorios	16	\$120.000	para utilidad de los trabajadores
	sala	1	\$800.000	para los clientes en espera
	cafetera	1	\$220.000	zona de relajacion

	televisor	1	\$1.000.000	sala de juntas presentaciones
	archivadores	7	\$150.000	necesario para los planos y papeles
otros	destornillador	3	\$10.000	necesario para el software
	herramientas de mantenimiento	1	\$300.000	cualquier daño de la compañía
gastos operativos	envios	1	\$42.000	llevar los software a nivel nacional
	cables	1	\$30.000	creacion de el mismo
	sueldos	1	\$1.000.000	de los diseñadores y contables

Metodo de Escalación	Capacidad total de los equipos. (Horas, tonelada, unidades x año)	<u>15</u>
-----------------------------	--	-----------

**PLANTA DE
PRODUCCIÓN**

Capacidad anual 36.000

Capacidad mensual

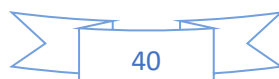
Nº de días de operación (25 días) 3.000

Horas de producción 120,0

**ESTABLECIMIENTO
COMERCIAL**

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

40



<u>Capacidad anual</u>	96000
<u>Capacidad mensual</u>	
<u>Nº de días de operación (mensual)</u>	8000
<u>Horas de producción</u>	320

https://lucid.app/lucidchart/5feb4fdf-c624-4ab8-8676-d65c3846d97d/edit?beaconFlowId=F9C0C5BE9EE3429A&page=LSQcN_8UM0WQ#?folder_id=home&browser=icon



FASHION TIME

CODIGO

VERSIÓN

FECHA

FICHA TECNICA DEL SERVICIO

A. NOMBRE DEL SERVICIO (Defina el nombre del servicio)

Future of fashion vestuario virtual personalizado, por medio de espejos o pantallas dactiles que ofrece variedad de productos de acuerdo a la necesidad del cliente.

B. OBJETIVO

Future of fashion , es un prototipo de espejo inteligente que puede funcionar a modo de “vestuario virtual”.
personifica nuestro pensamiento sobre cómo podría ser el futuro de la moda,su objetivo es ofrecer a los clientes una experiencia personalizada y distinta de "ir de compras" se explora el uso de la tecnología para comprender mejor y atender las necesidades de los consumidores de moda.

C. METODOLOGIA

El espejo tiene incorporada una cámara en la parte superior para tomar fotos y vídeos desde distintos ángulos para comprobar cómo queda la ropa.muestra los colores y tallas existentes de una prenda, es un probador inteligente que sugiere el accesorio que mejor combina,si alguna prenda le gusta y quiere probársela, se acerca a los espejos inteligentes donde inmediatamente aparece el artículo y en los que se puede elegir la talla y el color. el espejo hace sugerencias sobre otros artículos existentes en la tienda que podrían combinar con la prenda elegida.

D. DESCRIPCIÓN GENERAL

Future of fashion es un software utilizado en espejos o pantallas, ofrece una experiencia de realidad aumentada realista y personalizada. funciona en todas las plataformas la web, android y tiendas online. Se puede personalizar para cualquier producto de belleza, y moda. ej: calzado, accesorios, cuidado del cabello, maquillaje etc. El sistema de realidad aumentada permite que podamos intercambiar estilos de prendas y probar diferentes productos de belleza.

D. DURACION

Future of fashion, puede durar 20 años de acuerdo con los servidores que se bayan actualizando en el mercado de la tecnologia, de igual forma se estará en una constante actualizacion e innovacion para que no caiga en un simple experimento y realmente se convierta en un servicio indispensable para todos los usuarios de la moda.

E. ENTREGABLES

Se elaborara un contrato bajo las normas establecidas, donde se especifique la propuesta del plan de compra, condiciones y forma de pago. Entrega e instalacion, tiempo estimado de instalacion en cada lugar que se requiera el servicio, se adjunta ficha tecnica del producto y servicio con especificaciones de garantia y mantenimiento mensual, se aclara las responsabilidades que debe cumplir cada ente economico. se anexan documentos de constitucion de las empresas como son camara de comercio y registro mercantil. Se anexan clausulas de cumplimiento para un adecuado manejo del software future of fashion.

G. PERFIL DEL CLIENTE

Nuestro cliente debe tener interes por la moda, por la innovacion, que le guste explorar los cambios tecnologicos, que vea en nuestro servicio una alternativa de incrementar sus ventas, que vea un beneficio para posesionarse y mantenerse en el mercado, que busque ser mas competitivo, gracias a esta gran herramienta diseñada para el mundo de la moda, a nivel interno le sera de gran ayuda ya que le brinda un mejor control de su inventario su conservacion estar en optimas condiciones ya que minimiza el deterioro y la contaminacion.

G. PERFIL DE QUIEN ENTREGA EL SERVICIO

GEMP



**Firma del responsable
del servicio:**

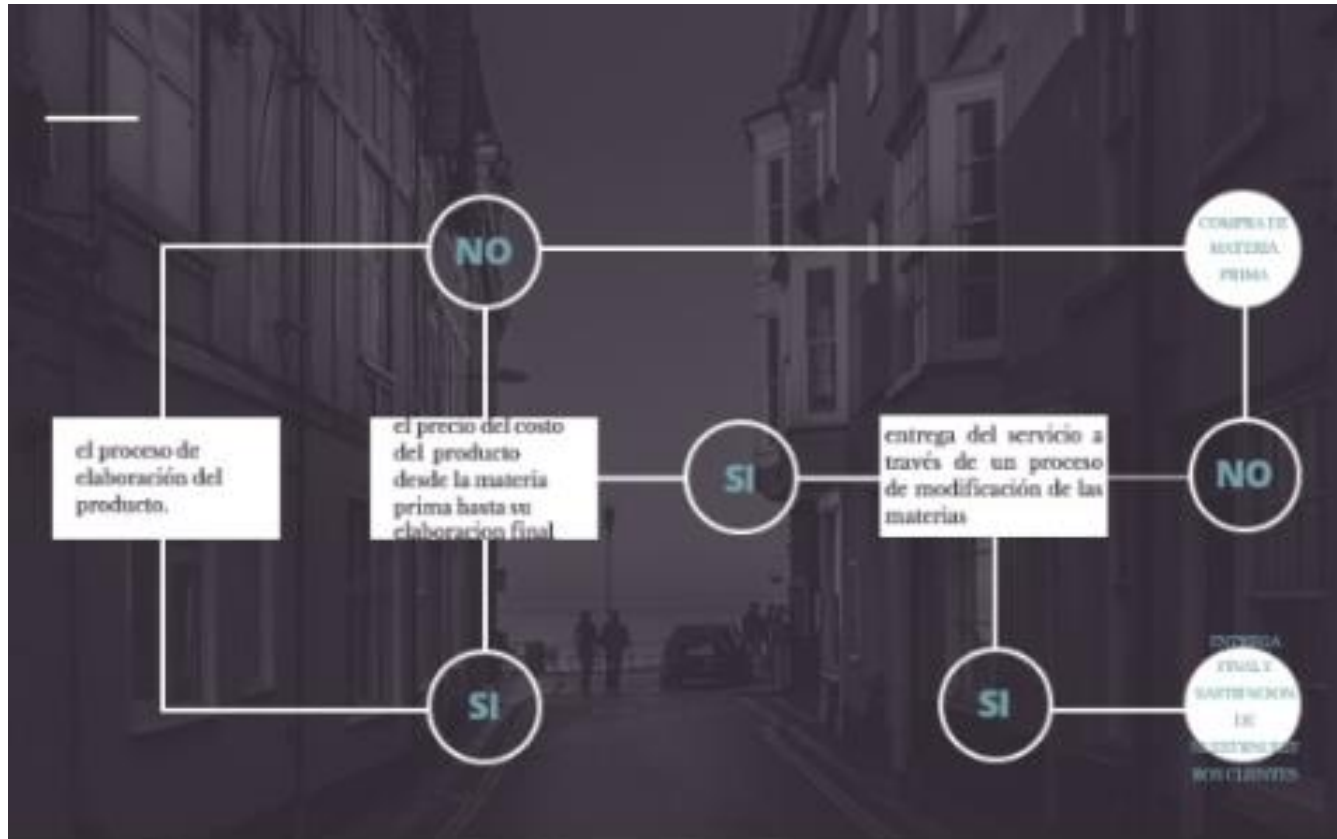
REPRESENTANTE LEGAL

**Nombre del Responsable del
servicio**

Wilmer Stiben Roa Pardo

Firma:

Wilmer Stiben Roa Pardo





todo para el día sin iva, para que no hagas filas?

Bien/Servicio: Software Para Compraventa De Prendas De Vestir.

Unidades A Producir: 4 Diarias

Actividades Del Proceso	Tiempo Estimado De Realización (Minutos/Horas)	Cargos Que Participan En La Actividad	Número De Personas Que Intervienen Por Cargo	Equipos Y Maquinas Que Se Utilizan. Capacidad De Producción Por Maquina (Cantidad De Producto/Unidad De Tiempo)
Actividad 1: Proceso de diseño.	1 hora	Diseñador de sistemas, operarios y contables.	Una persona por cada cargo.	En esta elaboración no se construye un producto masivo, porque solo estamos mirando el diseño de costo / 1 hora).
Actividad 2: Proceso de producción.	2 horas	Diseñador de sistemas y operarios.	Un diseñador y 4 operarios.	En este se utilizarán herramientas básicas tales como el destornillador, soldador de estaño, entre otros, con una cantidad de 1 producto en 2 horas.
Actividad 3: Proceso de empaque.	2 horas	Supervisor y operarios.	Un supervisor y 2 operarios.	En este se utilizarán herramientas como cajas, cinta, papel stretch, entre otros, para una cantidad de 4 equipos en 2 horas.
Actividad 4: Proceso de transporte y entrega.	3 horas	Un transportador, un auxiliar y un operario.	Una persona por cada cargo.	En este se utilizará un camión y un portátil para la instalación, se comercializarán 4 al día en 3 horas.
Total	8 horas	6 cargos	14 personas	8 horas al día para lograr el trabajo.

¿Que problema estas tratando de resolver?	¿Quién es tu público objetivo?	¿Cómo resolverás este problema?	Cuál es el primer paso?
			
<p>El flujo de personas en las tiendas de ropa y la factibilidad de vender de una mejor manera sin la necesidad de hacerlo presencial ensuciando la ropa y perdiendo tiempo.</p>	<p>Las tiendas de ropa que deseen adquirir una cuenta del software para la venta de sus prendas de vestir y las personas que deseen utilizarlo para la compra en unos simples pasos,</p>	<p>Creando un software para la compraventa de vestir, en donde el usuario pueda con tan solo medirse la ropa por medio de este aplicativo, conociendo la talla y el color que mejor se ajusta o le agrada.</p>	<p>Crear el software para empezar a usarlo y ver la factibilidad que tiene en tiempo y en higiene.</p>

<https://www.storyboardthat.com/portal/storyboards/lina83297/corp-private/software---semana-13>

Conclusiones

Nuestro proyecto tiene como objetivo crear un software que facilite la compra y venta, minimice tiempo, riesgo al contagio, preservación e higiene de las prendas cuyas actividad se basa en utilizar la tecnología, busca atender la demanda de la mayoría de las personas que busquen su bienestar, que aporte tranquilidad, satisfacción, y preserven su salud, nuestra propuesta de valor considerándola novedosa es ofrecer un servicio de imagen y atención personalizada, generando tendencia en el mercado, motivación, fidelización y a su vez cause un impacto social.

BIBLIOGRAFIA

<https://virtual.cun.edu.co/digital/course/view.php?id=8407>

<https://www.canva.com/search/templates?q=Logo&category>

<https://instagram.com/fashionstime1?igshid=1vosrmp1oqyn2>

<https://www.puromarketing.com/76/13790/cuales-necesidades-compradores-online-como-satisfacerlas.html>

<https://losprimerosengoogle.com/como-segmentar-a-los-clientes-de-una-tienda-online/>

https://www.google.com/search?q=totto&rlz=1C1CHBF_esCO837CO843&oq=tot&aqs=chrome.1.69i57j0j46l3j0l2j69i61.4637j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8

https://www.google.com/search?q=gran+plaza+bosa&rlz=1C1CHBF_esCO837CO843&oq=gran+plaza&aqs=chrome.0.0j69i57j0l6.3554j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8

https://www.google.com/search?q=chevignon&rlz=1C1CHBF_esCO837CO843&oq=chevi&aqs=chrome.1.69i57j0l7.5330j0j9&sourceid=chrome&ie=UTF-8

https://lucid.app/lucidchart/5feb4fdf-c624-4ab8-8676-d65c3846d97d/edit?beaconFlowId=F9C0C5BE9EE3429A&page=LSQcN_8UM0WQ#?folder_id=home&browser=icon

