

POWER KIDS



*Edna Rocio Leal
Lina Fernanda Sopo*



3114999849



Power Kids



Power._kids

CREACION DE EMPRESAS I

MODELOS DE INNOVACION

POWER KIDS

POWER KIDS

LINA FERNANDA SOPO INFANTE

EDNA ROCIO LEAL SANCHEZ

GRUPO 50101

Edna Rocio Leal
Lina Fernanda Sopo
Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN

Bogotá D.C

2020

311 409 0849
Power Kids
Power_kids

TABLA DE CONTENIDO

COMPROMISOS DE AUTORES	6
RESUMEN EJECUTIVO	7
INTRODUCCIÓN	8
OBJETIVOS.....	9
CLAVES PARA NUESTRO ÉXITO.....	10
MISIÓN.....	11
VISIÓN.....	11
POWER KIDS.....	12
ANÁLISIS PESTEL.....	13
FACTOR POLÍTICO:.....	13
FACTOR ECONÓMICO:.....	13
FACTOR SOCIAL:	13
FACTOR TECNOLÓGICO:.....	13
FACTOR ECOLÓGICO:	14
FACTOR LEGAL:.....	14
IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.....	14
LA POCA VARIEDAD EN LAS PRENDAS DE VESTIR EN LA LÍNEA INFANTIL.....	14
ÁRBOL DE PROBLEMAS.	17
ÁRBOL DE OBJETIVOS.....	18
LLUVIA DE IDEAS.....	19
AUTOEVALUACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	20
ESTRUCTURA DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	21
SOLUCIÓN IDEA DE NEGOCIO.	22
ALTERNATIVAS.....	22
COMPETENCIA.....	23
C.I. HERMECO S.A. (OFFCORSS).....	23
CONFECCIONES LUYEN 2000 (ROGALET).....	23
CREACIONES FABIANY.....	24
WILLDI.....	24
ALTERNATIVAS A LA IDEA DE NEGOCIO.....	24
ANALIZA NUEVAMENTE LA IDEA DE NEGOCIO.....	25
IDEA MÁS PROMETEDORA E INNOVADORA.....	25
CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA	26

INFLUENCIAS INTERNAS Y EXTERNAS.....	26
FUERZAS DE LA INDUSTRIA.....	27
CONFECCIONES LUYEN 2000 (ROGALET).....	28
CREACIONES FABIANY.....	29
• Rivalidad entre competidores: Alta.....	30
• Amenaza de entrega de nuevos competidores: Media.....	30
• Poder de negociación de los clientes: Media.....	31
• Poder de negociación de los proveedores: Media.....	31
• Poder de amenaza de productos sustitutos: Alta.....	31
COMERCIALIZACIÓN Y PROVEEDORES.....	34
• PELTEXCO.....	34
OPCIONALES.....	34
• IMPORTADORA TEXTIPEL.....	34
CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	35
BONDADES DEL PRODUCTO.....	35
CLIENTE IDEAL.....	38
ACTORES DEL MERCADO QUE OFRECEN COSAS SIMILARES.....	41
POBLACIÓN POTENCIAL.....	41
EL LIENZO DE LA PROPUESTA DE VALOR.....	43
MAPA DE VALOR.....	44
DECLARACIÓN DE LA PROPUESTA DE VALOR.....	45
DEFINICIÓN ESTRATÉGICA.....	45
• LEY 550 DE 1999.....	45
• LEY 789 DE 2002.....	45
• LEY 905 DE 2004.....	45
• LEY 1014 DE 2006.....	45
• SENTENCIA C-392 DE 2007.....	46
DEFINICIÓN DE CONCEPTO.....	46
DIAGRAMA DE BLOQUES (1 PRENDA).....	48
CADENA DE DISTRIBUCION.....	49
COSTOS.....	50
INDICADORES DE CALIDAD.....	51
FICHA TECNICA.....	53
CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO.....	54
CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO.....	55

CARACTERÍSTICAS DEL PROTOTIPO	55
INTERACCIÓN CON LOS CLIENTES	56
BOCETO PREVIO DEL PRODUCTO.....	56
DISEÑO DEFINITIVO.....	57
CAMPAÑA DE LANZAMIENTO	57
Modelo Running Lean de la empresa POWER KIDS	59
OBJETIVO DE LA INVESTIGACION.....	60
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	61
POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO.....	61
ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	61
TIPO DE INVESTIGACION:.....	61
DISEÑO DE ENCUESTA.....	62
RESULTADOS DE LA INVESTIGACION.....	63
CONCLUSIONES.....	69
CIBERGRAFÍA.....	70



*Edna Rocio Leal
Lina Fernanda Sopo*

3114999849
Power Kids
Power_kids

COMPROMISOS DE AUTORES

Nosotros Edna Rocío Leal Sánchez con c/c 1.030.540.911, Lina Fernanda Sopo Infante con c/c 1.007.228.295, estudiantes de Contaduría Pública declaramos que:

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

Firma.

Lina Fernanda Sopo

CC. 1.007.228.295 Bogotá

Edna Rocío Leal Sánchez con c/c

CC 1.030.540.911 Bogotá

*Edna Rocío Leal
Lina Fernanda Sopo*

*3114999849
Power Kids
Power_kids*

RESUMEN EJECUTIVO

Power Kids es una idea de negocio comercial, viendo una gran oportunidad en el mercado de los niños, ya que dando una vista rápida, en el mercado de la industria de la ropa hay un mayor incremento en elaborar y confeccionar ropa para dama, inclusive para caballero, estas industrias innovan y crean un mejor estilo, pero la industria infantil casi no se nota.

Sale la idea de ahí, de ser una empresa que piensa y quiere satisfacer el comercio infantil, quiere cubrir la necesidad de innovar y ser originales en sus productos y que sean únicos para niños y niñas únicos.

Estamos convencidos de que este negocio será rentable porque al basarnos e impulsar nuestros productos en las redes sociales, estamos seguros que mucho más clientes tendrán acceso a las plataformas digitales, donde nuestro producto generará reconocimiento, ya que en la actualidad, estas redes son un gran potencial para las empresas.

*Edna Rocio Leal
Lina Fernanda Sopo*

 3114999849
 Power Kids
 Power_kids

INTRODUCCIÓN

Power Kids es una empresa que se dedica a la fabricación de ropa para niños y niñas, principalmente está enfocada en confeccionar chaquetas y satisfacer la necesidad de padres y madres con nuestro principal cliente, los niños.

Esto se logra innovando con nuevos productos que no están normalmente en el mercado, además son productos exclusivos y originales, donde estamos orientados a introducir nuestras prendas en la industria de la moda, dirigida al mercado de los niños, esta empresa se crea con el fin de innovar y ser creativos en cada producto que se realiza, también se quiere lograr el crecimiento de la empresa en el sector económico y en el sector industrial.



*Edna Rocio Leal
Lina Fernanda Sopo*

 3114999849
 Power Kids
 Power_kids

OBJETIVOS

General.

- Confeccionar ropa para niños de todas las edades teniendo un detalle especial y que llama mucho la atención como son confecciones muy bien terminadas e innovadoras para el mercado, cubriendo la necesidad de satisfacer a los clientes, en cada prenda que compren con diseños innovadores y exclusivos.

Específicos

- Darnos a conocer municipalmente, departamentalmente y nacionalmente.
- Determinar el impacto social, económico y ambiental al que se quiere llegar con cada producto.
- Desarrollar un estudio al mercado para determinar la oferta y la demanda que se tiene con el comercio de la ropa infantil y saber qué posición podemos tomar en el mercado con nuestros productos.
- Hacer un análisis de precios, de innovación y de creatividad para tener más información específica sobre la competencia.
- Hacer el Estudio Económico Financiero para ordenar la información de carácter monetario.
- Incrementar las redes sociales y dar un gran impacto digitalmente.
- Darnos a conocer por nuestra innovación calidad y servicio al cliente final.

*Edna Rocío Leal
Lina Fernanda Sopo*

*3114999849
Power Kids
Power_kids*

CLAVES PARA NUESTRO ÉXITO

- No dejar que la competencia nos afecte.
- Tener una planeación estratégica para la empresa lo suficientemente estructurada para saber sobrellevar los déficits del camino.
- Tener objetivos y metas que se vayan cumpliendo a corto, mediano plazo y largo plazo.
- Tener productos exclusivos para mediante ellos abarcar mayor parte del mercado.
- Buena publicidad en las redes sociales y en la ciudad.
- Tener nuestra visión y misión clara para cada día ir complementando si salimos de la razón social de la compañía.
- Satisfacer al cliente con nuestros servicios preventa y posventa a la hora de dar a conocer nuestro producto.

*Edna Rocio Leal
Lina Fernanda Sopo*

 3114999849
 Power Kids
 Power_kids

MISIÓN

Confeccionar y comercializar ropa infantil comprometidos con lograr nuevos estándares de calidad e innovación sin dejar de lado nuestro compromiso con el planeta ya que contamos con labores muy rigurosas para contribuir a el planeta, estamos conformados por un equipo de trabajo comprometido en buscar la satisfacción de nuestros clientes sin dejar de mano nuestros crecimientos como compañía.

VISIÓN

Para el 2030 ser una empresa líder reconocida municipal, departamental y nacional en el mercado de la moda infantil destacándose por nuestros productos innovadores y de excelente calidad teniendo en cuenta el bienestar y comodidad del cliente final todo esto a través de personal dedicado, comprometido con la compañía y capacitado lo suficiente para tener una excelente eficiencia en el producto terminado.

*Edna Rocio Leal
Lina Fernanda Sopo*

 3114999849
 Power Kids
 Power_kids

POWER KIDS

Power Kids, es un proyecto que se encuentra actualmente en marcha, es un negocio que se dedica al corte y confección de chaquetas para bebés y niños de entre los 1 y 10 años, se dedica principalmente a la venta al por mayor del producto y su canal de distribución es mediante las redes sociales, Instagram y Facebook, donde el cliente escoge los diseños que son de su gusto, se contacta con la persona encargada de recibir el pedido confirmar el pago y distribuirlo y este será entregado en el lugar donde se encuentre, logrando así satisfacer la necesidad del cliente sin salir de su domicilio.

Esta idea de negocio identifica y se relaciona con uno de los objetivos del desarrollo sostenible, como lo es el de Generar trabajo decente y crecimiento económico, ya que gracias a este proyecto generamos una oportunidad de empleo para las personas que se dedican a la confección, generando así ingresos para ellas y sus familias, también podemos decir que contribuimos al medio ambiente ya que los desechos y/o material residual de corte (retazos) son vendidos a la fábrica de colchones donde son reutilizados en su producción.

Podríamos aspirar a aliarnos con alguna empresa donde pudiéramos expandir nuestros productos, llegar a más lugares y así aumentar nuestra producción, generando así más oportunidades de empleo e ingresos para el negocio, lo que nos inspira realizar este proyecto es que hay ropa para bebés de muy baja calidad la cual suelta mucha mota e incomoda a los niños basados en esta problemática quisimos emprender este proyecto de una manera muy innovadora como lo es una tienda virtual debido a que sus costos de negocio en marcha son más bajos que un establecimiento abierto al público el cual incurre en más costos para el producto haciendo que su precio de venta al público sea menos accesible, como lo mencionamos anteriormente nuestro principio de crecimiento está tener contrato con una empresa distribuidora para así llegar a dar a conocer nuestros productos a un público específico como lo son los padres de niños recién nacidos y de esa manera poder impactar de manera positiva esta parte del mercado.

ANALISIS PESTEL.

FACTOR POLÍTICO:

- ✓ Actualmente existe preocupación por las constantes noticias de corrupción y enriquecimiento ilegal por parte de los mandatarios.
- ✓ La crisis social está siendo muy devastadora en cuanto a los índices de pobreza y desempleo.

FACTOR ECONÓMICO:

- ✓ Crisis económica mundial que afecta el consumo, la elevada tasa de desempleo y el poco poder adquisitivo hacen que las personas limitan sus compras.
- ✓ Ayudas de créditos y subsidios para las pequeñas y medianas empresas que hacen más fácil el endeudamiento de las empresas.
- ✓ Pérdida de empleos debido a la baja producción.
- ✓ La economía está siendo impactada gracias a la recesión del comercio debido a la pandemia y que afecta en los precios de las materias primas.

FACTOR SOCIAL:

- ✓ Hay preocupación por la moda y la imagen donde se pueda vestir bien a precios bajos.
- ✓ Ingresos medios – bajos de las familias.
- ✓ Nuevas tendencias en el estilo de vida.

FACTOR TECNOLÓGICO:

- ✓ Los avances de la tecnología permiten una mayor rapidez en la distribución del producto hacia el consumidor.
- ✓ La implementación del internet y de la compra online permiten mayor distribución.
- ✓ Creciente confianza de los consumidores de la compras por internet.
- ✓ Desarrollo de la tecnología que permiten mayor difusión de la información y conocimiento de la marca.

FACTOR ECOLÓGICO:

- ✓ Mayor concientización de las empresas en pro del medio ambiente.
- ✓ Todo tipo de estrategias y políticas de reciclaje y de ahorro energético.
- ✓ Eliminación de desechos con responsabilidad.

FACTOR LEGAL:

- ✓ Apropiación de las legislaciones en cuanto a: Seguridad y salud en el trabajo, seguridad social, derechos laborales.
- ✓ Apropiación de políticas ambientales y de calidad.

IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA**LA POCA VARIEDAD EN LAS PRENDAS DE VESTIR EN LA LÍNEA INFANTIL.**

La moda infantil debe estar llena de diversión, colores, comodidad y creatividad pero sobre todo lejos de etiquetas y prejuicios. Actualmente muchas marcas de ropa infantil ofrecen variedad de tendencias y estilos que se acomodan más a lo que los niños desean y quieren vestir y que además encajan perfectamente con su personalidad y espíritu aventurero que caracteriza a los niños.

La ropa para bebés y niños debe ser casual, contemporánea, con variedad de patrones, diseños, estampados, tejidos, colores y elaboradas con telas prácticas, agradables y cómodas, la vestimenta juega un rol importante en ellos, les permite expresar su identidad, y entenderse, aprenden a tomar elecciones y desarrollar el gusto por vestirse bien y estar pendientes de su cuidado personal, desde muy pequeños deben aprender a escoger la ropa por sí mismos, acompañados de la guía de sus padres para que vistan de una forma adecuada tomando en cuenta el clima y las actividades que realizan.

Es importante tener en cuentas ciertos aspectos a la hora de elegir la ropa de nuestros niños:

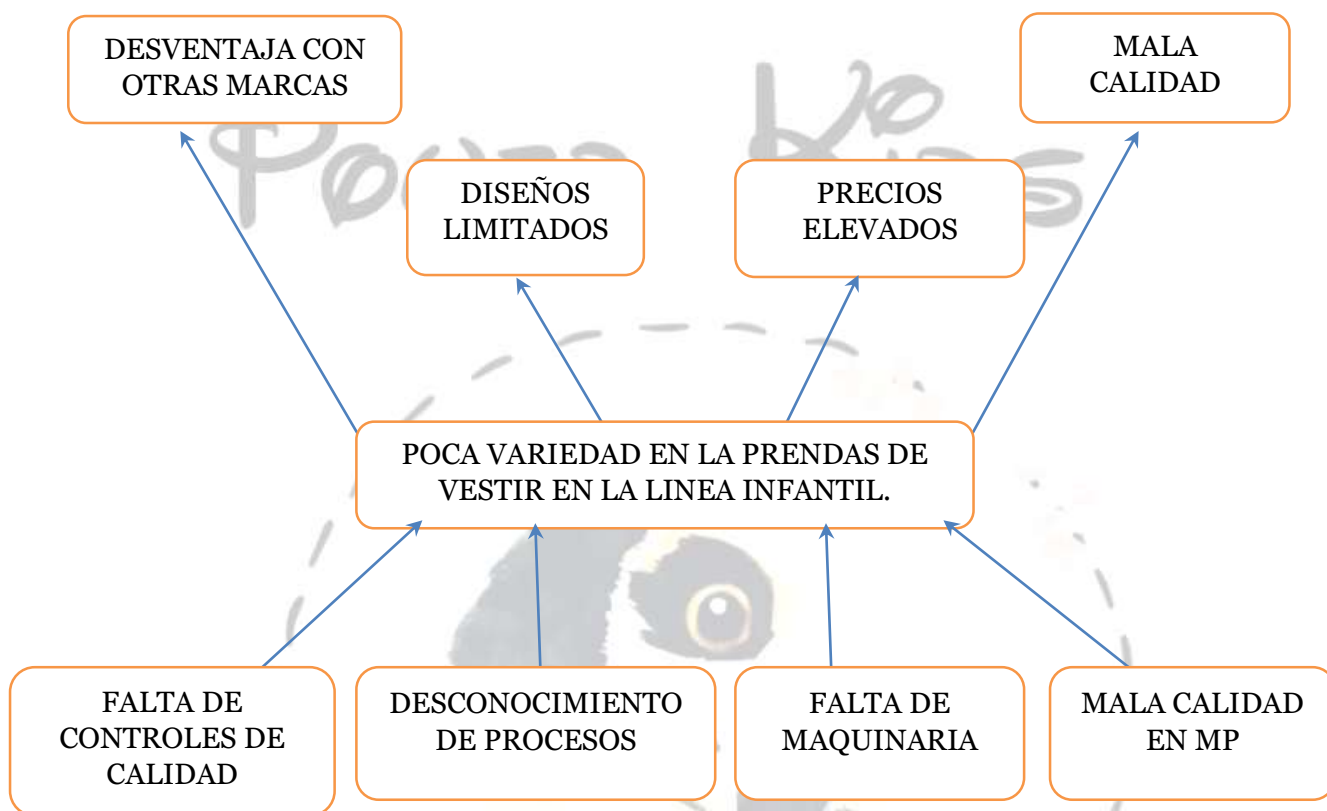
1. **Elección:** Es importante que los niños aprendan a elegir su ropa desde una edad temprana, esto les permitirá tener autonomía, desarrollará su gusto, creatividad y cuidado personal, además, de poder expresar su identidad.
2. **Límites:** Los padres siempre deben estar presente, el hecho de que los niños elijan no quiere decir que los padres no puedan opinar, la guía de los padres es fundamental para que la elección sea correcta. En cuanto a los colores y combinaciones sencillamente no hay reglas!
3. **Comodidad:** La moda infantil debe ser divertida, los niños pasan gran parte de su vida jugando en el suelo y ensuciándose con tierra, es por ello que la ropa no debe ser solo bonita, sino que, además, cumplir con algunas características que le permitan al niño ser el mismo. Texturas cómodas, de buena calidad y resistentes; los padres deben evitar poner más capas de ropa de las que necesita.
4. **Calidad:** Esta parte es fundamental, la importancia de la calidad de las prendas es hacer que el niño se sienta cómodo y seguro, la ropa debe cumplir con su función principal que es la de proteger y que además estéticamente se vea bien.
5. **Naturalidad:** La piel delicada de los niños exige comprar ropa con tejidos naturales, no tóxicos, que sean lo menos tratados químicamente, definitivamente su piel lo agradecerá, con esto evitarás alergias y brotes no deseados.
6. **Inspiración:** Los niños ven el mundo lleno de colores y así mismo desean ver la ropa que visten, combinar colores llamativos y vestirse como su personaje favorito, algo que los haga sentir identificados y alegres. Las prendas de vestir deben invitar a los niños a jugar y divertirse.
7. **Etiquetas:** ¡Ni el rosado es para niñas ni el azul para niños! No tener miedo de lo que pueda pensar la sociedad, lo importante es que tu hijo se sienta cómodo y feliz, si a tu niña le gustan más los pantalones y colores azules apóyale en su decisión, crearás una niña más segura de sí misma y con mucha personalidad. ¡Serán niños y niñas totalmente empoderados!

Crear prendas que se adapten a ellos es nuestro propósito, por esto e innumerables cosas más hemos comprendido que los niños aun siendo niños necesitan sentirse cómodos, versátiles y lo más importante cómodos para disfrutar esta etapa que los define en su diario vivir.

CRITERIO	PROBLEMA	PROBLEMA	PROBLEMA
	1	2	3
	Poca variedad en las prendas de Vestir en la línea infantil	Cotidianidad en prendas de vestir para niños	Competencia extranjera en el mercado
Conocimiento y Experiencia	5	5	4
Asesoramiento de un experto (si se requiere, ¿lo tenemos?)	5	5	4
Alcance (Técnico, ¿Tenemos las herramientas?, ¿Podemos desplazarnos para evaluar el problema?, ¿Tenemos acceso a información/datos/cifras?, ¿puedo darle alguna solución?)	4	4	4
Tiempo (Posible solución)	4	4	4
Costos (Posible Solución)	4	4	4
Impacto ¿es trascendental? ¿Representa un desafío?	4	3	5
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	5	5	5
TOTAL	31	30	30

Tabla 1. Análisis de Problemas

ÁRBOL DE PROBLEMAS.



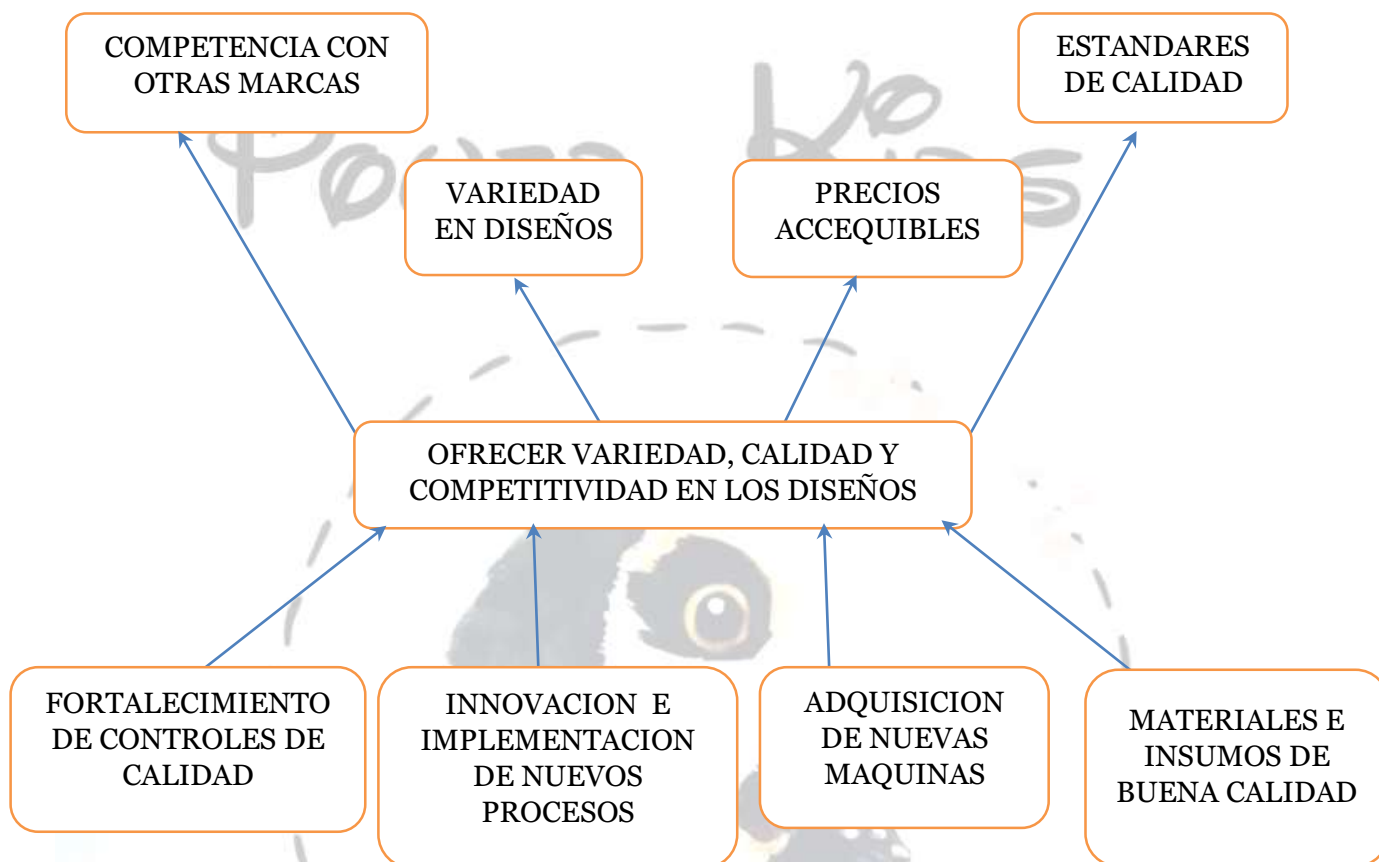
PROBLEMA CENTRAL: Poca variedad y calidad a la hora de conocer el mercado lo que hace muy competente.

PREGUNTA PROBLEMA: ¿Cómo lograr variedad en la producción de prendas de vestir en la línea infantil?

Edna Patricia Aral
Lina Fernanda Sopo

3114999849
Power Kids
Power_kids

ÁRBOL DE OBJETIVOS



OBJETIVO

Implementar la innovación de procesos que nos lleven a confeccionar y distribuir las prendas de vestir con altos estándares de calidad, expandiendo la línea infantil para niña y niño, llegando inclusive a lanzar la línea infantil para niños y aumentar la distribución y producción de nuevas tendencias infantiles y con ello abarcar un amplio sector infantil.

LLUVIA DE IDEAS

¿COMO INNOVAR
EN LA LINEA DE LA
MODA INFANTIL?

MATERIA
PRIMA
RECICLABLE

NIÑOS
DISEÑANDO
SU PROPIA
ROPA

ROPA DE
GRANDES
PARA
NIÑOS

AUTOEVALUACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO.

INTERÉS/DISPOSICIÓN AFIRMACIONES	ESCALA DE VALORACIÓN				
	(F)				(V)
La idea de negocio que tengo se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer.	1	2	3	4	5
No me incomodaría decir a otros que me dedico a esta actividad.	1	2	3	4	5
Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio	1	2	3	4	5
Considero que en seis meses puedo tener el negocio funcionando	1	2	3	4	5
N° TOTAL DE AFIRMACIONES	0	0	0	0	4

Tabla 2. Escala de valoración

	A		B		C
Total de afirmaciones valoradas en 1	0	x	1	=	0
Total de afirmaciones valoradas en 2	0	x	2	=	0
Total de afirmaciones valoradas en 3	0	x	3	=	0
Total de afirmaciones valoradas en 4	0	x	4	=	0
Total de afirmaciones valoradas en 5	4	x	5	=	20
PUNTAJE					
TOTAL					20

ESTRUCTURA DE LA IDEA DE NEGOCIO.

¿Cuál es el producto o servicio?	Confección y venta de chaquetas para niñas entre 0 y 12 años
¿Quién es el cliente potencial?	Familias con niñas entre los 0 y 12 años
¿Cuál es la necesidad?	Satisfacer la necesidad de vestir a sus hijas a la moda y a un bajo precio.
¿Cómo?	Creando la necesidad de adquirirlos, mediante la publicación de los productos por medio de las redes sociales, y la producción de una línea infantil cómoda, innovadora, y a un precio bajo.
¿Por qué lo preferirían?	Por sus diseños únicos, calidad, y precios bajos.

*Edna Rocío Leal
Lina Fernanda Sopo*

3114999849
Power Kids
Power_kids

SOLUCIÓN IDEA DE NEGOCIO.

<p>VERBO</p> <p>CREAR</p>	<p>TEMA U OBJETIVO</p> <p>Una nueva línea de ropa infantil.</p>	<p>CARACTERÍSTICAS</p> <p>Innovadora, cómoda, a la moda y a un precio bajo.</p>
<p>USUARIOS</p> <p>Todas las familias con niños y niñas entre los 4 y 10 años.</p>	<p>VERBO INSPIRADOR</p> <p>Innovar</p>	<p>PROPOSITO INSPIRADOR.</p> <p>Estar a la moda, a un bajo precio, donde los niños se sientan cómodos y bellos.</p>

Tabla 3. Solución a la idea de negocio

ALTERNATIVAS

- Iniciar en una tienda física en un sector donde el comercio sea enfocado para niños y poder dar a conocer nuestro producto.
- Recorridos de mochileros por diferentes sectores de la ciudad dando a conocer el producto e impactar nuevos mercados.
- Enfocarnos en tienda virtual o página web mediante la cual se pueda dar a conocer el producto y todos sus beneficios.

- Sectorizar el mercado y saber qué puntos son los que más fuerte podemos impactar de acuerdo a los productos que vamos a brindar.

COMPETENCIA

C.I. HERMECO S.A. (OFFCORSS)

Empresa dedicada al diseño y producción de ropa infantil y de accesorios para bebés, niños y niñas. Su marca OFFCORSS, establecida desde el año 1979, se caracteriza por su amplia experiencia en el mercado infantil, desde que nacen hasta entrar a la adolescencia.

Provee ropa infantil para recién nacidos (0 a 18 meses), bebés (1 a 5 años) y niño / niña (5 a 13 años).

A mayoristas les ofrece: precios especiales por compras de ropa infantil al por mayor, entrega en la dirección deseada en todo Colombia, asesoría personalizada, nuevas colecciones mes a mes, entre otros.

CONFECCIONES LUYEN 2000 (ROGALET)

Empresa familiar dedicada a fabricar ropa infantil para edades de 4 a 16 años. Sus prendas de vestir se caracterizan por sus diseños inspirados en la ropa de los papás.

Tiene más de 28 años de trayectoria y experiencia en el sector.

Cuenta con una fábrica de ropa infantil ubicada en Bogotá, donde utiliza telas de la más alta calidad y materiales innovadores para producir sus prendas de vestir, empleando manos colombianas.

Provee ropa infantil con propuestas completas de vestuario para niños desde 2 hasta 16 años.

A mayoristas les ofrece la opción de ser distribuidores autorizados, previo acuerdo con la empresa

CREACIONES FABIANY

Empresa especializada en la fabricación de ropa infantil y de accesorios para bebés y niños de 0 meses a 8 años. Tiene más de 30 años de trayectoria (desde 1985).

Es fabricante de colecciones de ropa infantil y accesorios, con un estilo moderno de corte casual, inspiradas en las últimas tendencias de la moda.

Provee ropa infantil de muy buena calidad, con diseños modernos, cómodos, frescos y con acabados de lujo.

WILLDI

Empresa dedicada a la producción y comercialización de prendas de vestir infantil, para sus líneas de bebé infantil y júnior.

Ofrece ropa para niños y niñas de todas las edades, comenzando desde la línea bebé (Talla 0 meses a Talla 24 meses), línea infantil (de Talla 2 a Talla 10) y línea júnior (de Talla 12 a Talla XS).

ALTERNATIVAS A LA IDEA DE NEGOCIO

Mirando nuestras 4 alternativas de ideas de negocio y mirando otras empresas que son competencia se llega a la conclusión, que para poder surgir en el mercado infantil, toca ser innovadores, ser muy frecuentes con las páginas Web, dar publicidad por medio de estas páginas, tener varias sedes, para ser más reconocidos en el país, ya que las empresas de competencia se hacen a conocer por sus grandes sedes en centros comerciales o sitios comerciales, también queremos sacar líneas limitadas y únicas.

ANALIZA NUEVAMENTE LA IDEA DE NEGOCIO

Se podrían combinar varias estrategias debido a que por los tiempos que estamos pasando nos ha obligado a innovar aún más y saber de qué manera se puede llegar al público o cliente final teniendo una relación más directa debido a que hoy en día las tiendas físicas no son útiles como lo eran en tiempos pasados, tenemos que retomar varias opciones y alternativas ya que el comercio infantil, siempre está retomando nuevos cambios, tomaremos las redes sociales y las sedes para ser que la empresa sea más reconocida.

IDEA MÁS PROMETEDORA E INNOVADORA

La idea más prometedor es la virtualidad debido a que en estos tiempos son negocios de mucho movimiento y los cuales se pueden impactar muy fácil y los costos de negocio en marcha son mucho menores, llegándole al público de una manera más directa, ya que vemos que en las empresas que tenemos como competentes, le llegan al cliente por tener sedes grandes, pero no hacen demasiada publicidad en páginas web o en las redes sociales, nosotros nos queremos enfocar en las redes y páginas web debido a que la mayoría de las personas usan el teléfono por lo menos más de una hora diaria, esto quiere decir que los clientes ya no tienen la necesidad de siempre ir a nuestras sedes, nosotros llegaremos a la casa de ellos.

CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA

- **RAZÓN SOCIAL :** POWER KIDS
- **DIRECCIÓN:** Calle 44 sur # 68 b 47
- **TELÉFONO:** 311 4999849
- **TAMAÑO:** Pequeño Emprendimiento.
- **ACTIVIDAD:** Se dedica a la transformación de bienes semi procesados o materias primas directamente en bienes finales de consumo, listos para su comercialización inmediata a través de distribuidores y otros mecanismos que los aproximan a sus públicos consumidores.

INFLUENCIAS INTERNAS Y EXTERNAS

- **Recursos Humanos:** Existe una necesidad clara en formación y profesionalización que puede obedecer a la misma trayectoria del sector, puesto que la experiencia se ha desarrollado bajo el ensayo y el error, por lo tanto no una constante capacitación de los integrantes de confección y ventas daría lugar al posicionamiento de la marca para lograr generar diferenciación con los demás competidores.
- **Tecnología:** Es necesario y casi prioritario invertir en tecnologías para optimizar los costos de producción y ser competitivos en este factor.
- **Logística Empresarial:** Un papel importante donde se identifica la necesidad de conocimiento y metodologías para la competitividad del sector, formación profesional y desarrollo empresarial para lograr una respuesta positiva en los canales de comunicación con el cliente, así como la optimización de los recursos.
- **Capacidad de Respuesta:** Es importante sistematizar las necesidades del cliente y generar una planificación acerca de las tendencias y necesidades de textiles y confección, para estar a la vanguardia.

- **Precios:** Es importante que se ajuste a la estructura de costos, que todos los factores generan unos costos productivos que permitan competir con las demás empresas y paralelamente generar propuestas atractivas de acuerdo a las tendencias del consumidor final.

POWER KIDS FUERZAS DE LA INDUSTRIA.

Razón Social: C.I HERMECO S.A. (OFFCORSS)

NIT: 890924167-6

Dirección: Carrera 50 # 7 – 35 Medellín



Imagen 1: Página Web Offcorss

Empresa dedicada a la venta de ropa para bebés, niños, niñas y adolescentes, **marca #1** del mercado de moda infantil, acompaña en cada una de las etapas de los niños, colecciones recargadas de innovación, moda y calidad.

Tienen beneficios con: Precios especiales, Entrega en la dirección deseada y envío gratis, Crédito, Asesoría personalizada, Colecciones nuevas mes a mes.

Manejan modalidades como la venta a Mayoristas y Venta directa donde los emprendimientos que apenas están empezando pueden aliarse con ellos para vender la marca y así obtener ingresos rentables y reconocimiento.

CONFECCIONES LUYEN 2000 (ROGALET)

Razón Social: **ROGALET**

Centro Comercial Maicena

Fábrica y punto de venta:

- Carrera 11 #11-76, Piso 7, Bogotá
- Centro comercial El Gran San Cra 10 # 9 - 37 Bogotá



Imagen 2: Página Web Rogalet.

Edna Rocío Leal
Lina Fernanda Soto

Empresa familiar dedicada a fabricar ropa infantil para edades de 4 a 16 años. Sus prendas de vestir se caracterizan por sus diseños inspirados en la ropa de los papás. Tiene más de 28 años de trayectoria y experiencia en el sector. Cuenta con una **fábrica de ropa infantil** ubicada en Bogotá, donde utiliza telas de la más alta calidad y materiales innovadores para producir sus prendas de vestir, empleando manos colombianas.

311 40 00 8 10
Power Kids
Power Kids

Provee ropa infantil con propuestas completas de vestuario para niños desde 2 hasta 16 años.

A mayoristas les ofrece la opción de ser distribuidores autorizados, previo acuerdo con la empresa.

CREACIONES FABIANY

Razón Social: Creaciones Fabiany S.A.S

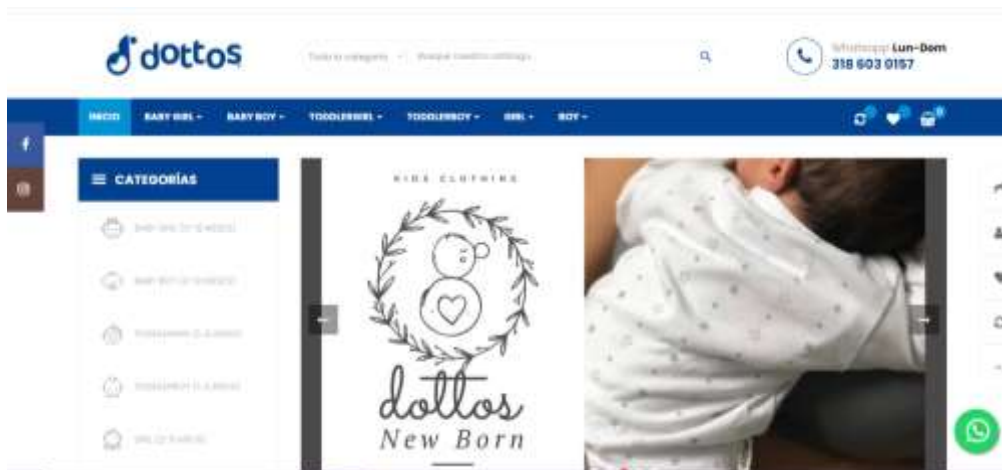
Dirección: Carrera 22 #54-49, Bucaramanga, Santander



Imagen 3: Página Web Creaciones Fabiany

Es una empresa especializada en la fabricación y venta de ropa y accesorios para bebés y niños de 0 meses a 8 años, se caracterizan por tener más de 30 años de experiencia en el diseño y producción de prendas de vestir de corte casual y contemporáneo, adaptando las últimas tendencias internacionales de la moda inspirándose en las mentes creativas, divertidas y frescas de todos los niños y niñas.

Power Kids



Pensando en la comodidad de los clientes hoy ofrece también sus productos en su tienda virtual <https://dottos.co/> que brinda a los clientes la selección y compra de prendas y accesorios de vestir de forma rápida y segura, también ofrecen envíos gratis por compras superiores a \$80.000 pesos.

- **Rivalidad entre competidores: Alta**

El número de páginas que ofrecen esta oferta de artículos de mercado, es elevado, además de estar conformada por empresas de alta trayectoria OFFCORSS, ROGALET y la Industria manufacturera del GRAN SAN Por lo tanto la página cuenta con una rivalidad elevada, por lo cual debe garantizar el cumplimiento de su rápida entrega ya este es su principal diferencial respecto a sus competidores.

- **Amenaza de entrega de nuevos competidores: Media**

Para ofertar productos de mercado por medios virtuales, es necesario contar con una infraestructura y logística de alta calidad y eficiente, ya que esta clase de oferta requiere tanto una entrega rápida como de productos con calidad (como si el propio cliente los hubiera elegido), sin embargo, esto no impide a marcas ya posicionados, entrar en este sector.

- **Poder de negociación de los clientes: Media**

Debido a la alta cantidad de ofertas, el cliente consigue tener un nivel de negociación mayor, dado que puede elegir entre diversas páginas de acuerdo a sus necesidades, sin embargo, pocas garantizan la rápida entrega y por esto motivo no es un alto poder de negociación, adicionalmente la comodidad de esperar desde su casa, puede implicar estar dispuesto a dejar pasar algunos descuentos que podrá encontrar en la tienda física.

- **Poder de negociación de los proveedores: Media**

Este poder de negociación dependerá del tipo de proveedor, ya que como es el caso de la industria manufacturera del GRAN SAN tienen artículos de mercado altamente posicionados, estos proveedores tienen un alto poder de negociación, ya que sus productos son buscados por los consumidores y no tenerlos implica perder un número significativo de ventas.

Por el contrario existen otras pequeñas marcas que aún se están posicionando, donde su poder de negociación es más bajo y en algunos casos deben dar un menor precio para no perder las ventas con los distribuidores de retail.

- **Poder de amenaza de productos sustitutos: Alta**

Al hablar de productos de mercado se está tomando en cuenta una amplia categoría de productos, los cuales son difícilmente reemplazados en el largo plazo, ya que en este caso los sustitutos podrían ser domicilios de ropa en todo tipo de materiales, que le permiten al cliente en largo plazo mantener los productos que requiere para su día a día.

Nombre del competidor	Producto	Precio	Servicio (Ventaja competitiva)	Ubicación
C.I HERMECO S.A. (OFFCORSS)	venta de ropa para bebés, niños, niñas y adolescentes,	Entre \$ 50.000 y \$ 100.000 pesos	Precios especiales, Entrega en la dirección deseada y envío gratis, Crédito, Asesoría personalizada, Colecciones nuevas mes a mes	Carrera 50 # 7 – 35 Medellín
ROGALET	Fabricar ropa infantil para edades de 4 a 16 años.	Entre \$ 50.000 y \$ 80.000 pesos	Provee ropa infantil con propuestas completas de vestuario para niños desde 2 hasta 16 años. A mayoristas les ofrece la opción de ser	Carrera 11 #11-76, Piso 7, Bogotá Centro comercial El Gran San Cra 10 # 9 - 37 Bogotá

			distribuidores autorizados, previo acuerdo con la empresa.	
Creaciones Fabiany S.A.S	Especializada en la fabricación y venta de ropa y accesorios para bebés y niños de 0 meses a 8 años	Entre \$ 10.000 y \$ 80.000 pesos	Pensando en la comodidad de los clientes hoy ofrece también sus productos en su tienda virtual https://dottos.co / que brinda a los clientes la selección y compra de prendas y accesorios de vestir de forma rápida y segura	Carrera 22 #54-49, Bucaramanga, Santander

Tabla 4. Análisis de la oferta

Lina Fernanda Sopo

3114999849
 Power Kids
 Power_kids

COMERCIALIZACIÓN Y PROVEEDORES

- **PELTEXCO.**

Empresa 100% colombiana, importadores directos y distribuidores al mayor y detal, están localizados en el barrio alquería, al lado de la Autopista Sur en la Ciudad de Bogotá, ofrecemos a nuestros clientes la mayor variedad, calidad y los mejores precios.

Tenemos un extenso surtido en colores, texturas novedosas y una infinidad de productos que son nuevas sensaciones hechas tela: venus largo, venus corto, troquelados, suavetina unitono, suavetina estampada, peluche remolino, peluche crespo, ovejo, mink y grand especial unitono.

Almacén Principal alquería

Dirección: Carrera 52C #44 Sur-12 - Bogotá

Teléfono: +57 (1) 2305588

OPCIONALES

- **IMPORTADORA TEXTIPEL.**

ESPECIALIZADA EN LA IMPORTACIÓN DE TELA DE PELUCHE.

Creada en Abril del año 2006, es una organización innovadora en la industria textil siendo la primera en su género, no sólo en Bogotá, sino a nivel Nacional.

Textipel se ha convertido en la empresa líder en el mercado de tela de Peluche, Importando telas para varios sectores de producción del país, tales como: ropa, zapatos, muñecos, decoración, confección, otras áreas industriales. Durante más de 10 años, hemos desarrollado una amplia gama de estilos, largos, colores y textura.

Almacén Principal alquería

Dirección: Cr 52c # 33 - 28 sur

Telefax: 807 15 47 - 270 79 59

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

- **Mayoristas:** Negociaciones por volumen donde varía el precio de acuerdo al cliente y el volumen de compra.
- **Comercio electrónico:** Canal para vender prendas al detal, ofreciendo envíos a cientos de municipios, exponiendo la marca a una penetración de mayor mercado.

BONDADES DEL PRODUCTO

1. **Material:** Brindamos una excelente experiencia con el material, ya que nuestra tela principal es el venus corto y el algodón, este no se motosea, no se daña y es un material muy suave.
2. **Comodidad:** Brindamos comodidad con nuestro producto, al ser un material muy suave, ya que no es rígido y que estira con facilidad, esto se brinda con la estrategia de que cada prenda sea cómoda y a la vez bonita.
3. **Precio:** Manejamos precios asequibles al cliente, con el objetivo de que no compren solo para una ocasión especial.
4. **Prendas perfectas para marketing:** Estas prendas son ideales para realizar una campaña de marketing promocional que lleve su logotipo o eslogan.
5. **Tendencias:** Se trata de poner tendencias de moda en el mercado con nuestras prendas.



Power Kids

6. **Estilo:** Se brinda un estilo único, con el motivo de ser un producto que no tiene mucha competencia.

7. **Diferentes modelos:** Se brinda una gran variedad de modelos y tonos en nuestras prendas.

8. **Experiencia:** Tratamos de dar una de las mejores experiencias a nuestros clientes, con nuestro material, con nuestros precios y diseños.



9. **Seguridad:** Brinda a los niños una seguridad, ya que se sienten cómodos y con diseños divertidos.

10. **Innovación:** Con cada prenda que se pone al mercado, se quiere brindar un producto innovador y no muy común.

11. **Competitividad:** Manejos un producto que es muy competitivo en el mercado infantil.

12. **Personalización:** Elaboramos prendas que los clientes pueden personalizar a su gusto.

13. **Desarrollo:** Es primordial que permitamos que los niños elijan su ropa y decidan sobre su aspecto ofrece ventajas para su desarrollo.



14. **Creatividad:** A los niños les encanta disfrazarse, y brindamos productos que puedan brindar felicidad a los niños por sus diseños.

15. **Durabilidad:** El algodón y el peluche venus tiene una gran resistencia y esto le da al cliente una mayor durabilidad en el producto.





CHARLOTTE HERNANDEZ
9 AÑOS

<p>MIEDOS, FRUSTACIONES Y ANSIEDADES</p> <p>Le teme a las críticas de los demás niños y no poder tener amigos.</p>	<p>Desea, necesita, anhela y sueña</p> <p>Desea tener buenos amigos, necesita diversión, y sueña con ser una gran doctora.</p>
<p>Demográficos y geográficos</p> <p>Es una niña, que va al colegio va en grado 4°, es muy juiciosa, respetuosa y muy tierna</p>	<p>¿Qué esta tratando de hacer y por que es importante para ella?</p> <p>Esta tratando de ser la mejor en la clase, es muy importante para ella ya que sus papas le dicen que le darán un premio.</p>
<p>¿Cómo alcanzan esas metas hoy? ¿Hay alguna barrera en su camino?</p> <p>Esto lo lograra portándose bien y estudiando, su única barrera seria que no le vaya bien en los exámenes.</p>	<p>Frases que mejor describen sus experiencias.</p> <p>"NO ME GUSTA DORMIR LA SIESTA, PORQUE MI CORAZÓN DICE QUE TENGO QUE JUGAR"</p>
<p>¿Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta?</p> <p>Es una niña que le gusta verse bien .</p>	

Tabla 5. Buyer Persona

CLIENTE IDEAL

- El éxito de las estrategias de comunicación depende mucho de cuánto conocemos a las personas con quien queremos hablar, las cuales queremos que sean nuestros clientes, para nosotros las compañías que queremos como principales clientes, son las que se encargan de comprar el producto y promocionarlo en su mercado, Power Kids es una empresa que vende al por mayor y al detal, una de las empresas que nos gustaría tener como cliente sería offcorss.

Offcorss es una empresa que algunos de los productos que vende no son fabricados por la empresa, Offcorss tiene algunos distribuidores de ropa, esto se le facilita a la empresa ya que tiene un gran mercado.

Para nosotros es muy importante conocer a nuestro cliente ya que no hacerlo hace que la comunicación sea muy generalista o incluso equivocada.

- Otro cliente ideal sería la persona que tiene hijos, ya que nuestro mercado va enfocado a los niños, no importa la edad ya que la empresa maneja prendas desde la talla 0 hasta la 16.

VALORES

VALORES DE OFFCORSS.



La empresa Offcorss tiene 7 valores, aunque no especifica por qué son los valores que los identifican o tienen, algunos de estos valores podemos ver claramente que si tienen relación con la empresa ya que los podemos ver definidos en sus tiendas como lo son:

- | | | |
|--------------|-----------------|----------|
| • HONESTIDAD | RESPONSABILIDAD | IGUALDAD |
| • RESPETO | JUSTICIA | |
| • LEALTAD | FIDELIDAD | |

VALORES DE LOS PADRES

- **Amistad:** Los padres deben enseñar el valor de la amistad, del afecto mutuo que nace del contacto con el otro.
- **Gratitud:** Reconocer buenos actos, un gesto de cariño, el compromiso, o una tarea bien hecha sumamente valiosa para la armonía en la convivencia del hogar.
- **Responsabilidad:** La responsabilidad es un valor que si es bien adquirido será sumamente valioso.
- **Respeto:** El respeto tiene su base en la idea de que todos tenemos un límite, el cual jamás debe ser transgredido por los demás.
- **Compasión:** Resulta uno de los valores más importantes para la convivencia.

ENTORNO DE OFFCORSS

Su entorno se ve siempre reflejado con proveedores, vendedores, empleados y clientes, estos cuatro aspectos son muy importantes en el entorno de una semana en esta empresa, porque tienen que estar comprando para ofrecer y para poder fabricar algunos de los productos que ofrece la empresa y sus tiendas necesitan de los trabajadores y vendedores porque así consiguen llegarle al cliente y cubren la necesidad que requiere el cliente.

ENTORNO DE PADRES

ENTORNO FAMILIAR: Es el primer y más importante espacio para el desarrollo social del niño. En la familia se desarrollan las habilidades y capacidades pro-sociales del recién nacido. Esto facilitará su integración al mundo social. En el contexto de la familia la mayoría de niños establecen sus primeros vínculos socio-emocionales los cuales proporcionarán las bases de seguridad que necesitan para explorar el mundo que los rodea y para el desarrollo de sus posteriores relaciones interpersonales, gustos y pasiones que a diario se incorporan a su personalidad.

NECESIDADES DE OFFCORSS

Uno de ellos tiene que ver con el establecimiento de una cultura sólida y orientada a la consecución de los objetivos generales de la empresa. Cultura de alto rendimiento, en definitiva.

El segundo, hace referencia a los valores que realmente se viven en la organización. En este sentido, la ética constituye, o debería hacerlo, un elemento innegociable.

Por último, el sacrificio de los logros, objetivos, o reconocimientos individuales en favor de los generales y más elevados de la organización. Estás, en tanto que equipos de trabajo, deberían anteponer el fin general al individual.

NECESIDAD DE LOS PADRES

- **Aprecio:** El tipo de aprecio que el cliente le tenga al producto es muy importante. Puede ser que inspire respeto, sentido del humor o generosidad y fidelidad
- **Tiempo libre:** Nuestro cliente necesita tiempo libre ya que inspira a la creatividad e imaginación, tranquilidad y espontaneidad en las personas y en ellos. Generalmente, la gente usa juegos, sale a fiestas o simplemente tiene tiempo de ocio.
- **Creatividad:** La gente necesita hacer uso de sus habilidades y destrezas para sentirse creativos. Imaginación, astucia, ingenio y curiosidad son cualidades de esto.

¿COMO NUESTRO PRODUCTO PUEDE SUPLIR LAS NECESIDADES DEL CLIENTE?

A nuestros clientes le podemos suplir algunas de sus necesidades con nuestro material, precio, experiencia, seguridad, innovación y creatividad, ya que con estos factores pueden llegar a cumplir metas, objetivos y que se fidelicen con el producto.

Podemos cumplir la necesidad de que compren un buen producto por un excelente precio, esto les ayuda a ahorrar y que tengas un producto de calidad y a la moda.

ACTORES DEL MERCADO QUE OFRECEN COSAS SIMILARES.

Mini Rodini: Es una empresa que ofrece artículos únicos, con estilo aunque sus precios son un poco elevados.

Pilli carrera: Es una empresa que lleva demasiado tiempo en el mercado, con colecciones exclusivas.

POBLACIÓN POTENCIAL.

Padres y madres de la ciudad de Bogotá y Soacha, con niños entre los 0 y 13 años.

Mayoristas: Inclusión en el mercado mayorista de ropa infantil de la ciudad de Bogotá y Soacha.

POBLACIÓN TOTAL DE PERSONAS O NEGOCIOS QUE PODRÍAN SUPLIR LA NECESIDAD Y/O COMPRAR EL PRODUCTO

En Colombia el mercado de ropa para niños, está tomando cada vez más fuerza. En los últimos años observamos con mayor frecuencia, que las tendencias de las pasarelas están siendo traídas a la moda infantil, rompiendo los outfits tradicionales, con los que solían vestir a los niños años atrás. En este mercado, las prendas eran con pocos colores o diseños, al punto de que estas parecían ser un uniforme más.

Para ser más competitivos, obligó a las empresas del sector a pensar de un modo diferente. El estilo propio y la personalización de diseños para bebés y niños, han sido uno de los factores a los que le apuestan hoy las compañías, incluso marcas reconocidas en el segmento adulto, ya le están apostando a este nicho

De acuerdo con la consultora Euromonitor International, este mercado es liderado por Offcorss con 12,4% de participación; seguido de Baby Fresh, con 9,9% y EPK con 8,2%.

Son alrededor de 32 empresas, las que están llevando estos productos al mercado internacional donde son apetecidas las prendas y complementos de vestir (accesorios) en tejido de punto y en algodón para bebé.

Colombia, es el cuarto exportador de este tipo de confecciones en Suramérica y el séptimo en América Latina y el Caribe. Antioquia y Santander, se consolidan como las mayores zonas en la producción de este tipo de prendas.

Off Corss continúa siendo el líder.

La familia es definida como el núcleo fundamental de la sociedad, donde las manifestaciones de solidaridad, fraternidad, apoyo, cariño y amor la estructuran y le dan su razón de ser.

El Censo encontró que en la capital hay 2.514.482 hogares, definidos como una persona o grupo de personas que ocupan la totalidad o parte de una vivienda.



Según cifras del Observatorio Poblacional, Diferencial y de Familias de la Secretaría Distrital de Integración Social, 63,8% de los hogares en Bogotá son nucleares, es decir, están conformados por padre y madre con hijos; padre o madre con hijos o parejas sin hijos, es decir, que nuestro potencial es bastante amplio para la inclusión de nuestro producto en los hogares Colombianos llegando así a crear una tendencia y fidelización de nuestro producto.

EL LIENZO DE LA PROPUESTA DE VALOR.

1. PERFIL DEL CLIENTE

• TRABAJOS DEL CLIENTE

- Asistir al Colegio, Jardín.
- Paseo con la familia.
- Eventos sociales.

• FRUSTRACIONES

- Productos muy costosos
- Poca variedad en diseños
- Poca versatilidad al vestir
- Mala calidad
- Poca atención

• ALEGRÍAS

- Tener un catálogo completo
- Precios bajos
- Innovación y creatividad
- Excelente servicio y asesoría
- Excelentes materiales

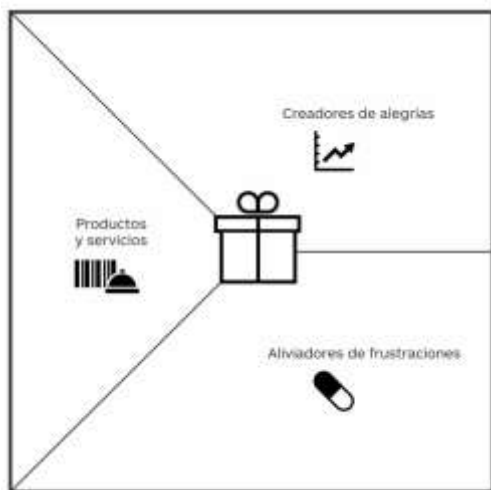
Edna Rocío Leal
Lina Fernanda Soto

3114999849
Power Kids
Power_kids

MAPA DE VALOR

- **PRODUCTOS Y SERVICIOS**

- Página web con un completo catálogo
- Domicilios gratis a Bogotá y Soacha
- Excelentes precios
- Venta al por mayor y al detal



- **ALIVIADORES DE FRUSTRACIONES**

- Aprovecha el acceso al catálogo digital
- Suministramos opciones de pago.
- Calidad y buen servicio
- Puntualidad
- Versatilidad

- **CREADORES DE ALEGRÍAS**

- La adquisición de un buen producto a precios bajos.
- Diseños a la vanguardia de la moda.

Lina Fernanda Sopo

DECLARACIÓN DE LA PROPUESTA DE VALOR.

Confeccionamos diseños innovadores para niños y niñas que se quieran ver guapos y a la moda.

Es decir,

“Vestimos a la moda para que tus hijos estén a la moda”

DEFINICIÓN ESTRATÉGICA

- **LEY 550 DE 1999**

Establece un régimen que promueva y facilite la reactivación empresarial, la reestructuración de los entes territoriales para asegurar la función social de las empresas, lograr el desarrollo armónico de las regiones y se dictan disposiciones para armonizar el régimen legal vigente con las normas de esta ley.

- **LEY 789 DE 2002**

Por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del CÓDIGO SUSTANTIVO DEL TRABAJO.

- **LEY 905 DE 2004**

Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo del micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones.

- **LEY 1014 DE 2006**

Por la cual se dictan normas para el fomento a la cultura de emprendimiento empresarial en Colombia. CORTE CONSTITUCIONAL DE COLOMBIA

- **SENTENCIA C-392 DE 2007**

La Sala Plena de la Corte Constitucional, en cumplimiento de sus atribuciones, respaldó la creación de microempresas bajo el régimen de Empresas Unipersonales, contemplada en el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006 “Ley de Fomento al Emprendimiento”. De acuerdo con la Sentencia en mención, las empresas que se creen a partir de la entrada en vigencia de dicha ley que tengan hasta 10 empleados y menos de 500 smmlv se constituyen y vigilan como Empresas Unipersonales.

DEFINICION DE CONCEPTO

- **MATERIALES**

Tela venus corto		Guata calibre 90	
Tela de algodón estampado para el forro		Botones decorados	
Moños para decorar		Perlas para decorar	
Cremalleras			

Tabla 6. Materiales

- **MAQUINARIA**

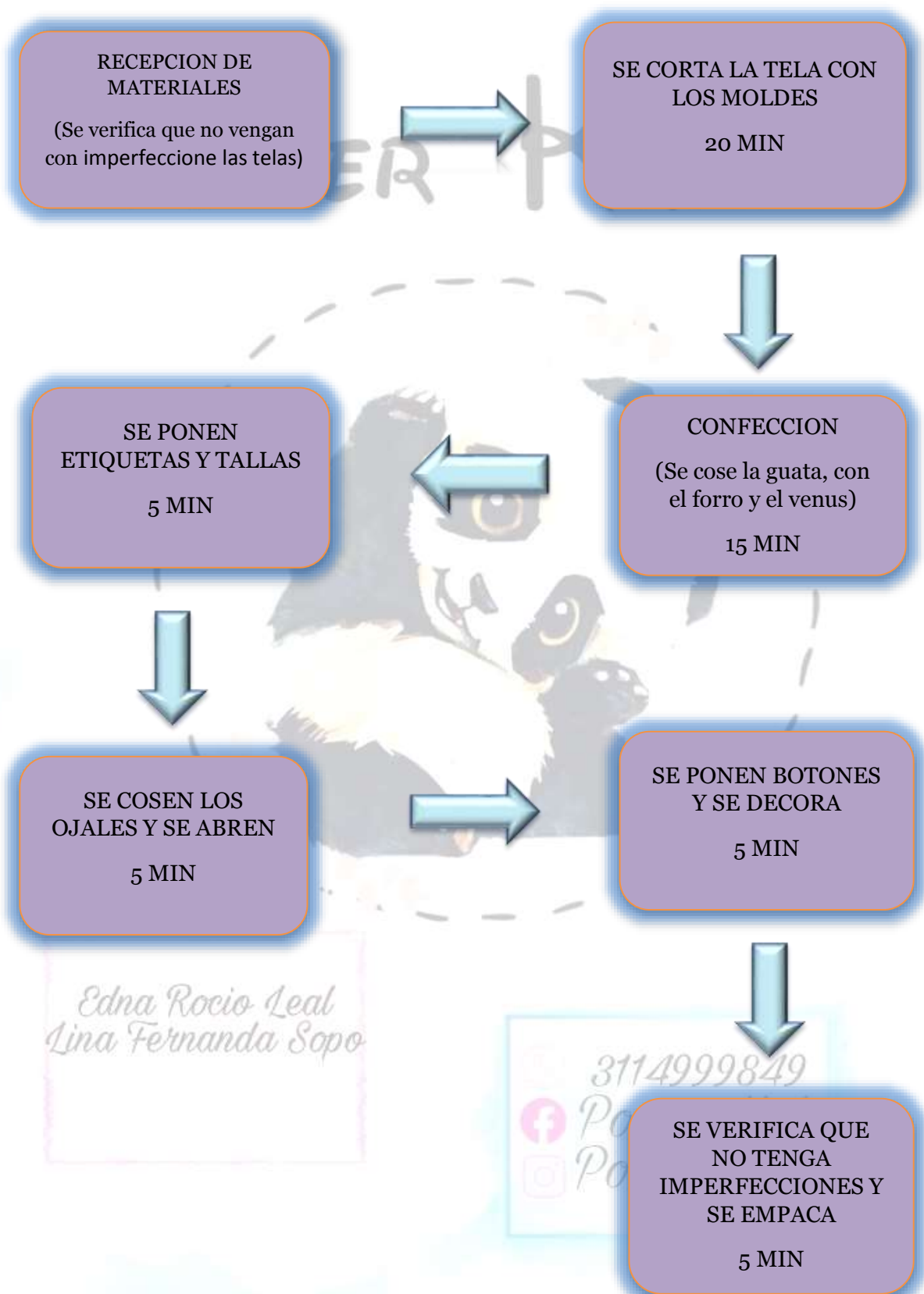
<p>Maquina Cortadora</p>	
<p>Maquina Plana</p>	
<p>Máquina para Ojales</p>	

Tabla 7. Maquinaria

*Edna Rocio Leal
Lina Fernanda Sopo*

3114999849
Power Kids
Power_kids

DIAGRAMA DE BLOQUES (1 PRENDA)



CADENA DE DISTRIBUCION



FABRICACION



VENTA



cliente feliz!!

*Edna Rocio
Lina Fernanda*

3114999849
f Power Kids
i Power_kids

COSTOS

- PARA 150 UNIDADES SE DARÁ EL EJEMPLO

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
50 metros	Venus corto	\$ 12.000	\$ 600.000
50 metros	Guata por 90	\$ 2.500	\$ 125.000
50 metros	Algodón estampado	\$ 5.000	\$ 250.000
300 u.	Botones	\$ 150	\$ 45.000
6 u.	Hilo	\$ 3.000	\$ 18.000
300 u.	Adornos	\$ 200	\$60.000
1 p	Perlas	\$ 5000	\$ 5.000
150	Marquillas	\$ 50	\$ 7.500
		TOTAL	\$ 1.010.500

Tabla 8. Costos

Cada chaqueta tendrá un costo por mayor a \$25.000 (más de 6 unid) y por unidad a \$45.0000.

INDICADORES DE CALIDAD

- 1. Calidad del tejido:** Cuanto más grueso y tupido mejor será su calidad.
- 2. Cremalleras:** Una cremallera expuesta denota que la prenda ha sido creada rápidamente sin cuidar los detalles.
- 3. Fibras Naturales:** Las fibras naturales como la seda, el algodón o la lana soportan mejor el desgaste que los materiales sintéticos.
- 4. Remates:** Las costuras deben estar bien rematadas y tener un buen número de puntadas por centímetro, para asegurarnos de su resistencia.
- 5. Botones:** Las costuras deben estar bien rematadas y tener un buen número de puntadas por centímetro, para asegurarnos de su resistencia.
- 6. Puntadas Uniformes:** Si es una prenda ceñida es recomendable tensar levemente la costura para comprobar que la sutura es uniforme y que cuenta con la mayor cantidad posible de puntos por centímetro.
- 7. Forros internos:** Las chaquetas de buena calidad tienen forro, pero éste debe estar bien cosido y no quedar holgado.
- 8. Recomendaciones del fabricante:** Es importante conocer las instrucciones de lavado y planchado y seguirlas para no llevarnos sorpresas. Hay una parte de responsabilidad en el cuidado de una prenda que depende de nosotros.
- 9. Bolsillos:** Deben estar cosidos de manera recta.
- 10. Patrones:** Cuando las líneas no coinciden, significa que no hay cuidado en la costura y posiblemente, te dure dos o tres usos.

3114999849
Power Kids
Power_kids





<p>EMPAQUE</p>	
<p>ETIQUETA</p>	

Tabla 9. Producción

*Edna Rocio Leal
Lina Fernanda Sopo*

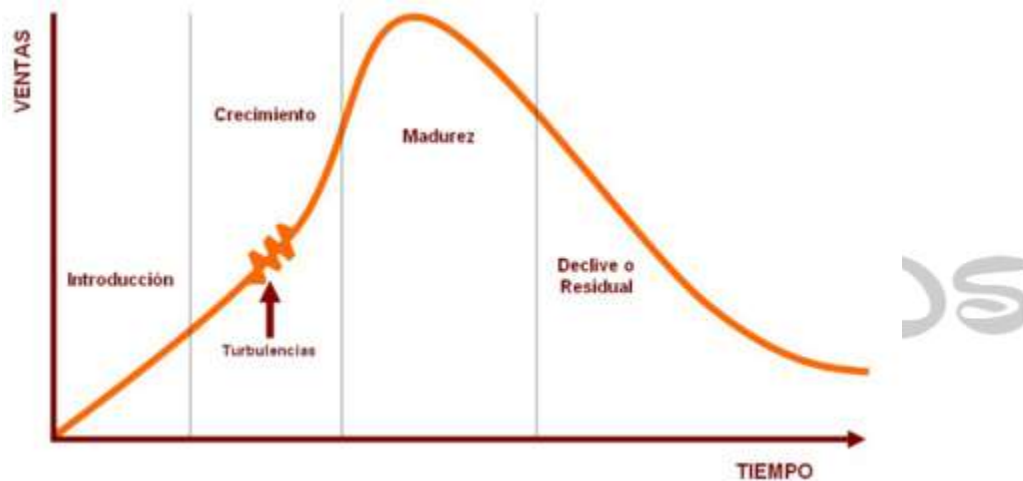
3114999849
Power Kids
Power_kids

FICHA TECNICA

	<h2>FICHA TECNICA DEL PRODUCTO TERMINADO</h2>						
 <p>NOMBRE DEL PRODUCTO</p>	<p>CHAQUETA PARA BEBE</p>						
<p>DESCRIPCION DEL PRODUCTO</p>	<p>Producto que es para el uso de niños, elaborado en venus corto, con un estampado de figuras, es suave su material y es una prenda innovadora.</p>						
<p>LUGAR DE ELABORACION</p>	<p>Producto elaborado en la planta comercial de Power Kids, adecuada para la producción y comercialización de chaquetas.</p>						
<p>COMPOSICION</p>	<table border="0"> <tr> <td>Venus corto</td> <td>40%</td> </tr> <tr> <td>Algodón estampado</td> <td>30%</td> </tr> <tr> <td>Guata de 90</td> <td>30%</td> </tr> </table>	Venus corto	40%	Algodón estampado	30%	Guata de 90	30%
Venus corto	40%						
Algodón estampado	30%						
Guata de 90	30%						
<p>PRESENTACION Y EMPAQUE</p>	<p>Bolsa de cartón</p> 						
<p>CARACTERISTICAS</p>	<p>Producto de peluche Hecho a mano E innovador</p> 						

 Power_kids

CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO.



INTRODUCCION: Nos encontramos en la fase donde estamos introduciendo el producto en el mercado, donde nos estamos dando a conocer.

- **ESTUDIO DE MERCADO**

Con habitualidad nos damos cuenta la moda está más enfocada en los adultos que en los niños, no se ve casi novedad en los almacenes de ropa infantil, también es muy frecuente ver el mismo producto en muchos almacenes, solo que con diferente marca o color.

Las compras habituales que tienen aquellos padres, es buscar algo que sea bonito y que no lo tenga otro niño para llamar la atención de los demás, esto lo logran no teniendo cosas comunes, y esta es la principal necesidad que se quiere cubrir.

- **ELECCIÓN DEL PRODUCTO**

Se establece que los productos que se van a manejar es la ropa infantil con nuevas ideas y diferentes a las del mercado común, se ve una necesidad que tiene gran potencial y un gran futuro para el mercado de los niños.



CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

- material suave (venus corto)
- adornos delicados
- terminados de calidez
- cantidad de bolsillos apta para cada prenda
- resistencia del material
- libertad de movimiento al usar las prendas
- prendas aptas para niños de todas las edades
- estilos únicos
- estilos llamativos

CARACTERÍSTICAS DEL PROTOTIPO

- Se utiliza venus corto, tela de algodón perchado, guata de 80, hilo para coser, adornos, perlas, botones, pompones, cintas y lo.s moldes
- se fabrican los moldes
- se calcan en la tela los moldes
- se corta la tela con la máquina para cortar
- se cose las tres fases (la tela venus corto, la guata y la tela de algodón perchado)
- se ponen botones
- se ponen las cintas y los adornos.
- Nos enfocamos en tener diseños exclusivos y le ponemos dedicación a cada prenda.

Edna Rocío Leal
Lina Fernanda Sopo

3114999849
Power Kids
Power_kids

INTERACCIÓN CON LOS CLIENTES

Buscamos interactuar con el cliente, dando una de las mejores experiencias, enviando publicidad de promociones al correo si los clientes lo desean, tendremos las redes sociales actualizadas para que tengan la facilidad de ver los productos, también crearemos una tienda online para la empresa, para que nuestros clientes puedan pedir nuestros productos desde la tienda online y puedan tener la facilidad de no tener que salir de sus casas.

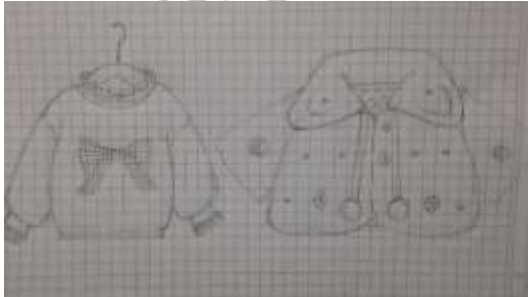
BOCETO PREVIO DEL PRODUCTO

Algunos de los moldes que se tienen planeados



DISEÑO DEFINITIVO

Estos son algunos de los diseños que se dejaron



CAMPAÑA DE LANZAMIENTO

La publicidad se dará inicialmente dando volantes, poniéndole etiquetas y nos enfocaremos en las redes sociales.



Problema	Solución	Propuesta de Valor única	Ventaja Especial	Segmento de clientes
Poca variedad en las prendas de vestir en la línea infantil.	* Variedad, calidad y competitividad en los diseños.	*Identidad *Reconocimiento personal *Calidad *Diversidad en diseños *Exclusividad *Creación de tendencia	*Confeccionamos diseños innovadores para niñas que se quieran ver guapas y a la moda.	*Mujeres entre los 20 y 36 años con hijas entre los 0 y 12 años de edad, pertenecientes a todos los estratos socioeconómicos
	Métricas Clave *Diseño de moda *Investigación de mercados *Investigación de tendencias *Confección personalizada *Diseño web *Capacitación empleados	*Atención preferencial todo el tiempo *Comunicación constante *Honestidad *Confianza	Canales *Pagina web *Redes sociales	*Madres *Padres *Abuelas *Abuelos *Tías *Amigas de la mamá.
Estructura de costos *Costureras *Vendedoras *Telas *Equipo de oficina *Local *Muebles *Decoración		Fuentes de ingresos *Ventas al por mayor y al detal *Inversiones *Asesorías en moda		

Modelo Running Lean de la empresa POWER KIDS



Nuestra idea de negocio sostiene que existen fundamentalmente dos tipos de actividades empresariales diferentes: relaciones con los clientes e innovación de productos.

Las dos actividades son importantes para nuestra organización y la que se escogiera para trabajar seria excelente a la hora de generar valor, pero si se hace un máximo esfuerzo en trabajar juntas las dos actividades dándole el mismo peso de importancia y especializándose en cada una de ellas cuidadosamente, como resultado habrá una combinación de experiencias y emociones de parte del cliente que hará que nunca quiere visitar otra tienda que no sea la que le ofrece, confianza, innovación, experiencias, servicio exclusivo y personalizado, teniendo en cuenta que al mercado infantil le falta más creatividad, mas diseños y más publicidad, lo ideal es generar valor a cliente desde todos los escenarios tanto en la innovación los diseños de las prendas como el enfoque en la atención exclusiva y personalizada,

Queremos aprovechar la necesidad que tienen los clientes a la hora de comprar ropa para sus hijos esta necesidad es la economía, la calidez y el diseño, que muchas veces estas tres cosas no se encuentran en el mercado, la idea es planificar las actividades por separado es decir; encargar a las personas de confección y diseño para especializarse en la innovación de las prendas, a las vendedoras y personal que trate directamente con el cliente se le capacitará para especializarlos en la atención al cliente llegando a perfilar a los clientes

La relación con el cliente tiene como fin el de encontrar nuevos clientes y establecer relaciones duraderas, mejorando la percepción de la marca, generando nuevas ventas a partir del foco en la experiencia del cliente. Capacitar a las vendedoras de la tienda y personal que maneja la página web de la empresa en cuanto a generar una cultura orientada al servicio, donde el cliente es lo más importante y lo primero en el modelo. El objeto de esta actividad es crear productos y servicios innovadores y atractivos que generen una posición de valor clara. La idea de negocio parte de una propuesta innovadora en el mercado, especializándose en crear prendas de diseños innovadores y exclusivos con telas de alta calidad.

OBJETIVO DE LA INVESTIGACION

Realizar un estudio exploratorio en mujeres entre los 20 y 36 años con hijas entre los 0 y 12 años de edad, pertenecientes a todos los estratos socioeconómicos de la ciudad de Bogotá, Colombia donde podamos conocer las actitudes, valores, intereses y motivaciones del segmento y así poder definir el perfil y adaptarlo al modelo de negocio logrando generar valor y nuevas experiencias al cliente.

*Edna Patricia Ariza
Lina Fernanda Sopo*



OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Conocer lo que piensa el segmento acerca de idea de negocio.
- Construir un perfil que identifique el segmento objetivo con el fin de personalizar el servicio brindando exclusividad.
- Identificar los procesos y características de las tiendas de ropa de alta calidad en Bogotá con el fin de diseñar estrategias y aplicarlas al modelo de negocio.

POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO

La población objeto de investigación son mujeres entre 20 a 35 años de edad con hijas entre los 0 a 12 años de edad, pertenecientes a todos los estratos socioeconómicos, ubicadas en la ciudad de Bogotá, Colombia.

ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

El proyecto tiene enfoque cuantitativo por las siguientes características: se planteó un problema de estudio delimitado y concreto, para obtener resultados, recolectamos datos numéricos de los objetos fenómenos o participantes, que se analizaron mediante procedimientos estadísticos.

TIPO DE INVESTIGACION:

El estudio que se llevó a cabo es de tipo Exploratorio, presentamos nuestro planteamiento y problema de investigación consistió en analizar y estudiar aspectos de la realidad que aún no están claramente definidos a un grupo de personas con el objetivo de conocer sus opiniones, percepciones y valoraciones sobre cada uno de los temas que estamos investigando, de tal manera que pudiéramos tener después suficiente información empírica, además de la teórica, para analizar y contrastar exploratoriamente las diferentes preguntas de investigación de nuestro estudio y nuestros primeros planteamientos básicos.

DISEÑO DE ENCUESTA

1. ¿Cuál es tu edad?
 - a) 20- 25
 - b) 26-30
 - c) 31 -35
2. ¿Cuál es la edad de tu hija?
 - a) 0 -4
 - b) 4 -8
 - c) 8-12
3. ¿Qué tan importante es la exclusividad en los productos para tu hija@?
 - a) Bastante
 - b) No mucho
4. ¿Qué es lo que más te gusta de cuando vas a comprar ropa para niños?
 - a) Exclusividad
 - b) Calidad
 - c) Precio
5. ¿Qué es lo que más valoras de un servicio cuando compras ropa?
 - a) Atención
 - b) Tranquilidad
 - c) Variedad
6. ¿Te gusta que tu hija@ lleve alguna marca en especial o compras porque te gusta?
 - a) Me gusta
 - b) Marca
7. ¿Alguna vez has comprado en una tienda online?
 - a) Si
 - B) No
8. ¿Cuál es el medio donde ves más publicidad sobre ropa para niños?
 - a) Redes Sociales
 - b) Revistas
 - C) Televisión
9. ¿Qué presupuesto estarías dispuesta a gastar en ropa para tu hij@?
 - a) 20.000 – 50.000
 - b) 50.000 – 70.000
 - c) 70.000-100.000

10. ¿Recomendarías esta tienda a tus amigos?

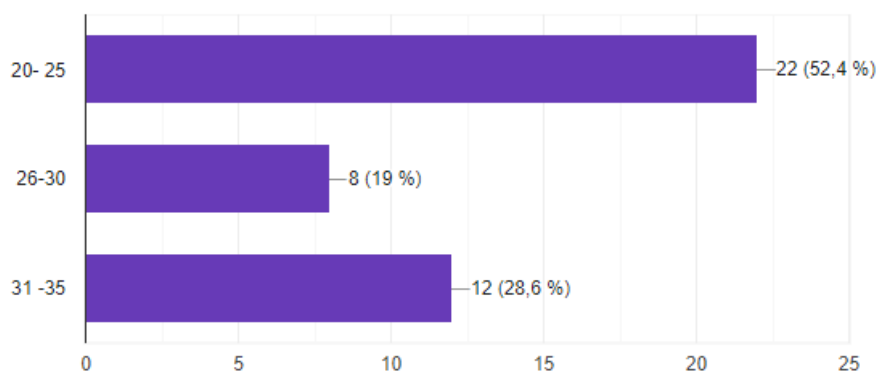
- a) Definitivamente Si b) No

RESULTADOS DE LA INVESTIGACION

- Resultados de la Encuesta hecha a madres y padres entre los 20 y 35 años de edad con hijos entre los 0 y 12 años de la ciudad de Bogotá, Colombia de todos los estratos.

1. ¿Cuál es tu edad?

42 respuestas

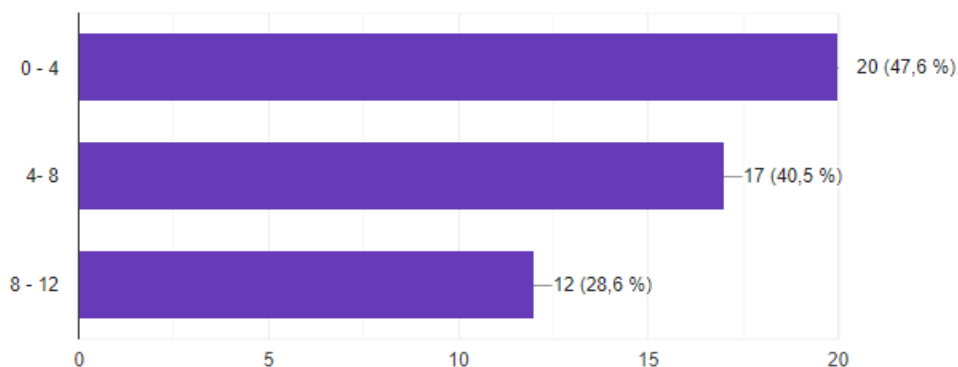


La mayoría de las madres y padres que contestaron la encuesta, se encuentran en el rango de edad entre los 20 a 25 años de edad, con el 52.4%, seguido de madres y padres entre 31 a 35 años con el 28.6 %, con el 19% se encuentran Madres y Padres entre los 26 a 30 años, con lo anterior podemos indicar que el resultado de las preguntas de la encuesta van a estar lideradas por mujeres entre los 20 a 25 años de edad.

3114999849
 Power Kids
 Power_kids

2. ¿Cuál es la edad de tu hij@?

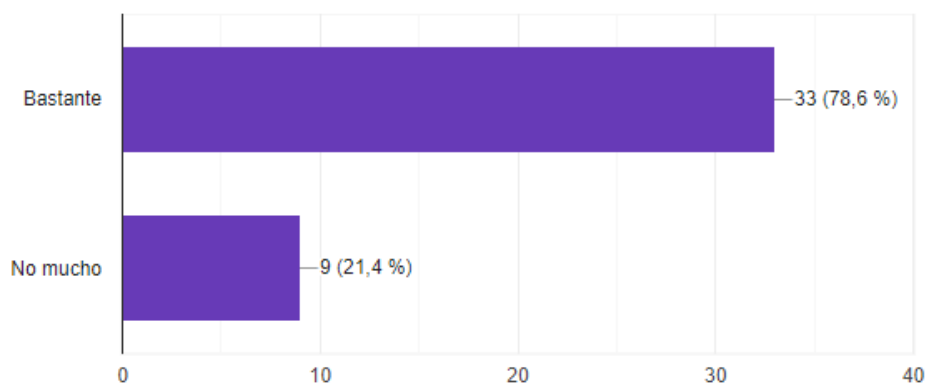
42 respuestas



Las edades de las hijas de las madres y padres encuestados que lidera en la encuesta esta entre los 0 a 4 años de edad, con un 47.6%, seguido de un rango de edad entre los 4 a 8 años, finalizando con un 28% que representa el rango de 8 a 12 años, con esto se deduce que la edad que predomina en las niñas esta entre los 0 a 4 años.

3. ¿Qué tan importante es la exclusividad en los productos para tu hij@?

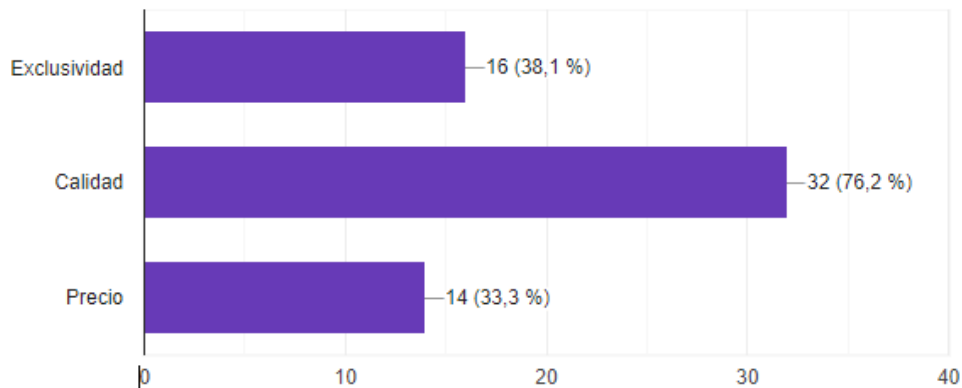
42 respuestas



El 78.6 % de las madres y padres encuestados dijeron que la exclusividad es muy importante cuando adquieren un producto, y el 21.4% restante respondieron que la exclusividad no es importante. Con esto podemos concluir que para el segmento es importante sentir exclusividad en el servicio y productos ofrecidos, es decir que la exclusividad se convierte en un factor importante en la mente de los padres.

4. ¿Qué es lo que más te gusta de cuando vas a comprar ropa para tus niño@s?

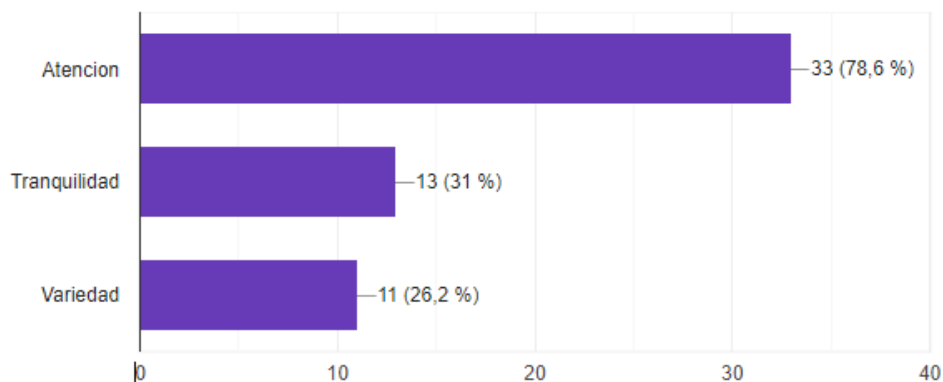
42 respuestas



El 76.2 % de las madres y padres encuestados dijeron que la calidad es lo que más le gusta cuando adquieren un producto, el 38.1% respondieron que la exclusividad y el 33.3% nos indicaron que el precio. Con esto podemos concluir que para las madres y padres es importante sentir gusto por los productos ofrecidos.

5. ¿Qué es lo que más valoras de un servicio cuando compras ropa?

42 respuestas

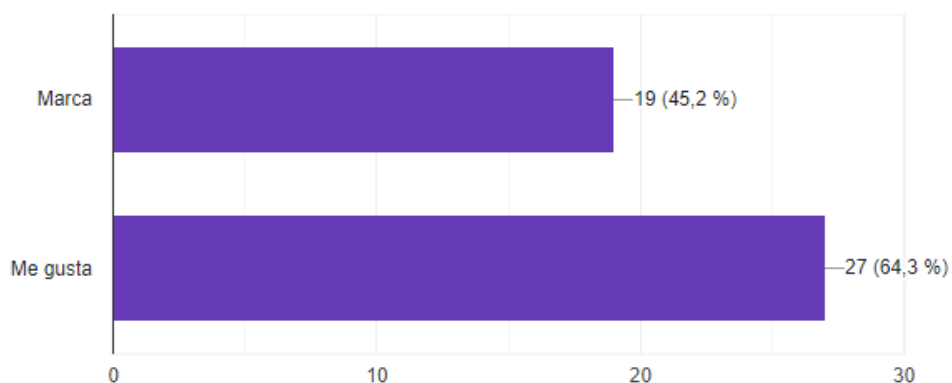


La mayoría de las mujeres entrevistadas coincidieron en que lo que más valoran durante del proceso de compra es la atención por parte de los empleados de las tienda, seguido de la

tranquilidad en el momento de compra y por último se encuentra la variedad en los diseños de las prendas con un 26.2%.

6. ¿Te gusta que tu hij@ lleve alguna marca en especial o compras porque te gusta?

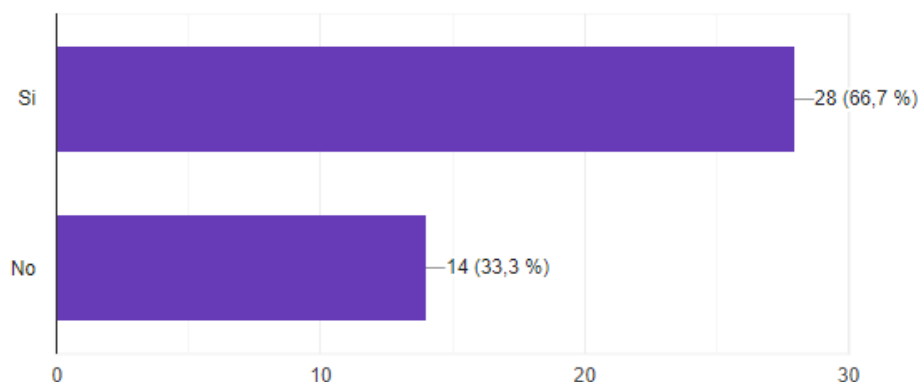
42 respuestas



De las 46 personas que hicieron la encuesta el 64.3% prefieren comprar ropa a sus hijos con porque les gusta, y el 45,2% de las personas también se guían por la marca, De esto podemos concluir que como los padres no toman en cuenta la marca esto sería un beneficio para nosotros mientras nos damos a conocer.

7. ¿Alguna vez has comprado en una tienda online?

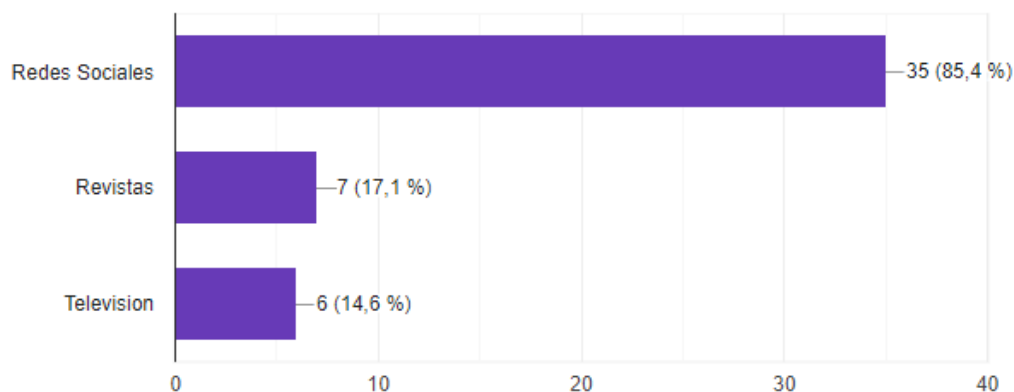
42 respuestas



El 66,7% de las personas que tomaron la encuesta respondieron que al menos una vez han comprado por tienda online, dándonos una gran ventaja sobre las tiendas físicas.

8. ¿Cuál es el medio donde ves más publicidad sobre ropa para niños?

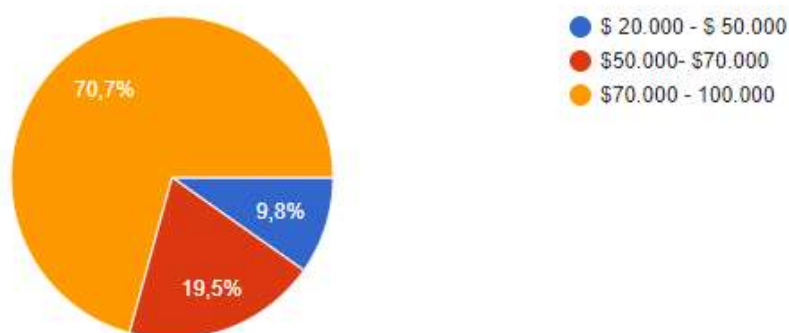
41 respuestas



El 85,4% de las madres y padres que respondieron la encuesta ven publicidad más seguido en las redes sociales, este es un punto a favor ya que nos podemos dar a conocer por medio de estas app, seguido de un 17,1% de las personas que ven la publicidad por medio de revistas y finalizando con un 14,6% ellos ven publicidad por medio de televisión.

9. ¿Qué presupuesto estarías dispuesta a gastar en ropa para tu hij@?

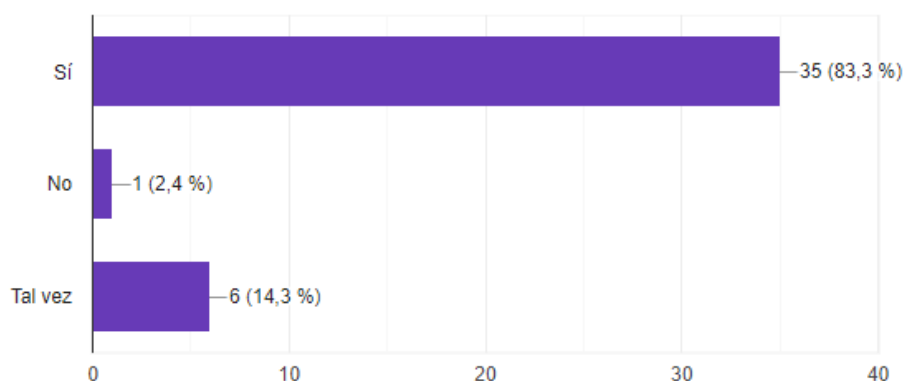
41 respuestas



Se ve reflejado con un 70,7% que los padres están dispuestos a gastar más de 70.000 en vestuario para sus hijos dándonos la oportunidad de valorizar aún más nuestro producto, seguido vamos con un presupuesto entre los 50.000 y 70.000 y finalizando con un 9,8% que tienen un presupuesto entre los 20.000 hasta los 50.000, abriendo aún más nuestro rango de alcance a nuestros clientes

10. ¿Recomendarías esta tienda a tus amigos?

42 respuestas



Con un 83,3% se da a conocer que los usuarios si recomendarían esta tienda con sus amigos, siendo motivo de satisfacción ya que nuestros clientes ven la tienda y el producto como uno de los mejores, un 14,3% de estos aún no están totalmente seguros si lo harían, y por último solo un 2,4% no lo harían.

FOCUS GROUP

<https://youtu.be/qWiC7FXjKgM>



CONCLUSIONES

Power kids es una idea de negocio innovadora y creativa cuando se quiere demostrar y compartir amor. Es una propuesta que resulta interesante y aceptada por el mercado colombiano según resultados de la investigación, en especial es bien percibida para el segmento de madres y padres entre los 20 a 25 años con hijas entre los 0 a 12 años de edad, ubicadas en la ciudad de Bogotá. Siendo una propuesta innovadora en tendencia y moda, la percepción del segmento objetivo fue muy positiva y alentadora para llevar a cabo este proyecto, dando la seguridad de que si existe una parte del mercado interesado en adquirir este tipo de productos y servicios en la industria textil en Colombia.

Para llevar a cabo la propuesta de este modelo de negocio se realizó investigación y una encuesta de tipo exploratorio. Esto permitió identificar todo un entorno influyente para el consumidor donde hay factores determinantes cuando se quiere tomar la decisión de adquirir un producto, o adaptar una nueva tendencia y moda dentro del estilo de vida. El análisis del entorno del segmento permitió entender porque las mujeres de estas edades con hijas les gustaría implementar en su vida la nueva tendencia.

Durante el tiempo de investigación para el desarrollo de este nuevo proyecto se descubrió, analizo y se entendió porque es tan importante generar valor para el cliente, además de avanzar en creatividad brindando experiencias que enamoran, creando un vínculo emocional entre el cliente y la marca. Conociendo las motivaciones, actitudes, pensamientos e intereses del segmento objetivo, es importante señalar que es necesario desarrollar un plan de marketing bien estructurado buscando afecto de los clientes para hallar como resultado fidelización por la marca, ya que es un segmento delicado y sensible en cuanto la atención, calidad y servicio cuando buscan adquirir un producto o servicio es necesario crear estrategias que brinden experiencias, motivaciones y sensaciones que lleguen a lo más profundo del cliente.

CIBERGRAFÍA.

Revista Dinero; Nueva Normalidad en la economía, Recuperado de:

<https://www.dinero.com/empresas/articulo/cual-es-la-nueva-normalidad-en-la-economia-colombiana/291116>

Moda infantil, ropa para niños y niñas, Recuperado de:

<https://childrens-spaces.com/es/moda-infantil-ropa-para-ninos-y-ninas/>

www.creacionesfabiany.com

www.offcorss.com

rogaletjeans.com

Industria Textil, Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/industria-textil.html#:~:text=La%20industria%20textil%20es%20la,usan%20las%20personas%20para%20vestirse.>

Innovación y creatividad en los negocios. Recuperado de: <https://www.salesup.com/crm-online/cc-innovacion-en-los-negocios-creatividad.shtml>

Así viven los bogotanos. Recuperado de:

<https://www.metrocuadrado.com/noticias/actualidad/asi-viven-los-bogotanos-3774#:~:text=El%20Censo%20encontr%C3%B3%20que%20en,0%20parte%20de%20una%20vivienda.>

Así se conforman las familias bogotanas. Recuperado de:

<https://www.integracionsocial.gov.co/index.php/noticias/95-noticias-familia/3823-asi-se-conforman-las-familias-bogotanas>

Colombia, así se mueve el mercado de ropa infantil en Colombia. Recuperado de:

<https://www.grupomercadeo.com/colombia-asi-se-mueve-el-mercado-de-la-ropa-infantil-en-el-pais/>

Trucos para verificar ropa de buena calidad. Recuperado de: <https://lavozdelmuro.net/14-trucos-de-experto-para-descubrir-si-la-ropa-es-mala-o-de-calidad/#:~:text=Los%20botones%20son%20un%20gran%20indicador%20de%20la%20calidad%20de%20una%20prenda.&text=Casi%20siempre%20puede%20reconocerse%20la,el%20continua%20oroce%20del%20abotonado.>

Tendencias. Recuperado de: <https://www.tendencias.com/tendencias/el-fin-del-romance-cuando-una-tendencia-se-pasa-de-moda>

Guía para la evaluación de impacto. Recuperado de: <https://guia.oitcinterfor.org/como-evaluar/como-se-construyen-indicadores>

Normativa en guía de emprendimiento. Recuperado de: <https://encolombia.com/economia/economiacolombiana/emprendimiento/normativa/>

La importancia de los celulares en la vida cotidiana. Recuperada de:

<https://www.diariodexalapa.com.mx/finanzas/tecnologia/la-importancia-de-los-celulares-en-la-vida-cotidiana-1825291.html>

La importancia de los celulares en la vida cotidiana. Recuperada de:

<https://www.diariodexalapa.com.mx/finanzas/tecnologia/la-importancia-de-los-celulares-en-la-vida-cotidiana-1825291.html>

*Edna Rocio Leal
Lina Fernanda Sopo*

3114999849
Power Kids
Power_kids