

STREET INDUSTRY



Sebastián Barragán

Nicolas Martínez Ramirez

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN
BOGOTA D.C 2020

Tabla de contenido

1. Idea de negocio
2. Analiza el sector
3. Identificación del sector y problemas
4. Creación de una idea de negocio
5. Innova
6. Estudio del mercado
7. Segmenta el mercado
8. Diseña la propuesta de valor
9. Propuesta de valor
10. Diseño de producto
11. Prototipo
12. Desarrollo el modelo running lean
13. Validación de la idea de negocio
14. Aplicación de la encuesta
15. Tabulación
16. Análisis de la información

Idea de negocio

Nuestra idea de negocio es crear una productora y distribuidora de confecciones enfocada en la ropa exterior masculina.

Objetivos de desarrollo sostenible:

Conseguir distribuir nuestro producto a través de las redes sociales y distribuidores generales a través de nuestra red publicitaria común, y así tener canales de distribución compartida positivos, sin necesidad de que nuestros empleadores tengan que movilizarse los 6 días consecutivos a nuestra empresa permitiéndoles estar más tiempo con sus familias, generar empleo a las personas que de verdad quieran ingresar a nuestra empresa con la mejor actitud para poder crecer compartidamente y generar interés la mayoría del tiempo.

Análisis pestel

Político: En su constitución se designa que es un Estado Social de Derecho; es decir que la nación colombiana establece una relación natural a principios y valores que competen sentido con el derecho a la vida, prevalencia del interés generales sobre el particular, solidaridad, protección de las riquezas culturales y naturales, dignidad humana y participación ciudadana. (Universidad Nacional de Colombia, 2007) En términos actuales, la firma del acuerdo de paz entre el gobierno nacional y el grupo subversivo más grande de Colombia, FARC, es un tema que afecta todas las áreas de la vida nacional y, por ende, afecta todo lo relacionado al plano empresarial. Para los expertos esto trae más ventajas en términos de Colombia hacia el mundo, debido al impacto favorable de la imagen país que podría incidir en la entrada de inversión extranjera al país y en la demanda de turismo internacional. Sin embargo, en términos locales este proceso conlleva costos y gastos que podrían afectar el heraldo público, razón por la cual afecta la estabilidad fiscal del país.

De esto derivan reformas tributarias que dejan un IVA del 19%, lo cual desestimulan el desarrollo del sector empresarial y por ende el sector textil. (Santana, 2018)

Económico: Este sector representa el 7,4% del Producto Interno Bruto (DANE, 2014), y en el primer trimestre de 2014 creció un 3,6% con respecto al mismo periodo del año anterior (DANE, 2014). El sector Textil-Confección es el responsable del 15,5% del empleo industrial, ya que entre las 450 empresas textiles y las 10.000 plantas formales de confección que operan en el país generan más de 450.000 empleos, según Carlos Eduardo Botero Hoyos, presidente del Instituto para la Exportación y la Moda (Inexmoda). La actividad textil se desarrolla en todo el territorio nacional, pero las mayores concentraciones están en Medellín, Bogotá, Cali y Risaralda. Medellín produce principalmente tejido plano y tejido de algodón, y Bogotá se centra en la fibra sintética. En el 2012 la demanda del sector se vio principalmente afectada por la situación económica del país, la crisis financiera, el crecimiento del desempleo y el aumento de las importaciones legales e ilegales por parte de grandes proveedores de diferentes países a bajo costo, especialmente China y Panamá (Superintendencia de Sociedades, 2013). El contrabando es sin duda el problema más significativo que tiene el sector. El año pasado la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (Dian) y la Policía Fiscal y Aduanera (Polfa) confiscaron alrededor de \$65.000 millones en confecciones, es decir 9,3 millones de unidades del producto y sobre \$7.000 millones en textiles equivalente a casi tres millones de metros (Portafolio, 2014). Se estima que el contrabando representa entre 30% y 40% (Portafolio, 2014) del comercio en Colombia y seguirá siendo cáncer para el gremio que aún no encuentra la fórmula para resolverlo. Según las últimas cifras del Dane, la mayoría de los indicadores claves en la cadena textil confecciones están restableciéndose. Desde la Cámara de la Cadena Algodón, Fibras, Textil y Confecciones de la Andi, señalan que después de haber mostrado cifras negativas de enero a noviembre del 2013, la industria comienza a tener un crecimiento

positivo desde diciembre del pasado año hasta el día de hoy (ANDI, 2014). La entidad resalta cómo parte de esta recuperación se debe al Decreto 074, ahora 456, mencionado anteriormente (Gerlein, 2015)

Social: podemos que en el entorno existen varias formas de pensar y de vestir, ya sea la forma y decisión de cada quien siempre hay una gran deferencia lo cual causa excentricidad revolucionaria hacia la ropa y forma de vestir, podemos ver que las redes sociales son evidencia de las diferentes modas de vestir de cada quien algunos son oscuros otros todo lo contrario, algunos utilizan ropa de colores demasiados peculiares, así que este característica peculiar de las personas lleva a los fabricantes a la creación de prendas de ropa que se acoplen al este mundo que cada día cambia, cada vez las tiendas físicas son menos y vienen las tiendas virtuales donde todo es mucho más rápido y más efectivo.

Tecnológico: En Colombia tanto empresas textilerías como empresas confeccionistas han invertido en tiempo y dinero para lograr innovación de productos y desarrollo tecnológico por medio de alianzas estratégicas y aprovechamiento de mercados. El actual gobierno también está invirtiendo en innovación en varios sectores incluyendo el de textil-confección lo cual ha aportado en las estrategias principales de las empresas. Por otro lado, el sector está empujando y esperando para que se lleve a cabo la triada Universidad-Empresa-Estado con el fin de que se adelanten procesos de investigación e innovación que ayuden en la reducción de costos, en la diferenciación de los productos y la creación de valor agregado para que la competencia alimente al sector, y lo vuelva más eficiente (Superintendencia de Sociedades, 2013).

Adicionalmente para motivar al sector, el Gobierno Nacional ha creado políticas públicas como incentivos financieros, salariales y tributarios. Sin embargo, hay aspectos que desnivelan a la producción colombiana frente a la producción de otros países, como por ejemplo los altos costos

de energía y la mala infraestructura que causa costos elevadísimos a la hora de transportar mercancías. (Gerlein, 2015)

Identificación del problema:

la creación de la ropa masculina ha cambiado su contorno ya que existen demasiadas opciones de vestir, el día de hoy ha cambiado el estilo de vestir de los hombres y de las mujeres ya no se utilizan como el mismo estilo para poner en sus cuerpos ya hoy en día ha cambiado demasiado este asunto así que la creación de una sola tienda que pueda llegar a tener todo los estilos metidos y un gran mundo de prendas desarrolladas para todos los estilos e infinidades de combinaciones que se pueden llegar a realizar el día de hoy como ya sean camisas, camisetas, pantalones, pantalonetas, chaquetas, zapatillas, etc..., y otra cantidad de prendas, así que por eso llego Street industry lo cual busca que en nuestra tienda se vuelva cliente una persona joven como una persona mayor edad sin que tengan problemas por su elección de ropa.

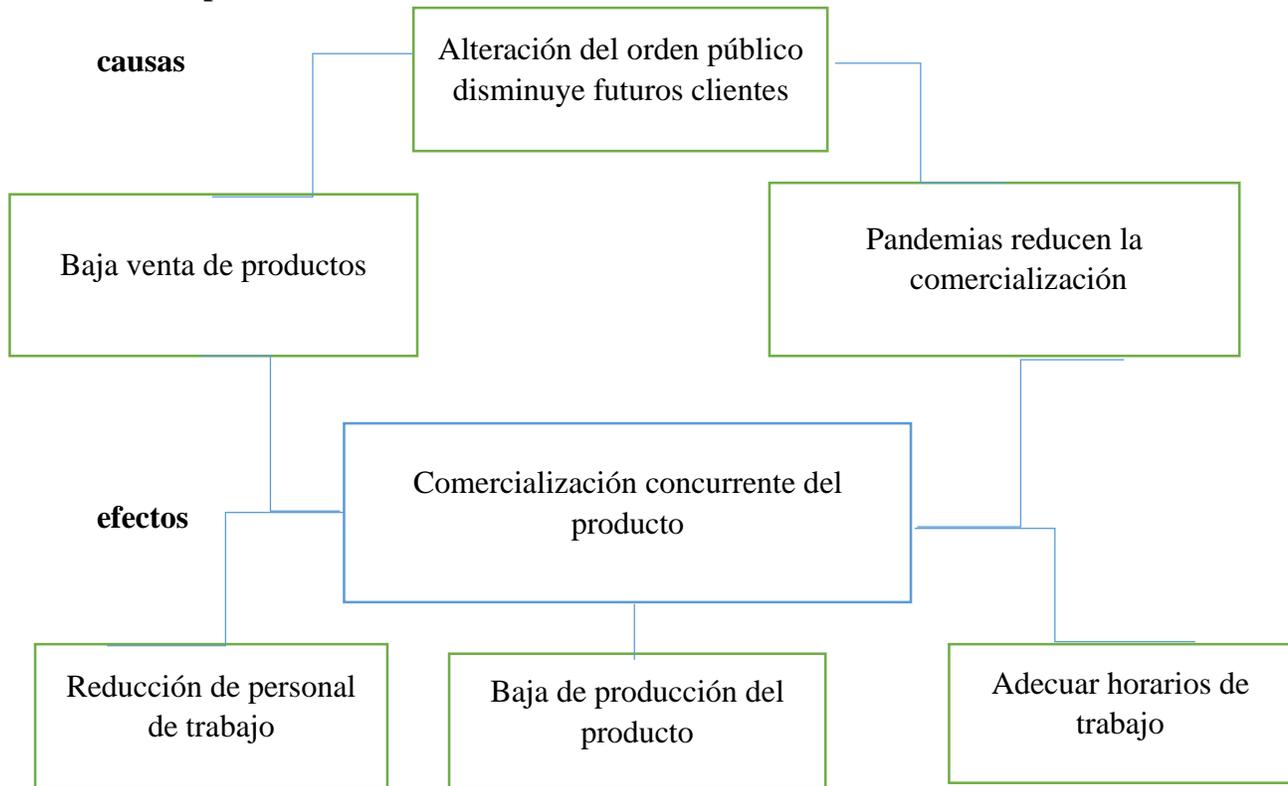
¿Qué problema afecta a la comunidad, clientes y entorno al que pertenecen?

El estilo de ropa, las cualidades de la ropa y el gusto de los clientes por el producto.

Criterio	Problema 1	Problema 2	Problema 3
Conocimiento o experiencia	el estilo de ropa	Comercialización del producto en pandemia	La baja de ventas de los productos
Asesoramiento de un experto (si se requiere, ¿lo tenemos?)	3	5	5

Alcance (técnico ¿tenemos las herramientas? ¿podemos desplazarnos para evaluar el problema?, ¿tenemos acceso a información /datos/cifras, ¿puedo darle alguna solución?)	5	3	4
Tiempo (posible solución)	4	4	4
Costos (posible solución)	3	3	3
Impacto ¿es trascendental? ¿representa un desafío para ustedes?	4	4	5
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	4	5	4
TOTAL	23	24	25

Árbol de problemas



¿Quiénes son los involucrados?

- Empleados
- Proveedores
- Inversionistas
- Clientes

¿Cuáles son las condiciones negativas percibidas por los involucrados?

Empleados: se disminuirá el personal y quedaran sin empleo

Proveedores: se cerrará por un tiempo la utilización de sus servicios prestados

Inversionistas: sus ingresos esperados probablemente disminuyan o se aplacen

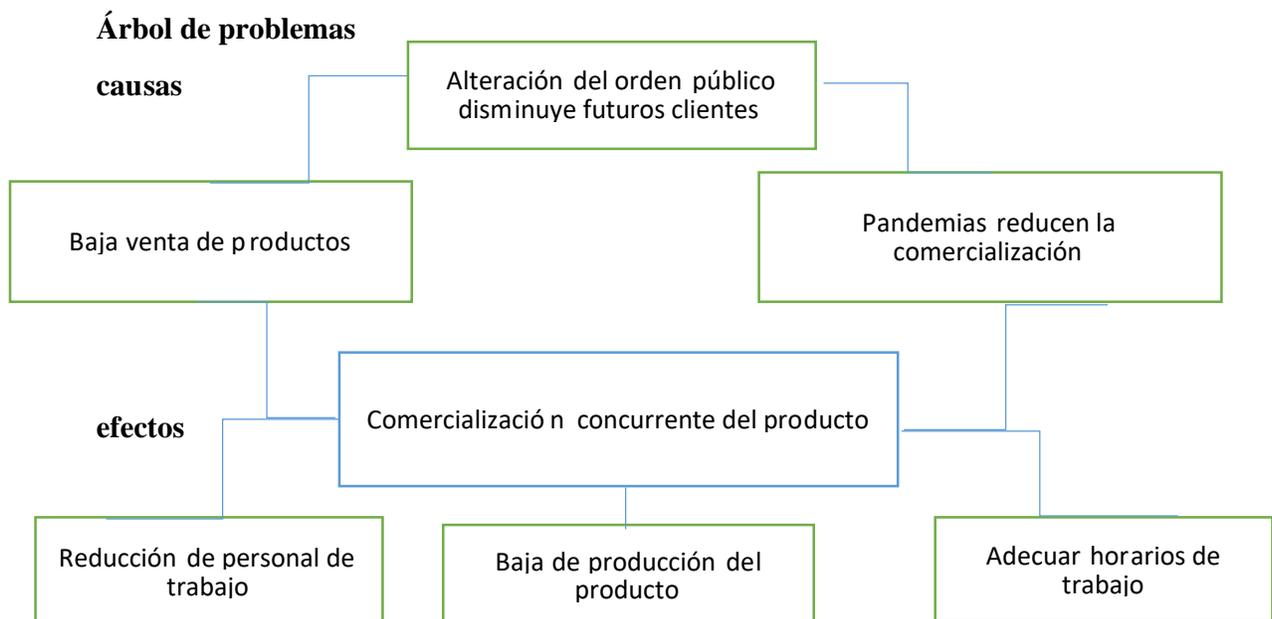
Clientes: aquellos clientes se detendrán el envío de los productos y menos producción de nuevos productos

El problema central es:

comercialización concurrente del producto se verá impactado por la pandemia del virus covid-19 el cual a forzados a los países a cerrar la mayoría de sus ingresos económicos y la comercialización de materias primas y productos extranjeros, esto ha detenido la mayoría de empresas, microempresas y ha llevado a otros negocios a detenerse y caer en bancarrota total.

Relaciones causalidad-efecto

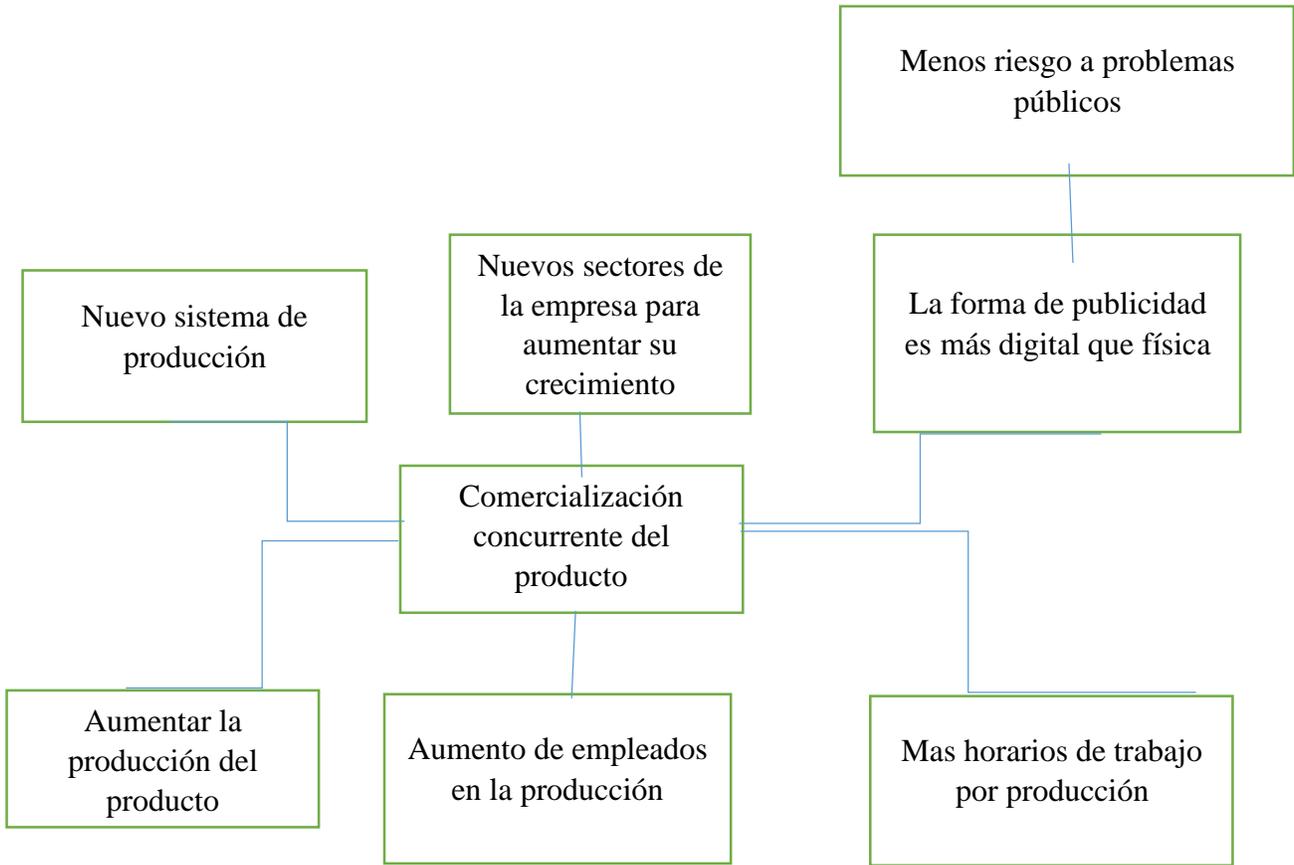
En este problema la causa de las pandemias, alteración del orden público, lleva tomar decisiones importantes para la empresa ya que puede llegar a cerrarse la empresa para siempre por alguna decisión mal tomada ya que esto lleva a despedir empleados, perder dinero de inversionistas y llegar a perder todo el capital obtenido hasta la fecha de la empresa.



Problema central:

¿Cómo lograr que la comercialización concurrente del producto aumente de manera productiva?

Árbol de objetivos:



TECNICA DE IDEACION:

Relaciones forzadas

Conceptos y elementos estímulo	Características	Nuevas ideas

Chaqueta	Prenda de vestir que cubre el cuerpo hasta más abajo de la cadera, con mangas, abierta	Chaqueta aprueba de agua con diseño de mangas que se pueden quitar con solo bajar
	por delante y generalmente ajustada al cuerpo; suele llevarse sobre otras prendas como prenda de abrigo.	un cierre al igual que colocar o quitar una capota. Chaqueta con diferente personalización.

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	<input checked="" type="radio"/>	4	5
- No me incomodaría decir a otros que me dedico a esta actividad.	1	<input checked="" type="radio"/>	3	4	5
- Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio.	1	2	3	4	<input checked="" type="radio"/>
- Considero que en seis (6) meses puedo tener el negocio funcionando.	<input checked="" type="radio"/>	2	3	4	5
Nº TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN:					

Elaborado por: Jonathan Moreno R. / Coordinador del Servicio de Atención al Emprendedor

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

PUNTAJE TOTAL 11

Interpretación del Puntaje Total

De 20 a 15 pts. = Tiene UD. una idea de negocio que le interesa realmente. Continúe analizándola.

De 15 a 10 pts. = Aparentemente esta idea de negocio no resulta apropiada para UD. Sin embargo, evalúe sus atributos para una mejor decisión al respecto.

Menos de 10 pts. = Para usted, en estos momentos, no vale la pena esta idea. No hay disposición para desarrollarla.

¿Cuál es el producto o servicio?	Producto , ropa masculina
¿Quién es el cliente potencial?	Las familias que buscan ropa para papá ,hijos Primos etc.
¿Cuál es la necesidad?	Querer cambiar de estilo y sentirse seguro con la ropa que está usando
¿Cómo funciona el producto o servicio?	Se pone como preñar para vestir
¿Por qué lo preferirían?	La calidad y el buen precio

Como podemos dejar de sudar demasiado



Para que los....



Alternativas

Primera alternativa: Es que el negocio de ropa sea exclusivamente para personas dedicadas

al deporte, diseñando vestimenta solo para hombres

Segunda alternativa: Es diseñar un tipo de vestimenta con el diseño enviado desde un sitio web cada parte de la vestimenta (Pantalón o Camisa) se diseña por separado

Tercera alternativa: Escanear al sujeto que comprara la vestimenta y diseñarla para una mejor comodidad

Cuarta alternativa: Crear vestimenta de todo tipo de tela y estilo. Mejorará la variedad y calidad

Que otras empresas brindan soluciones al mismo problema que quieres resolver

Empresas como Adidas – Saeta – Nike – Tienen soluciones que ya la gente confían y son fieles a los productos de las empresas mencionadas , primera solución es que la calidad de sus productos son de un nivel muy alto ,segunda solución Tienen gran variedad ya sea pantalones, sudaderas , camisas y hasta gran variedad de zapatos.

Las entregas por compras online son confiables con atención al cliente por alguna queja. Estas soluciones son las que queremos ejercer en nuestra empresa para llamar a más clientes y ganarnos su confianza ¡Calidad Precio!

La competencia

Como “derrotaremos” a la competencia, Nuestra tienda de ropa tomara como liderazgo la calidad del producto y precio del mismo tomaremos una herramienta muy importante para presentación del producto la cual es la Publicidad.

Innovación

En caso que nuestra idea no funcione tomaremos esta idea que se basa en crear un sitio web con mecanismos de fabricación de vestimenta, donde los usuarios puedan PERSONALIZAR su vestimenta, así como imprimir en hojas, pero en esta idea sería en telas de alta calidad, usando la misma herramienta de Publicidad para mejores resultados para la tienda.

A) Contextualización de la empresa:

Street industry: comenzará con una actividad económica baja por su inicio mientras los primeros 6 meses se comienza renovar su actividad económica, la empresa comenzará con dos trabajadores y tendrá ubicación inicial en la ciudad de Bogotá D.C.

B) Análisis de la demanda:

Nuestros usuarios tienen una personalidad joven y creativa diferente a lo común, nuestros usuarios se comportan de una manera deportiva, de estar en excelentes condiciones, de sentir buena calidad en sus productos. Sus creencias sus diferentes no son comunes entre gran cantidad de usuarios, el mercado es de gran tamaño, ahí gran probabilidad de espacio de mi idea de negocio en este mercado ya que es de gran variedad y se basa en varias estrategias de comercialización en la cual podemos entrar.

C) Análisis de la oferta:

Nuestros competidores son aquellos que llevan años en el mercado manejando su producto con experiencia los cuales manejan una distribución de producto textil bastante grande y organizada y aproximadamente existen 6.500 empresas dedicadas a la producción de textiles. (fashionunited, s.f.).

algunas de las empresas utilizan como estrategias la implementación de publicidad de propagandas en la televisión y redes sociales como fuerte para que sean conocidas mucho más allá de una ciudad o un país.

Los puntos fuertes de mi empresa son la estrategia de publicidad, la facilidad de producción y los puntos débiles son la obtención de materias primas y producción continua de nuestro producto. La forma en la que me voy a dar a mis competencias es la de dar a conocer a nuestros clientes nuestro producto a través de sus redes favoritas dándoles la posibilidad de adquirir nuestros productos de forma fácil que nos conozcan que sepan cómo trabajamos, como se conforma el producto de ellos en nuestra empresa y que sepan que su producto está en buenas manos hasta el punto de su entrega.

Nombre del competidor	Producto	Precio	Servicio (ventaja competitiva)	Ubicación
COMERCIALIZADORA ARTURO CALLE S.A.S.	camisetas	29.900	Calidad Comercializa en todo el país	Bogotá
FACOL S.A.	camisetas	24.900	Calidad y precio	Bogotá
PAT PRIMO	camisetas	17.830	Precio	Colombia
PERMODA S.A.	camisetas	15.920	Calidad de los materiales	Bogotá
ORGANIZACIÓN NACIONAL DE COMERCIO ONLY	Camisetas	20.000	Precio y materiales	Bogotá

D) Análisis de la comercialización y de los proveedores:

Camisetas emirs calidad y emprendimiento

Precio aprox. 7500 x camiseta

Localización geográfica: Bogotá

Experiencia: 10 años

Posibilidad de alianzas:

Conocimiento del mercado: conocen el gusto del cliente

Cumplimiento legal:

Aritex

Precio

Localización geográfica: Bogotá

Experiencia

Posibilidad de alianzas:

Conocimiento del mercado: conocen la distribución a gran cantidad de sus productos

Cumplimiento legal

Favorece una mejor postura debido a su mayor elasticidad reduciendo el riesgo de contracturas.

Mejora la circulación sanguínea y reduce los riesgos cardiovasculares al estar más holgada, en la mayoría de los casos.

Disminuye la hinchazón, reduciendo los problemas de retención de líquidos

Cuidado de la piel. Para problemas dermatológicos es aconsejable una ropa transpirable, fresca. La ropa casual y cómoda ayuda en problemas como la dermatitis, sequedad, falta de transpiración.

Con un calzado deportivo, conseguimos una mejora de muchos problemas podológicos como las rozaduras, ampollas, problemas de fascitis plantares, dolor en las articulaciones.

<p>Inserta una foto del cliente</p> 	<p>Describe los miedos, frustraciones y ansiedades.</p> <p>No lograr lo que siempre he querido hacer en su vida . No me gusta sentirme como Sucio y mal vestido</p>	<p>Desea, necesita, anhela y sueña.</p> <p>Me gustaría ser cantante reconocido ya sea trap , reggaetón o rap</p>
<p>Demográficos y geográficos</p> <p>Colombia, ninguna raza, 18 años, Bogotá</p>	<p>¿Qué están tratando de hacer y porqué es importante para ellos?</p> <p>Estoy intentando lograr un futuro mejor para mi vida, es importante ya que no quiero terminar como la mayoría de la gente de mi al rededor donde vivo.</p>	<p>¿Cómo alcanzan esas metas hoy? ¿Hay alguna barrera en su camino?</p> <p>Estoy intentando lograr un futuro mejor para mi vida, es importante ya que no quiero terminar como la mayoría de la gente de mi al rededor donde vivo. Yo soy mi propia barrera</p>
<p>Frases que mejor describen sus experiencias</p>	<p>"El que tenga miedo a morir que no nazca"</p> <p>"El respeto de sí mismo es el sentimiento de seguridad del que nadie, hasta ahora, desconfía. "</p>	
<p>¿Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta?</p>	<p>No, Si es seguro de cómo te sientes con o eso vasta</p>	

A- Este tipo de cliente lo puedo encontrar en cualquier lugar y cualquier red social ya que nuestra empresa contiene cualquier tipo de prenda que el cliente le guste. Este tipo de empresa se puede encontrar en las esquinas de una avenida o dentro de un centro comercial

B – 1- La Seguridad en sí mismo

2 – No sentirse sucio o mal vestido

3- No le importa lo que digan los demás

4– Es su propia barrera, ósea él sabe lo que busca

5- Les gusta la moda actual

C- Se relaciona con amigos y familiares

D- Si el tema va pegado a lo que le puede interesar de nuestra empresa sin duda la Ropa Urbana

4- No tiene algo del otro mundo cualquier tipo de cliente puede ajustarse a cualquier tipo de vestimenta masculina que este en nuestro negocio.

Estamos conscientes de que la competencia es demasiada, en el lugar donde posiblemente vamos a procesar esta idea de negocio no se ven este tipo de ideas de Diseño de prendas personalizadas.

De algo se empieza y queremos ganarnos la confianza del cliente.

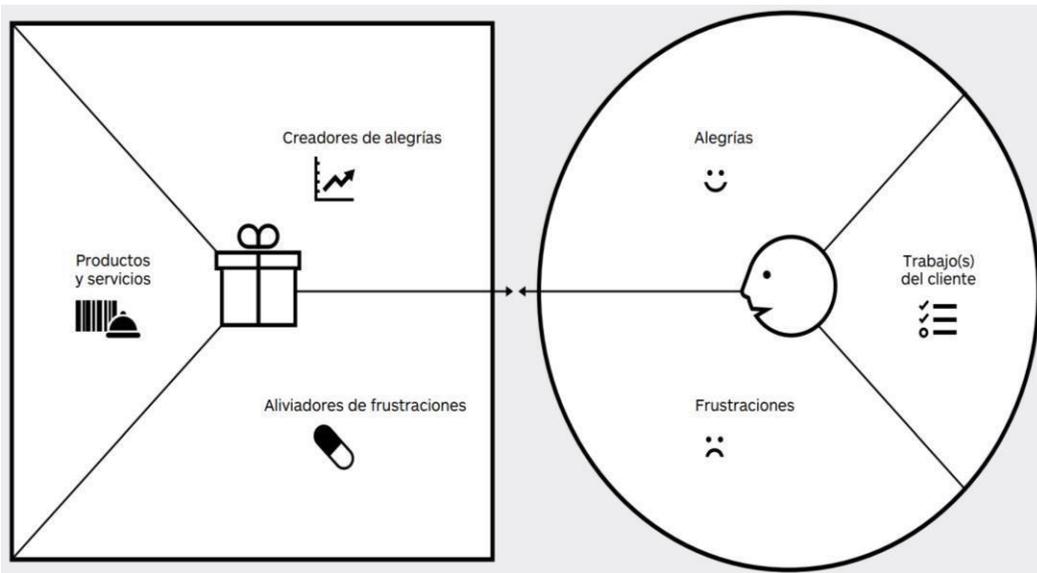
El cliente potencial son los hombres cualquier gusto de prenda se podrá proceder a la confección de la prenda de vestir

Podemos hacer prendas de nuestra marca para enviar al comercio, pero si la posibilidad de Personalizar

la prenda de vestir.

El proyecto integrador nos permitió realizar un proceso en el cual se ejecutó, recolecto, analizo, y organizo información con el fin de incorporar formularios y generar consultas e informes con información basada en la empresa.

PROPUESTA DE VALOR



Tarea funcional: Tenemos que el cliente quiere lucir otra prenda de vestir.

Tarea social: El cliente se interesa mucho por estar bien vestido y lucir su vestimenta completa

Tarea emocional: El cliente tiene la sensación de estar cómodo con los que está vistiendo

Alegrías: Al cliente le gusta sentirse cómodo con lo que está vistiendo.

Frustraciones: Al cliente no le gustaría usar prendas de mala calidad que parecieran usadas.

Productos y/o servicios: Ropa Masculina

Creadores de alegrías: Personalización del conjunto de vestir

Aliviadores de dolores: Calidad de tela y durabilidad (garantía)

ENCAJE: Elaborar ropa masculina con personalización que sean de buena calidad.

FRASE: La confianza en sí mismo es el secreto del éxito personaliza a tu manera

Definición estratégica:

1. Ley 1480 de 2011:

La protección de los consumidores frente a los riesgos para su salud y seguridad.

El acceso de los consumidores a una información adecuada - de acuerdo con los términos de esta Ley que les permita hacer elecciones bien fundadas.

La educación del consumidor.

La libertad de constituir organizaciones de consumidores y la oportunidad para esas organizaciones de hacer oír sus opiniones en los procesos de adopción de decisiones que las afecten.

La protección especial a los niños, niñas y adolescentes, en su calidad de consumidores, de acuerdo a lo establecido con el código de infancia y adolescencia. (industria comercio superintendencia, s.f.)

Ley 1762 de 2015: por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales. aquellas actividades que se inscriben en el marco de la vida privada o familiar de las personas naturales. (min TIC, s.f.)

decreto y el 1744 de 2016: Mediante este decreto se establecen mecanismos para fortalecer el sistema de gestión del riesgo y el control aduanero frente a posibles situaciones de fraude

aduanero asociadas a las importaciones de confecciones y calzado, independientemente del país de origen y/o procedencia. (vlex colombia, 2016)

Ley 232 de 1995: *Requisitos documentales exigibles a los establecimientos de comercio para su apertura y operación*. Las autoridades distritales y municipales al momento de realizar visitas de control, solo podrán exigir a los propietarios de establecimientos de comercio. (el servicio público es de todos, 2008)

DISEÑO DE CONCEPTO

- 1- Máquina de coser industrial.
- 2.- Muebles de costura.
- 3.- Cortadora de tela.
- 4.- Alicates Sacabocado.
- 5.- Agujas para Máquina de Coser.
- 6.- Cutter manual.
- 7.- Base de corte.
- 8.- Máquina de Coser Overlock.
- 9.- Remalladora y Recubridora.
- 10.- Prensa de palanca.
- 11.- Tijeras de Modista.
- 12.- Tijera zigzag.

13.- Bobinadora eléctrica.

14.- Reglas de costura.

15.- Tijeras Corta-hilos.

16.- Descosedor.

17.- Cinta métrica.

18.- Bolígrafo de sastre.

19.- Kit de prensatelas.

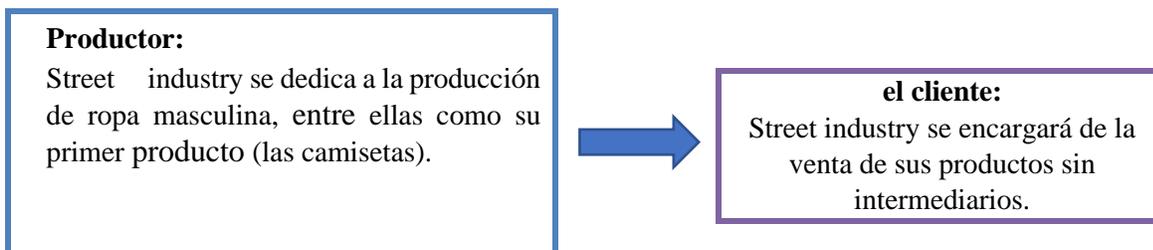
20.- Enhebrador automático.

Diseño en detalle

Alistamiento de las materias primas
Organización de las telas a usar
Determinar las dimensiones correctas del producto
Cortar la tela de acuerdo a la forma indicada
Coser bordes y terminados

Corregir errores de costura y verificar nuevamente
Dirigirse a la zona de estampados y realizar el estampado correspondiente para este producto
Dejar secar el estampado y verificar terminado
Realizar limpieza empaquetar producto

Cadena de distribución



Costos de producción	
Costo unitario de materiales	\$7.000
Costo unitario de mano de obra	\$3.000
Costo unitario de CIF (costos indirectos de fabricación)	\$5.000
COSTO TOTAL UNITARIO	\$15.000

PV=

\$15.000

1 – 40% de utilidad

PV= 14 999.6

Validación y verificación:

Indicadores	Si/no
Calidad	Si
Estilo	Si
Terminación	Si
Costuras	Si
Calidad de la tela	Si
Calidad de los hilos	Si
Calidad de estampado	Si
Terminación del estampado	Si
Limpieza del material	Si
Limpieza y calidad de empaque	Si

Producción de bolsa y camiseta





Ficha técnica:

Nombre: Camiseta de color estampada

Descripción del producto: la camiseta de color estampada es una camiseta de material algodón con terminaciones excelentes con materiales de fácil limpieza y duración.

Materia prima: algodón

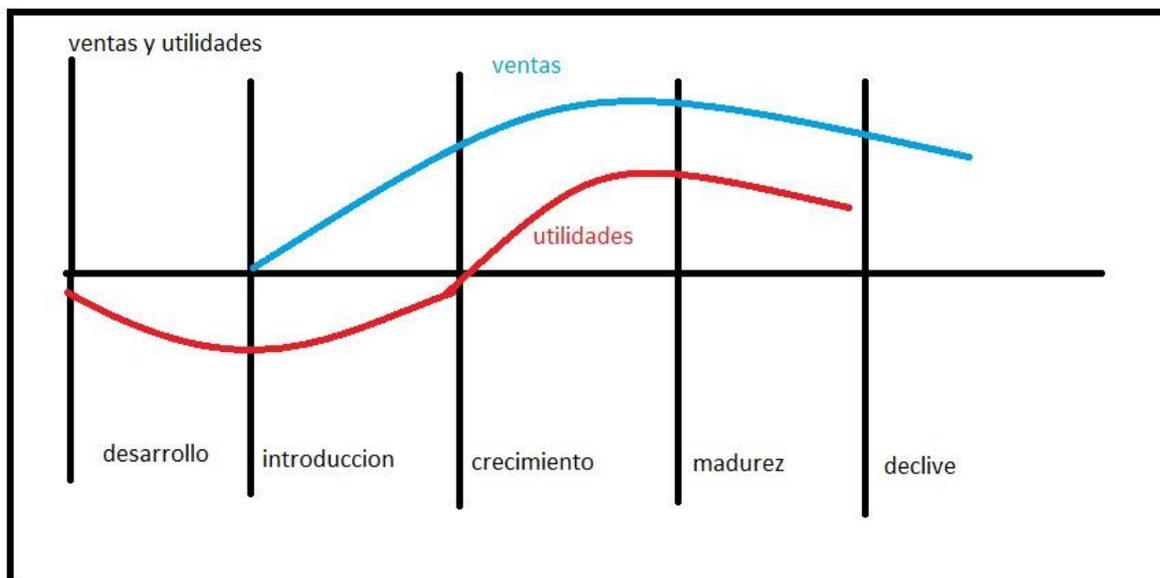
Insumos: hilos, etiquetas, estampado.

Talla: desde m hasta xl

Nombre de la empresa: Street industry

Ciudad de producción: Bogotá D.C

Modelo ciclo de vida



PROTOTIPO DEL PRODUCTO

Características del producto: Camisetas personalizadas.

- ✓ Es una prenda de vestir, por lo general de mangas cortas, cuello redondo, sin bolsillos y sin botones a lo largo de su parte frontal (lo que facilita su personalización).
- ✓ Es un producto el cual varía en su composición, debido a que sus mangas, su cuello y la misma en general se puede modificar. Por ejemplo, se diseña una camiseta con un cuello redondo o en V, o diseñar una con mangas un poco más largas.
- ✓ Su longitud varía desde la mitad del muslo hasta por encima del ombligo (según tenga de preferencia el cliente) aunque lo más común es que su longitud acabe donde comienza el pantalón o falda, es decir, sobre las caderas.
- ✓ Se realiza, por lo general, con hilo de algodón, lo que la hace una prenda fresca, ligera y muy cómoda de llevar.

- ✓ Nuestro producto será sometido a personalización con serigrafías, o sea, impresiones de vinilo, bordados u otros elementos decorativos a gusto del cliente.
- ✓ Prenda diseñada para todas las edades, así, como preferencia, la prenda puede venir de diferentes formas y variar en su diseño. Varía de forma tal:
 - ▶ Camisetas Hombre – Unisex de manga corta.
 - ▶ Camisetas Hombre sin mangas.
 - ▶ Camisetas Hombre manga larga.
 - ▶ Camisetas Mujer manga corta.
 - ▶ Camisetas Mujer sin mangas.
 - ▶ Camisetas Mujer manga larga.
 - ▶ Camisetas Niños manga corta.
 - ▶ Camisetas Niños sin mangas.
 - ▶ Camisetas Niños manga larga.

Tipos de marcaje: Según el tipo de trabajo pedido, se pueden realizar varios tipos de marcaje, eligiendo siempre el que mejor se adapte a las necesidades del cliente.

- ▶ **Transfer:** Para tiradas cortas medias a todo color. Se realizan camisetas blancas, así como de color, incluso negras. Buena calidad de imagen.
- ▶ **Termoadhesivos:** Para tiradas cortas en colores planos. Excelente calidad de imagen. Se usa en camisetas de deporte para marcación de números, nombres, etc. Mejor resultado que en serigrafía y mayor durabilidad.
- ▶ **Flocado:** Para tiradas cortas en colores planos. Materiales que queda como el terciopelo.
- ▶ **Brillantina, purpuras, metálicos:** Materiales altamente llamativos.

- ▶ **Serigrafía:** Para tiradas medias/largas y extra largas. Colores planos, cuatricromías y hasta 10 colores por lado.

Tomado de: <https://dmedia.net/camisetas.html>

Tomado de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Camiseta>

Características del prototipo: Camisetas personalizadas.

Materiales:

- ✓ Tela punto de algodón.
- ✓ Camisa de referencia.
- ✓ Hoja de papel (de conveniencia, más grande que la camisa de referencia)
- ✓ Tijeras.
- ✓ Alfileres.
- ✓ Lápiz.
- ✓ Flexómetro de cinta para prendas de vestir.
- ✓ Aguja e hilo (color de preferencia)

Procedimiento para realización de la camiseta:

1. Tomar como referencia otra camiseta (preferiblemente del tamaño de la que se desea recrear).
2. Utilizar la camiseta al revés. Doblarla a la mitad (de manga a manga) y sujetar con alfileres.

3. Colocarla sobre la hoja de papel y demarcar con un lápiz la silueta de la misma y marcar sus pliegues, levantando los puntos de costura conectados, por decir, a las mangas u otro ejemplo, al cuello.
4. Realizar el escote de la misma colocando la camisa doblada en el papel, pero de forma alterna a la anterior.
5. Recortar las siluetas.
6. Realizar la silueta de la manga en otra hoja de papel.
7. Con un metro, medir las dimensiones de la silueta, con las de las camisetas, y comparar.
8. Tomando la tela de algodón, se dobla la misma y se fija con alfileres.
9. Colocar la silueta cortada sobre la tela anteriormente doblada y fijar también la silueta de la camiseta.
10. Con un marcador, realizamos una margen de 1cm o 2cm alrededor de la silueta para costura.
11. Recortar la tela sobre la margen planteada.
12. Marcar el escote en la tela con un marcador y definir también una margen de costura.
13. Realizar el mismo procedimiento con las mangas de la camiseta y su silueta ya cortada con una margen de costura de 1cm a 1 1/2cm.
14. Con las siluetas en la tela ya cortadas; con alfileres, se definen los márgenes de costura de la camiseta en general.
15. Definidos ya los espacios de las mangas, anclamos las mismas con alfileres, teniendo en cuenta el margen de costura ya propuesto anteriormente.
16. Remallar los márgenes de costura con aguja e hilo, con una puntada en zic zac; realizando todo ello en contorno con las mangas ya cocidas.

17. Cortar una tira de tela aparte para la realización del cuello (las medidas de la tira dependerán del diámetro del cuello y el ancho dependerá de la margen de costura mas 2cm).
18. Coser los extremos de la tira de tela.
19. Doblar la tira de tela a la mitad del diámetro y anclarla con alfileres.
20. Introducir la tira de tela que será utilizada para el cuello de la camisa, de tal forma que su proporción quede al margen con el cuello de la camisa ya propuesto. Anclarlo con alfileres.
21. Coser el cuello con una puntada en zic zac.
22. Para terminar, se realiza el dobladillo de las mangas y de la parte inferior de la camiseta, sujetando con alfileres y cociendo en zic zac.

Tomado de: https://www.youtube.com/watch?v=JuGiBxbicbE&t=466s&ab_channel=B.BlueDIY

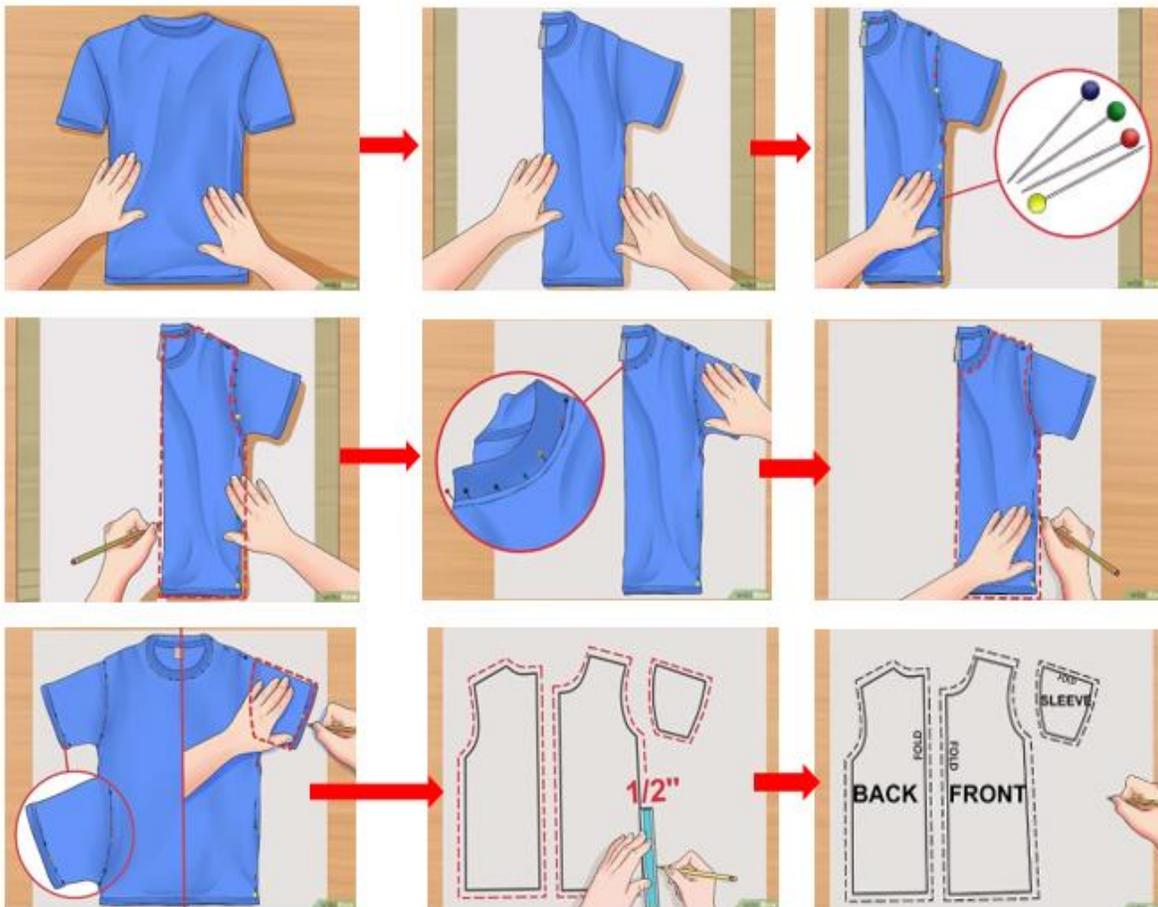
Procedimiento para la personalización de la camiseta:

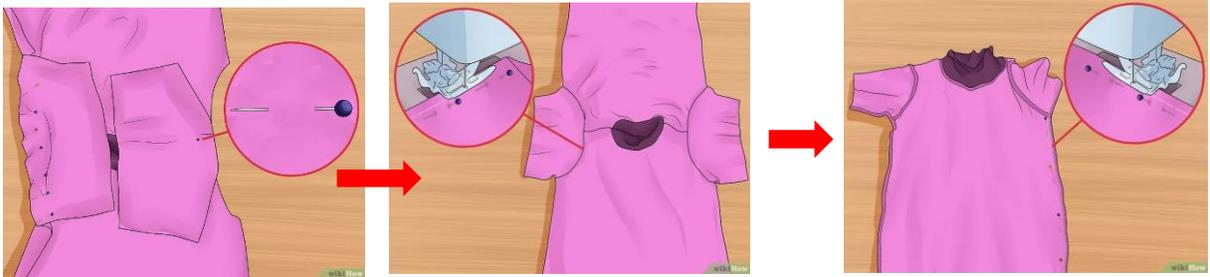
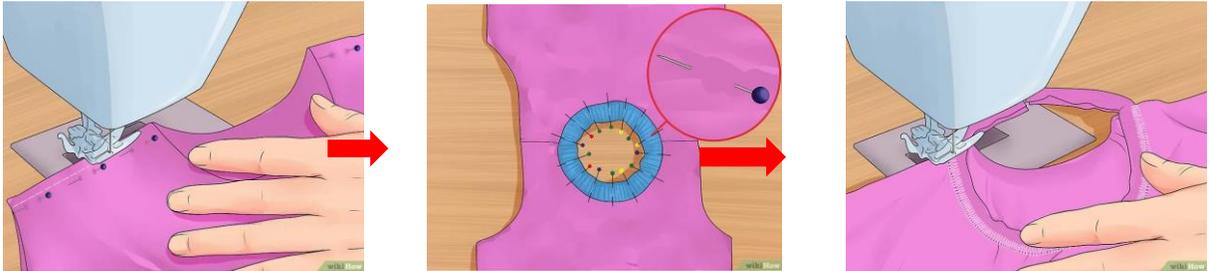
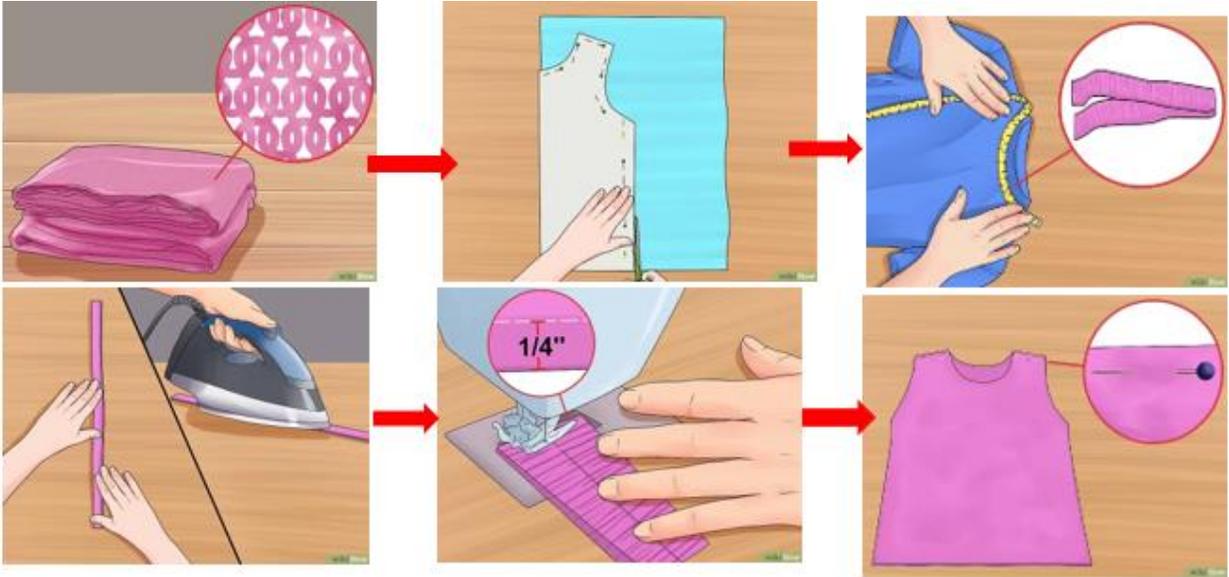
1. Vinil textil: Para estampar una prenda con este método se utiliza un plóter de corte en donde se recorta la impresión y posteriormente se llevan el estampado a una plancha de calor en donde el adhesivo del vinil se calentará y al enfriarse quedará totalmente adherido a la prenda.
2. Sublimación: Consiste en imprimir con tintas especiales sobre un papel de transferencia y posteriormente con una plancha de calor a presión, para así convertir esta tinta en gas, lo que provocara la adherencia de la impresión a la tela. Las telas que tendrán adherencia con este método son: el poliéster de color blanco. Es recomendado para prendas deportivas.
3. Serigrafía textil: Se utilizarán primeramente marcos o bastidores con una malla porosa tensada, luego se hace un foto-grabado con químicos para bloquear partes de la malla y

dejar el área del diseño abierta para permitir el paso de tinta. Una vez grabados los marcos, se colocan en una prensa o pulpo de impresión y con la ayuda de racero se transfiere la tinta al textil. Luego la tela deberá ser sometida al calor por medio de una plancha de calor o de un horno de secado. Todas las telas son permitidas para la adherencia de la tinta con este método.

4. Direct to garment: Tiene el mismo principio que una impresora a la inyección de tinta de sobremesa con diferencia que son de mayor tamaño e imprime en textiles en lugar de papel. Aplicar a la tela un químico de pretratamiento antes de imprimir, para una correcta fijación del estampado. Adherencia de telas de algodón.

Tomado de: https://www.youtube.com/watch?v=MkT3K2ZqxOs&t=30s&ab_channel=NinjaPrintMasters







Tomado de: <https://es.wikihow.com/coser-una-camisa>

Características del producto o servicio: Camisetas

EL CUELLO

- **CUELLO ITALIANO:** es un cuello con solapas separadas y puntas bastante cerradas, es muy clásico y formal y puede emplearse con nudos de corbata bastante gruesos.
- **CUELLO FRANCÉS:** es un cuello con solapas muy alargadas, y con las puntas hacia afuera, por lo tanto, abierto, es muy formal y en general se lleva con nudos de corbata importantes.
- **BUTTON-DOWN:** es un cuello en cuyas puntas hay dos ojales donde se introducen dos botones cosidos en el tejido de abajo. Es un cuello cómodo e informal, por eso se puede llevar abierto, sin corbata.

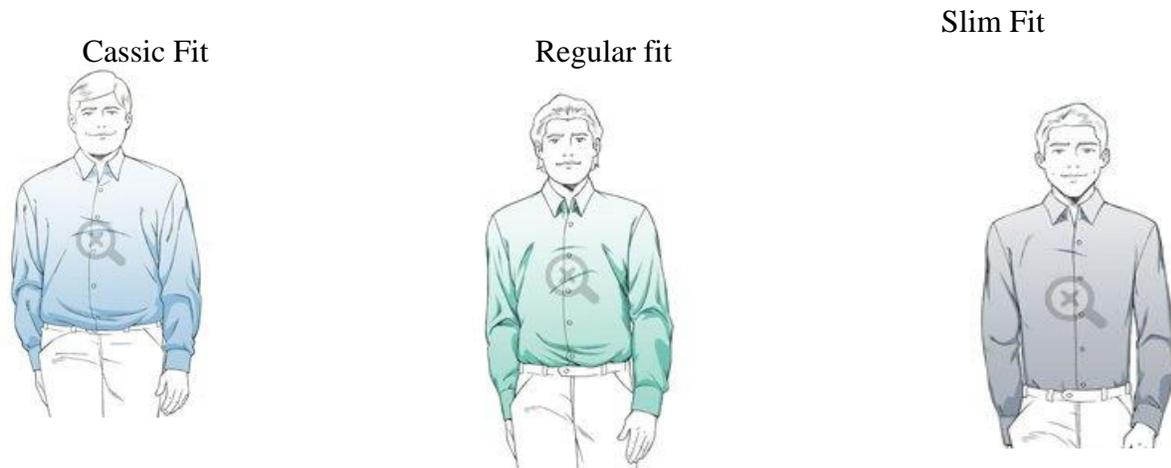
EL MODELO

En general se distinguen tres mayores grupos de modelos: Classic, Regular y Slim fit:

CLASSIC FIT: son camisetas cómodas, para el hombre que prefiere un estilo simple y esencial.

REGULAR FIT: camisas para hombre de corte cómodo, más ceñidas que la Classic y más holgadas que la Slim.

SLIM FIT: son camisas entalladas, para el hombre atento a la moda, que prefiere una prenda ajustada y que al mismo tiempo permita el movimiento libre.



El algodón

Nace de la tejedura de las fibras sacadas de la pelusa que reviste las semillas de una planta perteneciente a la especie *Gossypium*.

En cuanto más largas, blancas y finas son las fibras, el algodón será de calidad más elevada. Las fibras tienen una longitud que varía entre los 10 y los 60 milímetros, lo que determina su calidad (razon por la cual en comercio hay camisas muy baratas y camisas que pueden valer 10 veces más).

Los mejores algodones son los egipcios, conocidos generalmente como 'makò', renombrados por su extrema finura (longitud y diámetro del hilo con relación al peso), brillo y solidez.

MODELO RUNNING LEAN

<p>PROBLEMA</p> <p>El cliente presenta una falta respecto a la prenda de vestir como lo es la camisa por eso la solución que brindaríamos estaría ligada a sus gustos y comodidades. Además de darle comodidades al cliente se planea generar un producto innovador y con un margen de utilidad alto para así, producir de forma equivalente a lo que se invierta, siendo así nuestra empresa, la que provoque en el cliente un tipo de satisfacción ya que estará comprando aquello que va acorde a su personalidad y lo que desea plasmar de ella en una prenda de vestir. Cabe destacar que es de suma importancia para nuestra empresa el conformismo frente a ella, queremos que el cliente se sienta a gusto con lo que se coloca y por ello ofrecemos una personalización en cada prenda de vestir.</p>	<p>SOLUCIÓN</p> <p>Personalización de la prenda al gusto del cliente o comprador el cual tendrá el privilegio de llevar su propia idea para plasmarla. Se ofrece variedad de modelos, material y tallas, acorde a lo que planea el cliente, puesto que algunos tienen necesidades diferentes frente al tipo de tela, por ejemplo.</p>	<p>PROPOSICIÓN DE VALOR ÚNICA</p> <p>Personalización y modificación de la prenda al gusto del cliente o comprador, puesto que nuestra empresa se identifica por esto. Nuestra marquilla tiene la finalidad de hacer sentir al cliente de la mejor manera frente a como quiere lucir algo que de por sí lo caracteriza como persona. Se garantiza un producto de alta calidad con una personalización de igual manera muy proporcional, lo que se logra con ello es que cada producto tenga como finalidad una utilidad bastante prolongada en el</p>	<p>VENTAJA ESPECIAL</p> <p>Personalización respecto a lo que el cliente planea reflejar de sí mismo en una prenda de vestir.</p>	<p>SEGMENTO DE CLIENTES</p> <p>Se dirige a varios segmentos del mercado y diseña ofertas individuales para cada uno.</p>  <p>Estrategia de mkt diferenciado</p>
<p>METRICAS CLAVE</p> <p>Una de las actividades frente a la recurrencia del cliente, sería ofrecerle una prenda extra, directamente de nuestra empresa; así ayudaríamos además a darle prestigio a nuestra empresa, para que la misma marca sea reconocida. Se brinda al cliente oportunidades.</p>			<p>CANALES</p> <p>El ingreso a nuestros productos será por medio de sitios web donde se presentará cada uno de nuestros productos ya vendidos y los que se hagan acorde a nuestra marca y además nuestra empresa estará situada en una zona franca.</p>	
<p>ESTRUCTURA DE COSTES</p> <p>Se observarán costos fijos frente a la venta del producto, se variará frente al diseño que elija para la personalización. Se tendrán en cuenta costos de sueldo de empleados, impuestos, arrendamiento del local y posteriormente compra a proveedores para el consumo del local.</p>		<p>FLUJO DE INGRESO</p> <p>Se genera ingresos con precios fijos y pagos puntuales con el objetivo de cubrir gastos directamente. Lo único que variaría estaría ligado a los diseños que el cliente deseara plantear en la prenda de vestir y la oferta que le ofrezcamos por la cantidad de ventas que nos proporcione.</p>		

VALIDACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

Primeramente, se desea plantear al cliente un problema muy común el cual está ligado al inconformismo por un diseño en una prenda de vestir que desea utilizar. Nuestra idea entonces como empresa, se presenta frente al hecho de que cambiaremos esto por medio de diseños

personalizados, diseños que el mismo cliente tenga el privilegio de escoger y traer la idea para plasmarla en su prenda de vestir. De antemano se quiere vender al comprador un producto de una excelente calidad, para que así tenga buenas referencias y la marca de Street Industry tenga un mayor prestigio frente al consumismo en el área textil del mercado.

Lo que está rompiendo con el ritmo vertiginoso de consumo, son las estrategias multimarca que están apostando cada vez más por el diseño y las colecciones alejadas de la uniformidad del fast-fashion, identificando nuevas experiencias dentro del espacio de compra y creando a su vez un entorno que anime al consumidor, recuperando el espíritu de las boutiques pasadas. Nuevos modelos de negocio emergen, mucho más segmentados y sostenibles, que elevan el valor de uso, y que conectan emocionalmente con el consumidor. Nuestro nuevo ritmo en este caso será la personalización desencadenada de cada cliente que entre por las puertas de nuestro local.

Nuestra tienda física y online comparten este aspecto crucial para su éxito: saber comprar y conseguir el mejor mix de precio, márgenes, calidad, cantidad, forma de pago y entrega. Uno de los errores clásicos de los comienzos es comprar en exceso, atraídos por los descuentos por cantidad y presionados por la desconfianza inicial de los proveedores.

Nuestro supuesto consiste en una tienda de ropa para hombres, mujeres y niños de estilo casual y resaltante gustos de cada uno de nuestros clientes, situada en un local de una zona céntrica y comercial. El local es alquilado y es necesario acometer una buena reforma para acondicionarlo.

El plan de marketing se centra principalmente en dos cuestiones: qué prendas busca el consumidor y cómo se le dará. Para conocer las preferencias del mercado se tomará como referencia al estudio del mercado y la consulta de un experto en moda para saber con qué productos se abastecerá a los primeros inventarios.

Las otras formas de marketing incluyen la difusión de la tienda de ropa a través de los siguientes métodos:

Volantes: Que se repartirán a una semana previa de la inauguración y en un radio de máximo 5 km de la sucursal. El contenido de los mismos publicitará la apertura del negocio.

Redes sociales: Por medio de Instagram y Facebook se posteará sobre la inauguración del negocio y las ofertas por estreno de la tienda de ropa.

Semana 13

➤ Objetivo de investigación de mercados

- Implementación estratégica para mejorar los estilos del producto para el gusto del cliente y de la imagen de la industria.

➤ Objetivos específicos

- Realizar diagnósticos de perspectivas del cliente acerca de la imagen del producto
- Identificar factores que influyen en la decisión de compra del producto
- Identificar lo primero que el cliente piense del producto

Elegimos la investigación cualitativa porque realizaremos una interacción con las personas y deseamos saber sus opiniones sobre el producto.

Formulario de la encuesta

Tienda de ropa masculina Street industry

Nos gustaría conocer tu percepción acerca de nuestro producto nos gustaría contar con 10 minutos de tu tiempo

¿Qué es lo primero que piensas al escuchar el nombre Street industry?

¿Te gustan las camisetas con diseños estampados?

¿Qué precio le pondrías a una camiseta estampada de buena calidad?

¿Son de tu agrado las camisetas estampadas con diseños posible agrado suyo?

¿Qué buscas en una camiseta estampada?

¿Te gustaría poder diseñar el estilo de tu camiseta desde comienzo?

¿Qué productos como (camisetas estampadas) conoces diferente a nosotros?

¿Si el producto se encontrara en el mercado en este momento lo comprarías?

¿Qué características buscas en producto como el de nosotros?

¿Qué productos similares te han producido una mala experiencia?

¿Qué sensación te causa al ver el logo de nuestra imagen?

¿Qué tipo de ropa es de tu agrado como camisetas, camisas, camibusos, sacos, etc.?

¿Te gustaría comprar nuestro producto por internet?

¿En que redes sociales te gustaría observar nuestro producto al momento de una compra?

¿Qué medios de pago te gustaría que te ofrecieran al momento de realizar una compra?

¿Qué tiempo de garantía sobre nuestro producto considerarías agradable?

¿A través de los protocolos de bioseguridad te gustaría asistir a nuestra tienda o comunicarte con nosotros a través de forma virtual?

Muestra de la encuesta presentada

Street industry

Street Industry

somos una empresa empezando nuestro proyecto el cual es venta de ropa masculina, para un uso comodo y de buena calidad

*Obligatorio

Street industry



¿Qué es lo primero que piensas al escuchar el nombre Street industry? *

Tu respuesta

¿Te gustan las camisetas con diseños estampados? *

- SI
- NO
- ALGUNAS VECES

¿Qué precio le pondrías a una camiseta estampada de buena calidad? *

- Entre 7 a 10 mil pesos colombianos
- Entre 10 a 17 mil pesos colombianos
- Entre 17 a 25 mil pesos colombianos

¿Son de tu agrado las camisetas estampadas con diseños posible agrado suyo? *

- SI
 - No
-

¿Qué buscas en una camiseta estampada? *

- Diseños simples
- Diseños exagerados
- Diseños creados por ti

¿Te gustaría poder diseñar el estilo de tu camiseta desde comienzo? *

- SI
- NO

¿Qué productos como (camisetas estampadas) conoces diferente a nosotros? *

Tu respuesta

¿Si el producto se encontrara en el mercado en este momento lo comprarías? *

- Si
- No
- Tal ves

¿Qué características buscas en producto como el de nosotros? *

Tu respuesta

¿Qué productos similares te han producido una mala experiencia? *

Tu respuesta

¿Qué sensación te causa al ver el logo de nuestra imagen? *

- Inovaicion
- Creacion
- No te gusta

¿Qué tipo de ropa es de tu agrado como camisetas, camisas, camibusos, sacos, etc.? *

- camisetas
- camisas
- camibusos
- sacos

¿Qué características buscas en producto como el de nosotros? *

Tu respuesta

¿Qué productos similares te han producido una mala experiencia? *

Tu respuesta

¿Qué sensación te causa al ver el logo de nuestra imagen? *

- Inovaicion
- Creacion
- No te gusta

¿Qué tipo de ropa es de tu agrado como camisetas, camisas, camibusos, sacos, etc.? *

- camisetas
- camisas
- camibusos
- sacos

1. Determine tamaño de la muestra

Tamaño de la muestra

Para determinar el tamaño de la muestra, es decir, el número de encuestas que se realizaron, se tomó en cuenta la siguiente información:

- el mercado objetivo, el cual estuvo conformado por mujeres jóvenes y adultas jóvenes de 15 a 44 años de edad, de una determinada zona, la cual está conformada por una población de 80.511 personas, según fuentes estadísticas externas.
- un nivel de confianza de 95% y un grado de error de 5% en la fórmula de la muestra.

$$n = \frac{Z^2 pqN}{Ne^2 + Z^2 pq}$$

- Nivel de confianza (Z) = 1.96
- Grado de error (e) = 0.05
- Universo (N) = 80 511
- Probabilidad de ocurrencia (P) = 0.5
- Probabilidad de no ocurrencia (Q) = 0.5

Nivel de confianza = 1.96

Grado de error= 0.10

Universo = 900.000 población aproximada de la ciudad de Bogotá

probabilidad de ocurrencia = 0.5

Probabilidad de no ocurrencia= 0.5

Resultado = 0.4901

$$\text{sqr}(1,96) \times 0,5 \times 0,5 \times 900000 \div 900000 \times \text{sqr}(0,05) + \text{sqr}(1,96) \times 0,5 \times 0,5 =$$

0,962801

Se determina que la cantidad de personas para realizar la encuesta debe ser de aproximadamente 962801 personas en la población establecida, dado al corto tiempo se determina realizar un muestreo de 50 personas

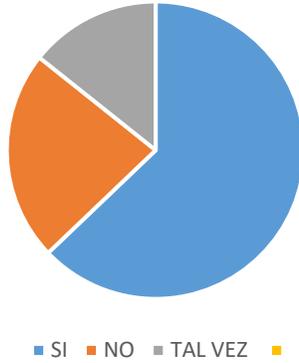
Semana 14

Tabulación preguntas de la encuesta

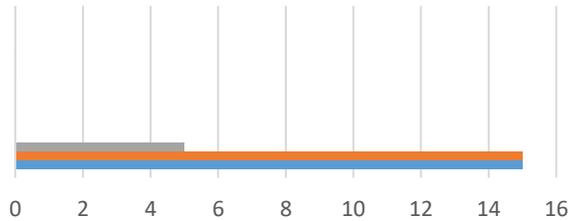
¿Qué es lo primero que piensas al escuchar el nombre Street industry?

Se analiza que las personas encuestadas nos responden ven a nuestra empresa como una empresa urbana, algo diferente a lo normal y algo joven.

Te gustan las camisetas con diseños estampados?

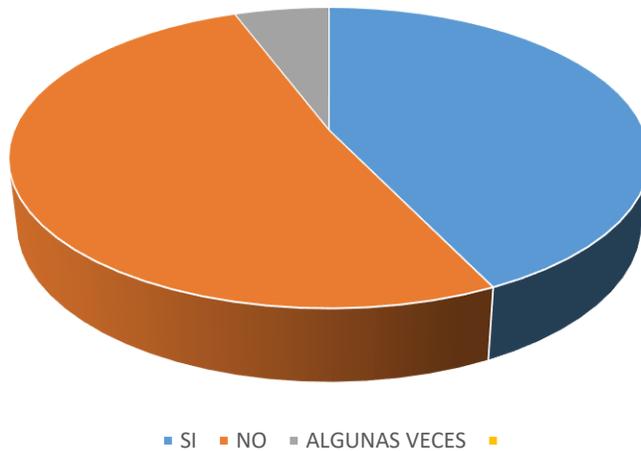


¿Qué precio le pondrías a una camiseta estampada de buena calidad?

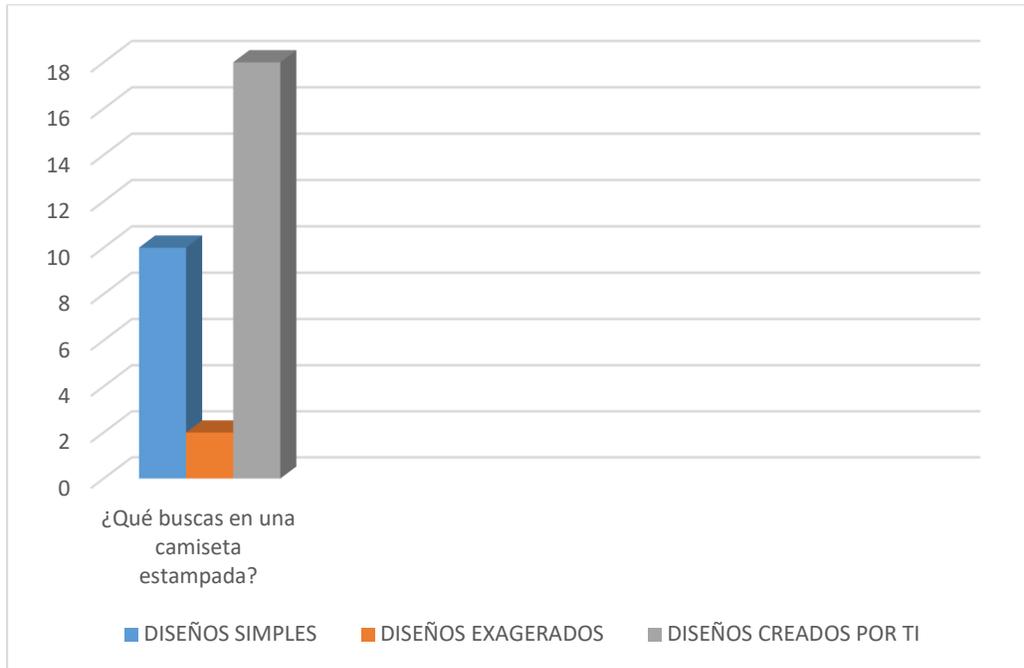


■ ENTRE 17 A 25 MIL PESOS COLOMBIANOS ■ ENTRE 10 A 17 MIL PESOS COLOMBIANOS
■ ENTRE 7 A 10 MIL PESOS COLOMBIANOS

¿Son de tu agrado las camisetas estampadas con diseños posible agrado suyo?



¿Qué buscas en una camiseta estampada?



¿Te gustaría poder diseñar el estilo de tu camiseta desde comienzo?



¿Qué productos como (camisetas estampadas) conoces diferente a nosotros?

Análisis: Se analiza en esta pregunta que las personas observan productos en gran cantidad similares a los de nosotros con diseños que son competencia para mejorar en los de nosotros.



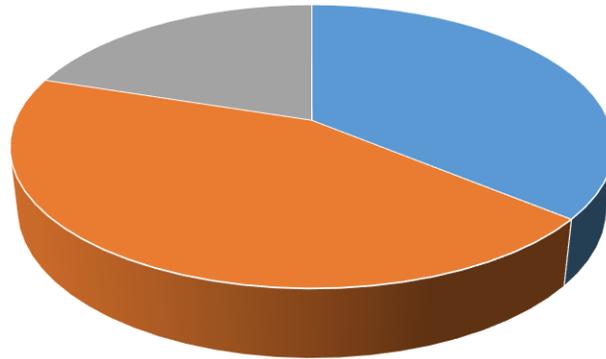
¿Qué características buscas en producto como el de nosotros?

Análisis: las personas encuestadas nos expresan que necesitan un material de buena calidad al momento de generar un producto, para la limpieza del producto si que se pierda la calidad de este.

¿Qué productos similares te han producido una mala experiencia?

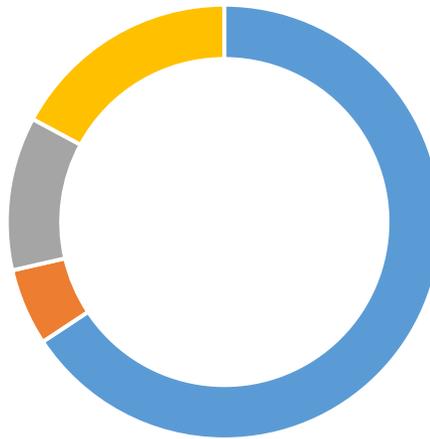
Análisis: las personas encuestadas nos comentan que demasiados productos muestran una mala calidad en los materiales del estampado, decoloraciones, daño en la camiseta y el estampado.

¿Qué sensación te causa al ver el logo de nuestra imagen?



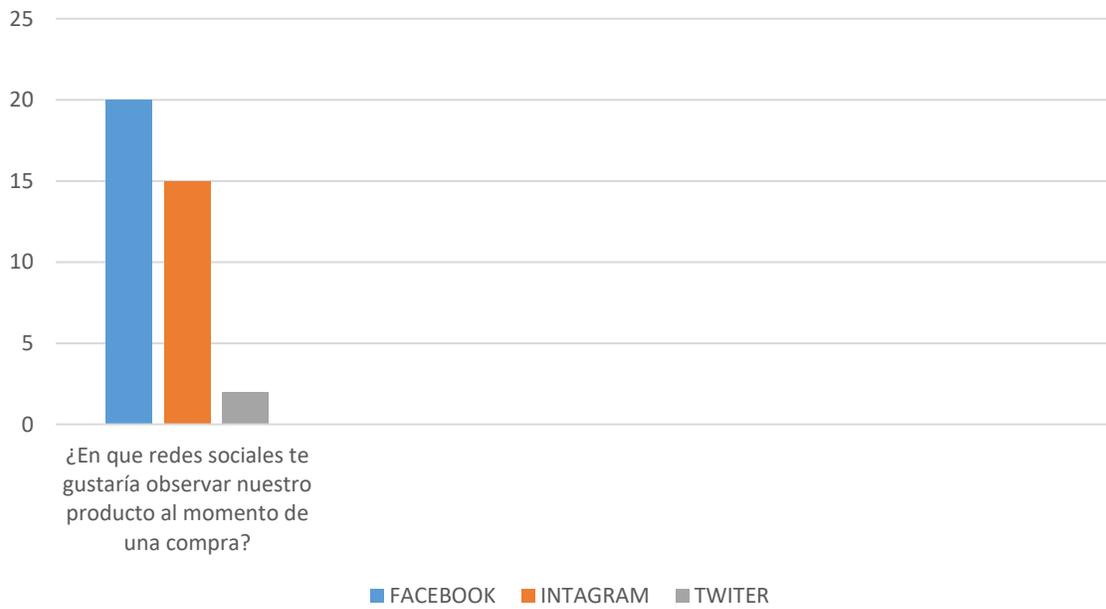
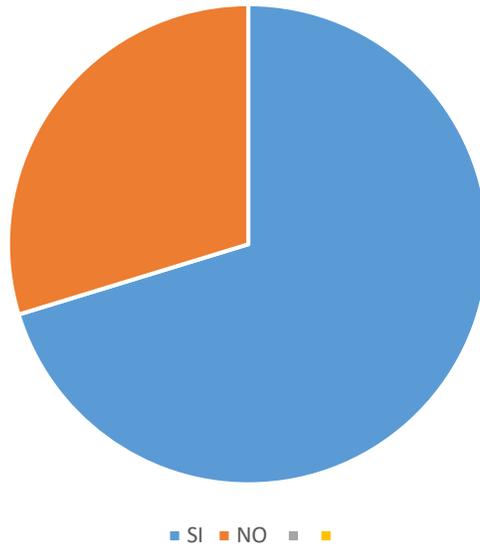
■ INOVACION ■ CREACION ■ NO TE GUSTA ■

¿Qué tipo de ropa es de tu agrado como camisetas, camisas, camibusos, sacos, etc.?

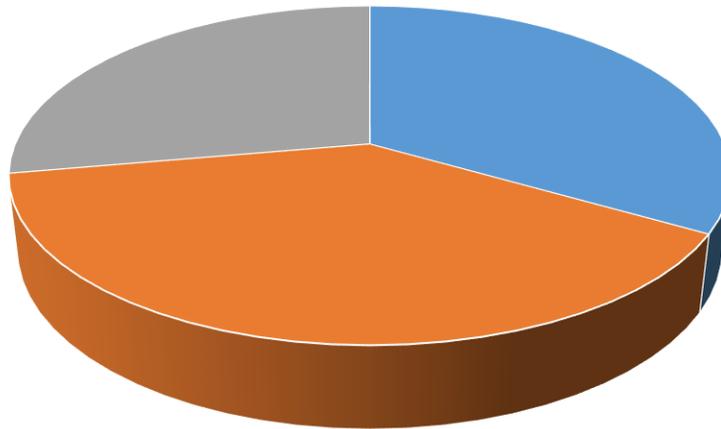


■ CAMISETAS ■ CAMISAS ■ CAMIBUSOS ■ SACOS

¿Te gustaría comprar nuestro producto por internet?

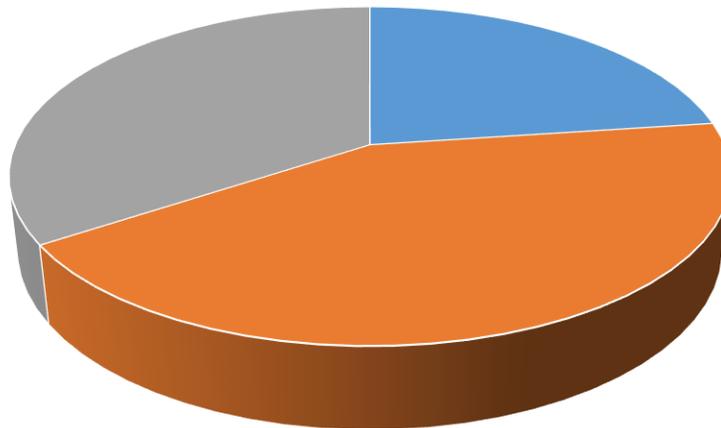


¿Qué medios de pago te gustaría que te ofrecieran al momento de realizar una compra?



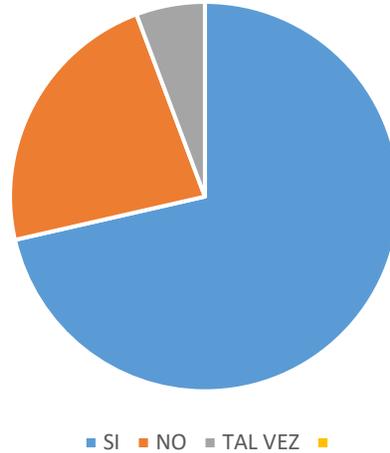
■ POR INTERNET ■ CONTRAENTREGA ■ EN TIENDA ■

¿Qué tiempo de garantía sobre nuestro producto considerarías agradable?



■ 1 MES ■ 5 MESES ■ 8 MESES A 1 AÑO ■

¿A través de los protocolos de bioseguridad te gustaría asistir a nuestra tienda o comunicarte con nosotros a través de forma virtual?



Conclusión de la encuesta: observamos que las personas encuestadas se les observa una familiaridad con nuestro producto, aunque no terminan de convérseles por ciertas observaciones las cuales son de ayuda para corregir para la empresa, también observamos que las personas les gustaría intervenir en nuestros diseños haciendo posible que les agrade aun mas y que se sientan a gusto con sus prendas producidas por nosotros.

Bibliografía

Gerlein, C. D. (2015). EVALUAR LA VIABILIDAD DEL PLAN DE NEGOCIOS. Obtenido de [https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/17553/u713821.pdf?sequence=](https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/17553/u713821.pdf?sequence=1)

1

Santana, J. P. (2018). Propuesta de fortalecimiento para la empresa Velerito. Obtenido de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/14601/2018juansanchez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Camiseta o playera para hombre DIY fácil | Con máquina de coser doméstica. (2019, 11 junio).

[Archivo de vídeo]. Recuperado de

https://www.youtube.com/watch?v=JuGiBxbicbE&t=466s&ab_channel=B.BlueDIY

wikiHow. (2019a, febrero 1). Cómo coser una camisa. Recuperado de

<https://es.wikihow.com/coser-una-camisa>

Camisas: descripción y detalles. (2020, 5 enero). Recuperado de

<https://www.kamiceria.com/es/descripcion-camisas>

colaboradores de Wikipedia. (2020, 4 octubre). Camiseta. Recuperado de

<https://es.wikipedia.org/wiki/Camiseta>