



**Proyecto Para La Creacion De Un Almacen  
Especializado En Ropa**

Presentado por:

Emerson Collazos Flores  
Yina Marcela Perdomo  
Jonathan Fabián Claros Betancourt

Redes sociales  
Correo [gerencia@tiendaderopa.com.co](mailto:gerencia@tiendaderopa.com.co)  
Página web [www.Tiendaderopacoello.com](http://www.Tiendaderopacoello.com)  
Calle 5 2 -34 Coello Tolima  
tele. 2456789, cel. 3176543890

**Proyecto Para La Creacion De Un Almacen Especializado de Ropa  
En Coello Tolima**

**Emerson Collazos Flores**

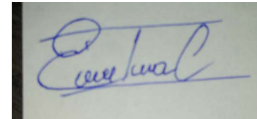
**Jonathan Fabián Claros Betancourt**

**Corporación Unificada Nacional De Educación Superior  
Administración De Empresas  
Creación De Empresa 1  
2020**

## COMPROMISO DE AUTOR

Nosotros, Emerson Collazos Flores identificado con CC. 1117534844 y  
Jonathan Fabián Claros Betancourt con CC 1022345222 del programa académico  
Administración de empresas, 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, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al  
Director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en  
dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.



Firma Emerson Collazos Flores

*Jonathan Fabián Claros*  
Jonathan Fabián Claros Betancourt

## Tabla de Contenido

<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>8</b>
<b>CLAVES PARA EL ÉXITO</b>	<b>8</b>
<b>OBJETIVOS</b>	<b>9</b>
<b>1. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y CONTEXTO DE LA IDEA DE NEGOCIO</b>	<b>10</b>
1.1. OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	11
1.2. TEORÍA DEL VALOR COMPARTIDO	12
1.3. TECNOLOGÍA DISRUPTIVA	13
1.4. ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO	14
PESTEL	14
<b>2. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA, NECESIDAD RETO U OPORTUNIDAD</b>	<b>18</b>
2.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	22
2.2. PREGUNTA PROBLEMA	22
<b>3. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO</b>	<b>23</b>
3.1. LLUVIA DE IDEAS	23
<b>4. INNOVACIÓN</b>	<b>24</b>
<b>5. FUERZA DE LA INDUSTRIA</b>	<b>25</b>
5.3. CONTEXTUALIZACIÓN DE LA EMPRESA	25
5.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	26
5.5. ANÁLISIS DE LA OFERTA	27
5.6. ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN	28
5.7. ANÁLISIS DE LOS PROVEEDORES.	29
<b>6. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.</b>	<b>31</b>

	5
6.1. PERFIL DEL CLIENTE	31
<b>7. PROPUESTA DE VALOR</b>	<b>33</b>
7.1. DECLARACIÓN DE LA PROPUESTA DE VALOR.	35
<b>8. DISEÑO DEL PRODUCTO</b>	<b>35</b>
8.1. FICHA TÉCNICA	35
8.3. CICLO DE VIDA	39
<b>9. PRECIO DE LA VENTA</b>	<b>44</b>
<b>10. PROTOTIPO</b>	<b>45</b>
1.1. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO O SERVICIO	45
1.2. CARACTERÍSTICAS DEL PROTOTIPO	45
1.3. COMO VA A INTERACTUAR EL CLIENTE CON EL PROTOTIPO	45
10.4 EVIDENCIA DEL PROTOTIPO	46
<b>11. MODELO RUNNING LEAN CANVAS</b>	<b>51</b>
<b>12. VALIDACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO</b>	<b>52</b>
12.1. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN	52
12.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN	52
12.3. TABULACIÓN DE LA ENCUESTA	54
<b>13. LECCIONES APRENDIDAS Y RECOMENDACIONES</b>	<b>62</b>
<b>14. BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>62</b>

---

### Lista de Tablas

Tabla 1. <i>Cadena de Valor</i> .....	13
Tabla 2. <i>Modelo Árbol de Problema</i> .....	20
Tabla 3, <i>Criterio de los problemas</i> .....	21
Tabla 4. <i>Análisis de los involucrados</i> .....	22

Tabla 5. <i>Estrategia con Involucrados</i> .....	23
Tabla 6, <i>Descripción Idea de Negocio</i> .....	24
Tabla 7. <i>Competencia</i> .....	28
Tabla 8. <i>Perfil del cliente</i> .....	33
Tabla 9. <i>Propuesta de Valor</i> .....	33
Tabla 10. <i>Ficha Técnica Pantalones</i> .....	37
Tabla 11. ....	41
Tabla 12, .....	44
Tabla 13. ....	44
Tabla 14. <i>Lean Canvas</i> .....	51
Tabla 15. <i>Encuesta</i> .....	53

### **Lista de Figuras**

Figura 1. <i>Modelo Análisis del Problema</i> .....	21
Figura 2. <i>Temática</i> .....	24
Figura 3. <i>Características del Cliente</i> .....	32
Figura 4. <i>Linea Dama</i> .....	35
Figura 5. <i>Linea Deportiva</i> .....	35
Figura 6. <i>Probador Virtual</i> .....	36
Figura 7. <i>Interior de la Tienda</i> .....	36
Figura 8. <i>Fachada y exterior</i> .....	36
Figura 9. <i>Ficha Blusas</i> .....	37
Figura 10. <i>Ficha General</i> .....	38
Figura 11. <i>Definición estratégica</i> .....	39
Figura 12. <i>Materiales Tangibles</i> .....	39
Figura 13. <i>Materiales Necesarios</i> .....	40

Figura 14. <i>Indicadores de Calidad</i> .....	42
Figura 15 <i>Pagina web</i> .....	47
Figura 16. <i>Vive usted en Coello?</i> .....	54
Figura 17. <i>Usted compra la ropa en los almacenes del municipio</i> .....	55
Figura 18. <i>Si al municipio llegara un almacén que surtiera sus gustos, compraría en él</i> .....	55
Figura 19. <i>¿A usted le gusta vestir a la moda?</i> .....	56
Figura 20. <i>Frecuencia</i> .....	57
Figura 21. <i>Tecnología</i> .....	57
Figura 22. <i>Probador Virtual</i> .....	58
Figura 23. <i>Compra en redes sociales</i> .....	59
Figura 24. <i>Compras por Internet</i> .....	59
Figura 25. <i>Compras por internet</i> .....	60
Figura 26. <i>Compraría en una tienda mixta</i> .....	61
Figura 27. <i>Apoyo Local</i> .....	61

## **Introducción**

---

Esta es una idea de negocio que surge al ver la necesidad del mercado por dar una buena asesoría durante la compra, de un lugar amigable fresco y cómodo que nos permita tener una compra inigualable.

Esta idea se desarrolla fundamentalmente debido a que la mayoría de las tiendas de ropa del municipio de Coello –Tolima se limitan a ofrecer una moda local y común, y su atención al público es mala, la temperatura del Municipio es de 32°c y ninguno de los almacenes tienen un local con aire acondicionado por lo que se suma a mala atención entonces se demuestra la inconformidad de la mayoría de los clientes.

## **Claves para el éxito**

---

Los factores que me diferencian de otras empresas empiezan por la atención al cliente, pues seremos el único almacén del municipio con aire acondicionado, además trataremos de que nuestros clientes se sientan como en casa con una estación de café y agua para refrescarse, igualmente nuestros productos serán de primera calidad y con el mejor precio para poder competir.

Igualmente para la comodidad de nuestros clientes se va a implementar un software de última tecnología para probar la ropa, el cual le permite al cliente medirse la ropa sin ponérsela, por medio de una pantalla de 72 pulgadas el cliente elige lo que se quiere medir y el software lo que hace es mostrarle por medio de una imagen como le quedaría su ropa, ya si la cliente escoge algún vestido podrá medírsele por talla.

1. La principal clave será dar un uso adecuado de los recursos humanos, materiales y monetarios.



2. Establecer un programa de mejoramiento continuo, que nos permita ir creciendo como empresa y estar siempre a la altura de las mejores y amigable con el medio ambiente.
3. Sensibilizar a todo el personal, sobre la importancia y responsabilidad social de nuestros procesos al servicio de nuestros clientes y la sociedad en general.
4. Evolucionar siempre como empresa y colocarnos a la vanguardia en la prestación de estos servicios con responsabilidad social.
5. Tener una comunicación eficaz entre todos los interesados del proyecto. Esto es imprescindible para dirigir proyectos de éxito. Según muchos estudios los Project Manager están el 80% de su tiempo comunicando. (Nextop, 2018)

## **Objetivos**

---

### **Objetivo General**

Desarrollar el proyecto de ropa especializada en el municipio de Coello Tolima

### **Objetivos Específicos**

- Implementar las herramientas necesarias para la creación del proyecto
- Identificar el entorno para los clientes potenciales en la razón de nuestro negocio.
- Identificar los gustos, temáticas y necesidades del sector local y sus alrededores.
- Crear un amplio brochare de productos para deleite de nuestros clientes.
- Identificar la competencia del entorno para así mismo conocer sus habilidades y debilidades que nos permitan implementar estrategias

que cubran las expectativas de los clientes.

- Identificar el proceso del servicio del proyecto.
- Identificar y analizar el Tamaño Del Proyecto

### **1. Análisis Del Entorno Y Contexto De La Idea De Negocio**

Al observar la mala atención y mala calidad en la ropa que venden en nuestro municipio y luego de hacer un estudio de marketing donde pudimos ver la necesidad hemos decidido implementar un almacén de ropa en el municipio de Coello - Tolima, Nuestra tienda se va a distinguir por el buen trato a la gente y la excelente calidad de nuestros productos.

El nombre previsto para la empresa es “TIENDA DE ROPA ESTILO” El factor de innovación de nuestro negocio va a estar dirigida principalmente a la satisfacción de las necesidades de nuestros clientes utilizando la última tecnología en ventas y probada de ropa ya más adelante lo explicaremos.

Como almacén de ropa, nos aseguramos que todos los procesos se cumplan acorde con las normas ambientales y su legislación, haciendo de nuestros servicios; la mejor carta de presentación; al servicio de todos nuestros clientes y la sociedad en general.

Desde el punto de vista social, el problema más palpable radica en la falta de oportunidades laborales en el municipio, así que el almacén podría ser una fuente de trabajo para las familias menos favorecidas, además vamos a propender por mantener un ambiente muy sano sin contaminar las fuentes de agua y tratando de hacer una inclusión con los recicladores.

Ahora desde el punto de vista legal existe varias leyes que rigen el comercio, empezando por el código nacional del comercio o DECRETO 410 DE 1971 (Marzo 27). que rige a todos y cada uno de los comerciantes del país, además está la LEY 1480 DE

2011(Octubre 12), Las normas de esta ley regulan los derechos y las obligaciones surgidas entre los productores, proveedores y consumidores y la responsabilidad de los productores y proveedores tanto sustancial como procesalmente. Esta ley es aplicable a los productos nacionales e importados.

### **1.1. Objetivos de desarrollo sostenible**

La industria textil es una de las más contaminantes. Nuestro almacén va a incursionar en donde veremos la moda sostenible, que ayuda a cumplir varios de los Objetivos de Desarrollo Sostenible:

- Garantiza que las aguas no serán contaminadas.
- Minimiza el gasto energético, por medio de utilización de energías no fosiles como una planta generadora de energía eléctrica con energía solar
- Apoya la innovación. Por medio de la aplicación de tecnologías nuevas y apoyando los pequeños emprendedores del municipio.
- Fomenta la igualdad de género y empodera a mujeres, se va a implementar el sistema del empleo a población vulnerable especialmente a mujer cabeza de familia.
- Sostiene el trabajo digno.
- Incentiva la producción y consumo responsables.

Estos objetivos están plasmados en nuestra empresa, pues la idea de empresa sostenible se encuentra muy arraigada en todas las estrategias diseñadas para minimizar al máximo los consumos tanto de aguas como energéticas y de papelería.

## 1.2. Teoría del valor compartido

Nuestra empresa está diseñada para brindar el mejor servicio y por ende satisfacción al cliente, resolvemos la necesidad de nuestros clientes ofreciendo productos de excelente calidad en marcas y precios asequibles a todos los gustos, es por esto que nuestros clientes siempre van a estar satisfechos con los productos que elijan, conscientes de la calidad de cada uno de ellos, nuestros clientes nos preferirán primero por la atención privilegiada y personalizada que no tiene ningún almacén en el municipio, y por otro lado la comodidad que prestan nuestras instalaciones en todo sentido inclusive al momento de medir las prendas.

Nuestro negocio es la venta de ropa de todas las marcas de todos los colores y texturas nuestra idea de negocio y prestación de un servicio a nuestros clientes incluye entre nuestro portafolio un seguimiento de nuestros clientes luego de realizar su compra por medio de llamadas hacemos preguntas sobre su conformidad con nuestros productos y atención, lo que nos ayuda a crear un vínculo entre los clientes y nosotros, se venderá ropa de las mejores marcas reconocidas en nuestro país, como ejemplo se escogió las siguientes

- Adidas. Nike, Arturo Calle, Koaj, Bossi

**Tabla 1. Cadena de Valor**

<b>Infraestructura de la empresa</b>	Tendremos la gestión financiera y administrativa, además de la gestión de talento humano disponible, financiación.				
<b>Manejo de recursos humanos</b>	Reclutamiento	Capacitación	Desarrollar labores	Sistemas de sueldos	Beneficios laborales
<b>Desarrollo de Tecnología</b>	E-commerce	Marketing digital	Página web	Programa contable siigo	Redes sociales
<b>Adquisiciones</b>	Compra de equipos	Compra de muebles y encerados	Infraestructura	Equipos de cómputo	software
	<b>Logística de entrada</b> Acceso a clientes, almacenamiento de materiales	<b>Operaciones</b> La atención privilegiada de nuestros clientes	<b>Logística de salida</b> servicio al cliente,	<b>Marketing y ventas</b> Promociones, precios, publicidad, exposiciones	<b>Servicio postventa</b> Resolución de quejas, seguimiento a los clientes atención especializada con llamadas y mensajes de texto

Respecto a nuestra cadena de valor se va a utilizar mucho el sentido social de nuestra empresa un clúster muy importante es la contratación de personal población vulnerable, además las instalaciones están dispuestas de tal manera que cualquier persona con discapacidad no va a tener ningún inconveniente de movilidad.

### 1.3. Tecnología Disruptiva

Según su concepto, al pensar en innovación disruptiva nos referimos a las tecnologías o modelos que traen consigo cambios rotundos. Dichas tecnologías conllevan el descenso radical de servicios o productos que ya se encuentran posicionados para el público. (Redator Rock Content, 2019).

En otras palabras, las tecnologías disruptivas son aquellas que tienen como consecuencia cambios contundentes, una transformación total a un sector industrial o empresarial. Abre caminos a nuevas prácticas de manera rápida y sencilla, es asequible y supone eficiencia y accesibilidad. (Redator Rock Content, 2019)

La disrupción en el almacén va a ser creada para la comodidad de nuestros clientes, se va a implementar un software de última tecnología que le permite al cliente medirse la ropa sin ponérsela, por medio de una pantalla de 72 pulgadas el cliente elige lo que se quiere medir y el software lo que hace es mostrarle por medio de una imagen como le quedaría su ropa, ya si la cliente escoge algún vestido podrá medírsele por talla.

Además Se va a innovar en el servicio debido a que en el municipio no hay almacenes de ropa con aire acondicionado y atención personalizada al cliente con sala de café y bebidas, para la comodidad de nuestros clientes.

#### **1.4. Análisis del sector económico**

##### **Pestel**

**Política** podemos ver que los tratados de libre comercio con países vecino y además con los estados unidos nos favorecen en el sentido que aunque no es muy grande la disminución alcanzar a disminuir costos en la ropa importada, se puede aprovechar que este año hay elecciones de alcaldías y juntas para así sacar beneficios en el posicionamiento de la empresa y pedir disminución de impuestos, además empieza a regir el régimen simple.

En cuanto al crecimiento de los sectores productivos. Se prevén mayores crecimientos en sectores que, a pesar de crecer un poco menos de lo previsto hace tres meses, tendrán variaciones superiores al PIB agregado: actividades financieras (4,5%), textil (3,9%), administración pública (3,7%) y actividades profesionales (3,5%). Por el contrario, el ciclo contractivo en el mercado de vivienda llevará a una contracción de 0,5% en construcción y a un crecimiento de 2,4% en actividades inmobiliarias. Además, ajustaron a la baja el

Crecimiento de agricultura a 1,6%. (Portafolio, 2019)

Aprovecharemos la Ley 1780 de 2016 o ley pro joven el Decreto 639 de 2017 por medio del cual se reglamenta el artículo 3 de la Ley 1780 de 2016, “Ley Pro joven” y establece la exención del pago de la matrícula mercantil y la primera renovación para las pequeñas empresas jóvenes (que hayan iniciado su actividad económica principal a partir del 2 de mayo de 2016)(Dinero.com, 2017)

**Económico** podemos competir en precios, y se aprovecha promociones de fin de temporada, es muy claro que nuestro sector tiene que ver con el mundo textil así podemos encontrar que en Colombia existe mucho problema por la competencia con la mercancía china, problema que esta contrarrestando el gobierno con el alza a aranceles y la pelea contra el contrabando, de nuevo podemos aprovechar que en el departamento existe el fondo emprender manejado por el SENA, por medio de este podemos recibir asesoría y el capital semilla para iniciar el proyecto, respecto al IPC con referencia al año 2018 en este año en el mes de septiembre ya estamos casi un punto por encima del año pasado o sea el 2018 estaba en 2.63 y en 2019 estamos en 3,26, algo que nos beneficia para iniciar el negocio .

**Social**, si vemos las tendencia en este año en Colombia Según el reporte, el PIB de Colombia se expandiría apenas un 2,9%, un 0,3 pps menos que el pronóstico de abril. De acuerdo a la entidad, esto se daría porque el crecimiento del país sería del 3,1% para este segundo semestre, mientras que en el primero fue de 2,7%. El PIB de Colombia para el año pasado fue de 2,6%. (Portafolio, 2019)

**Tecnológico** se aprovechara las redes sociales y se creara páginas web donde se puede comprar directamente, A raíz de todos estos inconvenientes podemos ver como el gobierno a través de las tics quiere ayudar a la industria a salir adelante por medio de la

utilización de tecnologías, así mismo incentiva a el ciudadano y su familia como lo dice el Plan Estratégico Institucional MINTIC(2019-2022).

A entrar en esa nueva era con programas como Ciudadanos Y Hogares Empoderados que es Empoderar a las personas para que aprovechen las oportunidades sociales y productivas de los bienes y servicios digitales, con el uso seguro y responsable de las TIC, con el fin de mejorar su calidad de vida

Mecanismos para que los ciudadanos y los hogares hagan uso de los bienes y servicios digitales de todos los sectores de la economía y los territorios.

Sus objetivos estructurales son: la generación de habilidades digitales transversales a toda la población; la apropiación de las TIC en los hogares; la habilitación de servicios digitales con enfoque social asociados a apps “zero rating” con enfoque de cooperación público privado; la reducción de barreras para la adquisición de bienes y servicios digitales; el desarrollo de habilidades productivas con enfoque regional que reconozcan la diversidad cultural y que impulsen el desarrollo de ecosistemas de emprendimiento; la medición y divulgación de los beneficios de utilizar bienes y servicios digitales y la generación de confianza mediante la Seguridad Digital.

Este plan estratégico también se refiere a las empresas y dice en el documento. Impulso a la transformación digital de las empresas colombianas (2019).

Que su objetivo General es aumentar el grado de adopción de tecnologías en las empresas colombianas. y los objetivos Específicos

1. Implementar metodologías y herramientas para promover el fortalecimiento de habilidades gerenciales de emprendedores y empresarios para la transformación digital a través de la sensibilización, formación y seguimiento a modelos de negocios



2. Implementar un modelo de acompañamiento en alianza con entidades gremiales regionales que permita a los empresarios y emprendedores iniciar procesos de transformación digital para el escalonamiento de sus negocios.

3. Generar proyectos con el sector financiero que facilite el acceso a líneas de crédito para empresas y emprendedores que quieran implementar procesos de transformación digital.

4. Aumentar el grado de adopción de tecnologías en las empresas colombianas.

5. Desarrollar metodologías y herramientas para la transformación digital de sectores  
Dependencia Responsable Dirección de Transformación Digital. (MINTIC, 2019)

**Legal** en el país hay muchas leyes que regulan el sector textil pero en si estas son las principales

Ley 9 de 1979 Ley marco de la Salud Ocupacional en Colombia.

Decreto 1295 de 1994 Establece la afiliación de los funcionarios a una entidad Aseguradora en Riesgos Profesionales (ARP).

Decreto 1346 de 1994 Por el cual se reglamenta la integración, la financiación y el funcionamiento de las Juntas de Calificación de Invalidez.

Resolución 2400 de 1979 Conocida como el "Estatuto General de Seguridad".

Resolución 2013 de 1986 Establece la creación y funcionamiento de los Comités de Medicina, Higiene y Seguridad Industrial en las empresas.

Resolución 1016 de 1989 Establece el funcionamiento de los Programas de Salud Ocupacional en las empresas.

Decreto 1772 de 1994 Por el cual se reglamenta la afiliación y las cotizaciones al Sistema General de Riesgos Profesionales Medidas de protección de salud.

Decreto 1832 de 1994 Por el cual se adopta la Tabla de Enfermedades Profesionales. (ECR, 2018)

**Ambiental** solo se necesita el colaborar con el medio ambiente sin contaminar y manejando responsablemente los residuos se implementa entrega del producto en bolsas de papel. Respecto al agua se tiene en cuenta el registro de vertimientos y dar cumplimiento a la normatividad ambiental relacionada: Resolución 1074 de 1997 y Resolución 1596 de 2001, también es importante tener en cuenta la Resolución 2309, a través de la cual se dictan normas para el manejo de residuos especiales (CEO:ORG, 1989)

## **2. Identificación Del Problema, Necesidad Reto U Oportunidad**

Esta es una idea de negocio que surge al ver la necesidad del mercado por dar una buena asesoría durante la compra, de un lugar amigable fresco y cómodo que nos permita tener una compra inigualable.

Esta idea se desarrolla fundamentalmente debido a que la mayoría de las tiendas de ropa del municipio de Granada (Meta) se limitan a ofrecer una moda local y común, y su atención al público es mala, la temperatura del Municipio es de 32°c y ninguno de los almacenes tienen un local adecuado que tenga aire acondicionado, además de un buen servicio por lo que se suma a mala atención entonces se demuestra la inconformidad de la mayoría de los clientes.

Los Jóvenes y adultos de estratos 2, 3,4 serían las personas afectadas y Según la evolución del mercado en el municipio los consumidores de jean, camisas, blusas y vestidos las personas tienen un 70% de consumo en la población.

En este sector hay que tener muy presente la existencia de un importante componente estacional: las rebajas. Así, el 18% de las ventas del sector de ropa se concentran en las ocho primeras semanas del año.

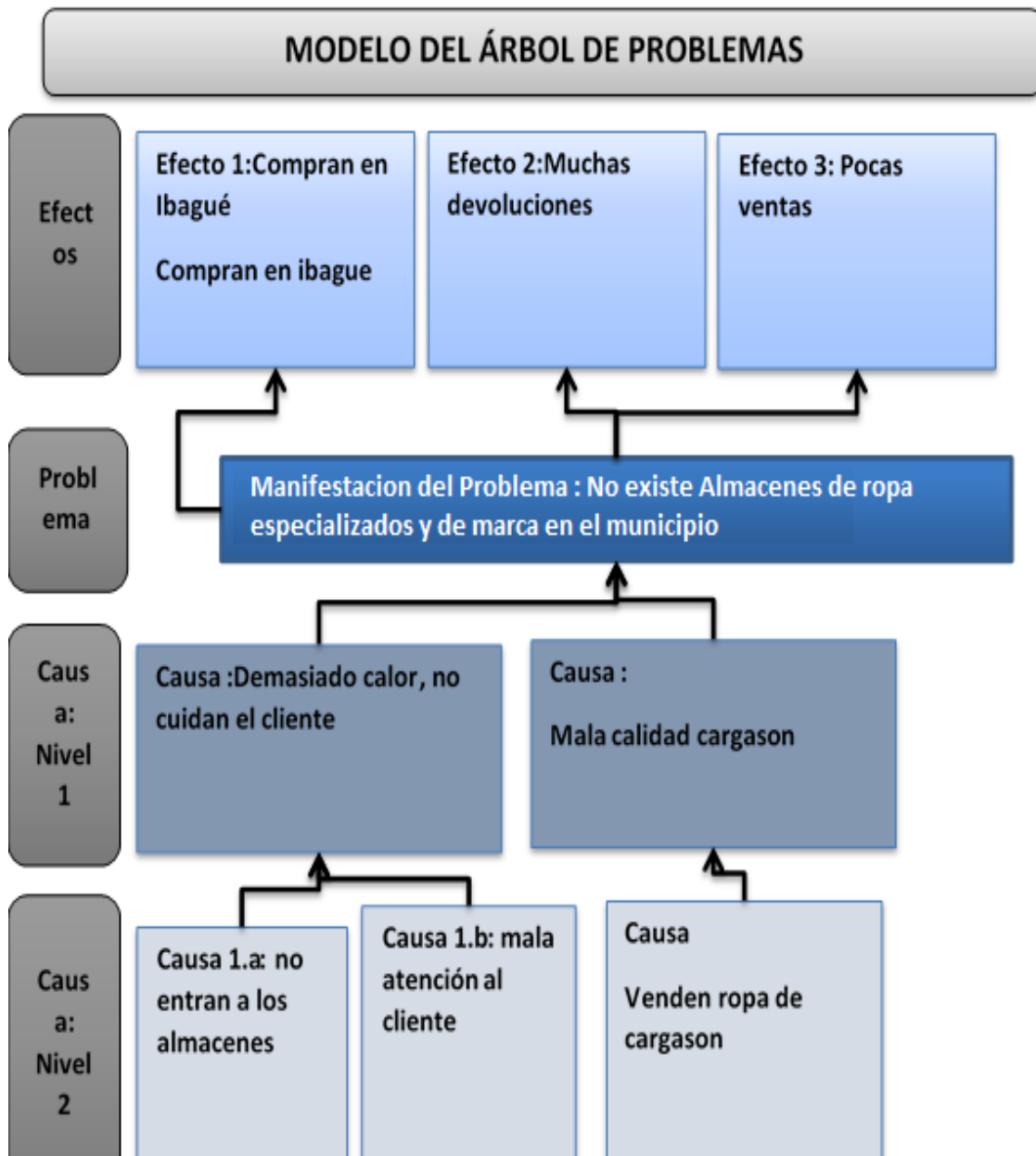
La idea de negocio consiste en la puesta en marcha de una tienda personalizada y física especializada en la venta de ropa al por mayor y al por menor, de diferentes marcas, tallas y estilos.

Nuestra ventaja competitiva es que arrancamos con un proyecto especializado con productos claramente identificables por MARCA y MODELO: tallas definidas a un sector específico de la población.

Emprenderemos en un proyecto concreto, los productos a ofrecer a través de la tienda no serán perecederos, y, además, tendrán una logística fácil. No se manejará un número excesivo de referencias, para evitar problemas con el stock.

El nombre previsto para la empresa es “TIENDA DE ROPA ESTILOS.” y la forma jurídica que le daremos será de una tienda distribuidora de ropa de diferentes marcas y estilos es decir un establecimiento de comercios al por mayor y al por menor.

**Tabla 2.** *Modelo Árbol de Problema*



**Tabla 3.** *Criterio de los problemas*

CRITERIO	PROBLEMA 1	PROBLEMA 2	PROBLEMA 3
Conocimiento o experiencia	5	5	5
Asesoramiento de un experto Lo tenemos?	5	5	5
Alcance técnico, tenemos las herramientas, podemos despaarnos para evaluar el problema, tenemos acceso a información	5	5	5
Tiempo	5	5	5
Costos	3	5	5
Impacto	5	5	5
Que tato les llama la atención el desarrollo del problema?	4	5	5
Total	32	35	35

**Figura 1.** *Modelo Análisis del Problema*

## 2.1. Planteamiento del Problema

Radica en que en la ciudad no existe un almacén de ropa que llene las expectativas de los clientes puesto que la ropa que venden es de muy mala calidad y para poder obtener una buena atención y ropa de calidad los clientes deben trasladarse a la ciudad de Ibagué por ende los costos al comprar ropa se incrementan hasta en un 50%, así que esta oportunidad está siendo aprovechada por nosotros lo que resultara rentable para los socios e igualmente para los clientes.

## 2.2. Pregunta Problema

Se podrá implementar un almacén especializado de ropa que sea rentable en el municipio de Coello Tolima?

## Análisis de los involucrados

**Tabla 4.** *Análisis de los involucrados*

Grupos	Intereses	Problemas percibidos	Mandatos y recursos
Cientes	ropa de mejor calidad Precios assequibles Comodidad facilidades al vestir	Venden ropa mala calidad y a precios muy altos. hace demasiado calor y no hay aire acondicionado, no hay probadores virtuales	Dinero Quejas y reclamos
Proveedores	Recibir pagos oportunos Pedidos con tiempo		Acuerdos
Consultores aliados	no aplica		
Personal compañía	Motivacion Trabajo estable Beneficios laborales	Inconformismo por falta de seguridad. Desacuerdo por condiciones de trabajo	

## Estrategia con los involucrados

**Tabla 5.** *Estrategia con Involucrados*

Grupos	Estrategia
Clientes	- Generar comunicaciones anunciando nuevos servicios y próximos descuentos
Proveedores	- Informar de los cambios que se adelanten durante el proyecto para garantizar la continuidad en el servicio recibido
Consultores aliados	- Vigilar su gestión de cerca
Personal compañía	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Monitorear de cerca su satisfacción laboral</li> <li>- Anunciar los cambios que se vayan generando en la compañía por motivos del proyecto</li> </ul>

### 3. Descripción De La Idea De Negocio

#### 3.1. Lluvia de ideas

Luego de analizar el problema nos reunimos los socios de la empresa para desarrollar una lluvia de ideas y así exponer varios tipos de negocio que podríamos implementar en el municipio, se escogieron tres ideas que se fueron estudiando y así mismo revisando los pro y los contra hasta tomar la determinación de decidirnos los tres por una de las ideas siendo esta la más atractiva y rentable.

Primero se expuso un lavadero de carros pero en el municipio ya existen 3 y otro sería sobrecargar y no sería rentable, luego se estudió la posibilidad de poner un café internet con sala de moda donde se vendiera ropa, pero luego de lanzar ideas y números decidimos que no por que se necesitaría más personal lo que acarrearía más gastos, por

último se decidió por el almacén de ropa en vista de que en el municipio no tendríamos competencia directa lo que nos daría un ventaja mayor.

**Tabla 6, Descripción Idea de Negocio**

<b>Cuál es el producto o servicio</b>	Almacén de ropa especializado
<b>Quien es el cliente potencial</b>	Los Jóvenes y adultos de estratos 2, 3,4 y. Según la evolución del mercado en el municipio los consumidores de jean, camisas, blusas y vestidos las personas tienen un 70% de consumo en la población
<b>Cuál es la necesidad</b>	Satisfacer la necesidad de un sitio ameno, donde la compra sea divertida
<b>Como</b>	estableciendo un lugar con aire acondicionado, estación de agua y café y el probador virtual
<b>Porque la prefieren</b>	Por comodidad , atención al cliente e innovación

**Figura 2. Temática**



#### 4. Innovación

Luego de hacer todos los estudios y comparaciones pertinentes con los clientes y revisando las estrategias de la competencia en cuanto a innovación, llegamos a la conclusión que nuestra mejor carta es el probador de prendas virtual , donde el o la



cliente se puede probar la ropa que quiera sin necesidad de tocar la ropa pues en esta época de pandemia este es uno de los mejores métodos para evitar la propagación del virus, y es una forma muy cómoda para la toma de decisión al momento de comprar.

Además al implementar este sistema se va a innovar en la forma de atención al cliente donde se va a implementar un aire acondicionado central, y bahía de café para que el cliente este como en su casa.

Ahora si el cliente no quiere salir de casa, se tendrá la venta virtual por medio de una página web, y todas las redes sociales donde se entregara las prendas en la puerta de su casa con pago contra entrega.

## **5. Fuerza De La Industria**

### **5.3. Contextualización De La Empresa**

La empresa estará ubicada en el municipio de Coello-Tolima, su nombre, **Almacén de Ropa Estilos**, cuyo propósito principal es ofrecer ropa de buena calidad en las diferentes marcas del mercado, para satisfacción de nuestros clientes, y ofreciendo tecnología de punta que impactará nuestro clientes en la selección de sus vestidos a la hora de compra, mejorando su visión, tiempo de compra y calidad de productos.

Coello es un municipio pequeño cuya actividad principal es la agroindustria, que está representada en cultivos de arroz, algodón, maíz y otros.

Es un municipio pujante que está ubicado en el centro del Tolima y cerca de Cundinamarca, lo que hace que muchos de los compradores de ropa hagan sus compras en la ciudad de Ibagué, por el centro comercial más grande del Tolima, El almacén, como ya lo definimos en pequeño, debido a que la demanda de estos artículos va de acuerdo a el número de habitantes y la competencia que nos corresponde, básicamente,

la ciudad de Ibagué, porque internamente, no presentamos ninguna amenaza con los almacenes situados en el municipio.

La actividad económica es 1730 Acabado De Productos Textiles No Producidos En La Misma.

#### **5.4.Análisis De La Demanda**

Una de nuestras amenazas más importantes en el mercado de nuestros productos, es la ciudad de Ibagué, capital del Tolima y gran centro productor de ropa, de los cuales se alimenta en gran parte del mercado local, como de sus alrededores, internamente, no tendremos competencia directa con ningún almacén de los que actualmente funcionan en el municipio, en razón a que su forma de atención, manejo de productos, atención a los clientes, calidad de los productos y servicios complementarios, no han evolucionado como debiere, debido a las exigencias de los clientes y porque la competencia es muy estática y tardía en la respuesta exigente de los clientes, además, ninguno de los actuales almacenes que venden nuestros productos, carecen de tecnología de punta al servicio de atención al cliente, que le permitan escoger de forma rápida y precisa lo que los necesitan, caso contrario, nosotros implementaremos un software inteligente, que les permitirá, escoger o seleccionar la prenda sin necesidad de ponérselo físicamente, sino de manera virtual, permitiéndoles a nuestros clientes, tener un panorama más amplio para sus caprichos, por estas razones, esperamos ganar gran parte del mercado, especialmente los jóvenes y las mujeres, que son un gran potencial para nuestra empresa.

Además se implementara le venta por página web y redes sociales para que los clientes no tengan que salir de casa, y así seguir todas las medidas de distanciamiento que rigen en este momento dependiendo de estas variables, así mismo definiremos el

tamaño de nuestro negocio inicialmente e incluiremos una sucursal en lo local si lo amerita el mercado o la competencia local.

### **5.5. Análisis De La Oferta**

Nuestro mercado potencial, son todos los habitantes del municipio de Coello-Tolima.

En la actualidad, el municipio cuenta con dos (2) almacenes que venden ropa pero no exclusivamente puesto que no es su especialidad, debido a que es una zona netamente agrícola, también distribuyen otro tipo de productos, como insumos agrícolas y ropa de trabajo, es por eso que tomamos la decisión de implementar este tipo de negocio, en razón a que casi no existe competencia para nuestros productos, menos por la calidad de ropa que ellos suministran a la población.

Para nosotros como empresarios, hemos visto que la mayor competencia para nuestros productos es la ciudad de Ibagué, que es un centro industrial y tecnológico por ser la capital del Tolima y es donde muchas personas de nuestro municipio van de compras, por la variedad, calidad y precios del mercado.

Por eso, nosotros implementaremos este almacén de ropa especializado en las mejores marcas de ropa y con las mismas o mejores condiciones que los almacenes de Ibagué, donde nuestros paisanos sientan la comodidad, el buen servicio, la tecnología al alcance de todos y los mejores precios del mercado local, asegurando un alto porcentaje de la clientela que compra ropa de calidad en nuestro municipio.

Los almacenes que actualmente funcionan, no cuentan con la tecnología que nosotros ofreceremos, ni con redes sociales, solo se limitan a la venta directa y atención de los clientes en su lugar de trabajo, lo significa una ventaja muy amplia para competirles a ellos, además de la innovación, como un producto agregado para nuestros clientes.

**Tabla 7. Competencia**

<b>Nombre del competidor</b>	<b>Producto</b>	<b>precio</b>	<b>Servicio (ventaja competitiva)</b>	<b>Ubicación</b>
<b>Almacén don Pacho</b>	Ropa de trabajo, jeans y camisas	\$50.000 en promedio.	Pedidos por teléfono a clientes. Financiación de las compras (crédito)	Están localizados en el centro del municipio hace más de cincuenta años. (50).
<b>Distribuidora doña Flor</b>	Ropa de trabajo, jeans y camisas.	\$50.000 en promedio.	Pedidos por teléfono a clientes. Financiación de las compras (crédito)	Están localizados en el centro del municipio hace más de treinta y cinco años. (35).

Como competencia indirecta contamos primero que todo el mercado de la ciudad de Ibagué, y las ventas por internet pero nosotros vamos a contrarrestar esa competencia con calidad y precios, además con atención y fidelización de nuestros clientes, igualmente tendremos nuestra página web y catálogos para así poder competir y estar siempre por encima de la competencia.

### **5.6. Análisis de la Comercialización**

Para realizar un análisis de la comercialización de nuestro producto hablaremos de ropa en general puesto que al existir tantas referencias sería un poco difícil la clasificación.

Así que el producto de nuestro competidor directo en el municipio es de baja calidad y no se consiguen productos de marca, solo lo que venden en los almacenes locales es ropa de mala calidad y como se dice vulgarmente ropa de cargazón.

Ya al referirnos a la competencia indirecta como la ciudad de Ibagué y las ventas por internet vemos que hay una excelente calidad con la que debemos competir sobre todo en precios y atención.

### **5.7. Análisis De Los Proveedores.**

El municipio de Coello por su cercanía a la ciudad de Ibagué, que es el centro económico e industrial del departamento del Tolima, cuenta con un gran número de fábricas y almacenes de muy buena calidad, donde podemos surtirnos con una variedad de productos y variedad de precios, igualmente, hemos tenido en cuenta la ciudad de Bogotá para la adquisición de todo tipo de ropas, especialmente de determinadas marcas que soliciten nuestros clientes. También, estamos pensando en viajar al centro de compras de Medellín y Pereira como proveedores de nuestro almacén. Ibagué cuenta con un gran número también de almacenes que podríamos surtirnos permanentemente y de acuerdo con la demanda de nuestros productos.

Algunos de nuestros Proveedores

#### **PETROLIZADO JEANS S.A.S.**

Empresa colombiana dedicada a fabricar jeans para mujer y hombre (con diseños únicos y de gran calidad). Tiene más de 20 años en el mercado (desde 1998).

Provee los famosos jeans levanta cola o efecto push up para dama, con variedad de estilos, colores y precios.

Realiza venta de jeans al por mayor, con precios preferenciales a Distribuidores.

Hace envíos a toda Colombia.

Para más información:

[petrolizadojeans.com](http://petrolizadojeans.com)

+57 1 2865468, Móvil: +57 3046779470

Calle 11 #13-38, Bloque E, Centro Comercial San Carlos, Bogotá Colombia

**STF GROUP S.A. (STUDIO F)**

Es una empresa fabricante de ropa, que aplica las últimas tendencias de la moda en prendas de vestir pensadas especialmente en la silueta de la mujer latina sofisticada y con estilo. Todas sus prendas son producidas bajo rigurosos controles de calidad, las mejores materias primas y tecnología de punta.

1. Ofrece variedad de: Camisas, Blusas, Camisetas, Pantalones, Jeans, Leggings, Vestidos, Faldas, Enterizos, Conjuntos, Busos, Body, Blazer, Abrigos, Gabanes, Ponchos, Sobretodos, Chaquetas, Chalecos, Shorts. También ofrece ropa para hombre.

Para más información:

[www.studiof.com.co](http://www.studiof.com.co)

+57 3503100972,+57 2 6850000

Cra. 34 #10581, Yumbo, Valle del Cauca Colombia

**CRYSTAL S.A.S.**

Es una empresa y fábrica de ropa, con más de 50 años de experiencia y tradición. Se dedica a la producción y comercialización de sus marcas: Gef, Punto Blanco, Baby Fresh, Galax y Casino.

Cuenta con 8 plantas de manufactura en Colombia, con un sistema vertical que abarca procesos de hilandería, tintorería, textiles, confección y calcetería. También cuenta con 5 centros de distribución. Además, distribuye sus productos en puntos de venta propios y franquicias ubicados en Centroamérica, el Caribe y Suramérica.

Para más información:

[www.crystal.com.co](http://www.crystal.com.co)

+57 4 3788333,+57 1 8000 517536

Cra. 48 #52 Sur 81, Sabaneta, Antioquia Colombia

## **LUIS EDUARDO CAICEDO S.A. (LEC S.A.)**

Es una empresa fabricante de ropa, creada en el año 1943, dedicada a la fabricación, confección, distribución, exportación y venta al por mayor y menor, de prendas de vestir, tipo moda y clásico, para mujeres y hombres.

Ofrece gran variedad de diseños en: Pantalones, Leggings, Camisas, Blusas, Camisetas, Polos, Chaquetas, Sweater & Cardigans, entre otros productos.

Para más información:

[www.leclee.com.co](http://www.leclee.com.co)

+57 1 2087676, Cl. 20b #44-35, Bogotá Colombia

### **6. Segmentación Del Mercado.**

#### **6.1. PERFIL DEL CLIENTE**

- ✓ Edades de los 14 - 70 años. (Hombres 8982 – Mujeres 7.482) población de esas edades en Coello.
- ✓ Para todos los estratos.
- ✓ Tiendas de ropa no hay en Coello especializadas

El perfil del consumidor son hombre, mujeres y niños de entre 14 y 70 años es el perfil mayoritario del Consumidor.

El prototipo de consumidor de

Estimación del mercado potencial: en este caso en el municipio desafortunadamente no contamos con tiendas de especialidad por lo tanto tendremos que buscar en otras ciudades donde hayan tiendas de especialidad como por ejemplo: Ibagué, Bogotá, Medellín por lo que allí encontramos mercados potenciales.

Se tendrá una ficha para el conocimiento de nuestros clientes su modelo será

**Figura 3. Características del Cliente**

<b>Características demográficas</b>	Edad
	Sexo
	Localidad
<b>Características sociológicas</b>	Clase social
	Nivel de ingresos
	Formación
	Tipos de compras que realiza
	Servicios que utiliza
	Frecuencia y horario de compra
<b>Características psicológicas</b>	Estilo de vida
	Actitudes
	Motivaciones
	Aprendizaje o conocimiento de los productos

Nota, Fuente Mheducation.com(p24)

Así podemos determinar nuestros clientes y poder diferenciarlos de los usuarios, porque una cosa es el cliente y otra es el usuario.

<b>Consumidor</b>	La persona que compra un producto o servicio.
<b>Cliente</b>	La persona que compra habitualmente en la misma empresa (consumidor habitual).
<b>Usuario</b>	La persona que disfruta habitualmente de un servicio o del empleo de un producto.

Nota, Fuente Mheducation.com(p24)

El tipo de de segmentación que se debe escoger es la B2C, puesto que la negociación va a ser directamente con el cliente.

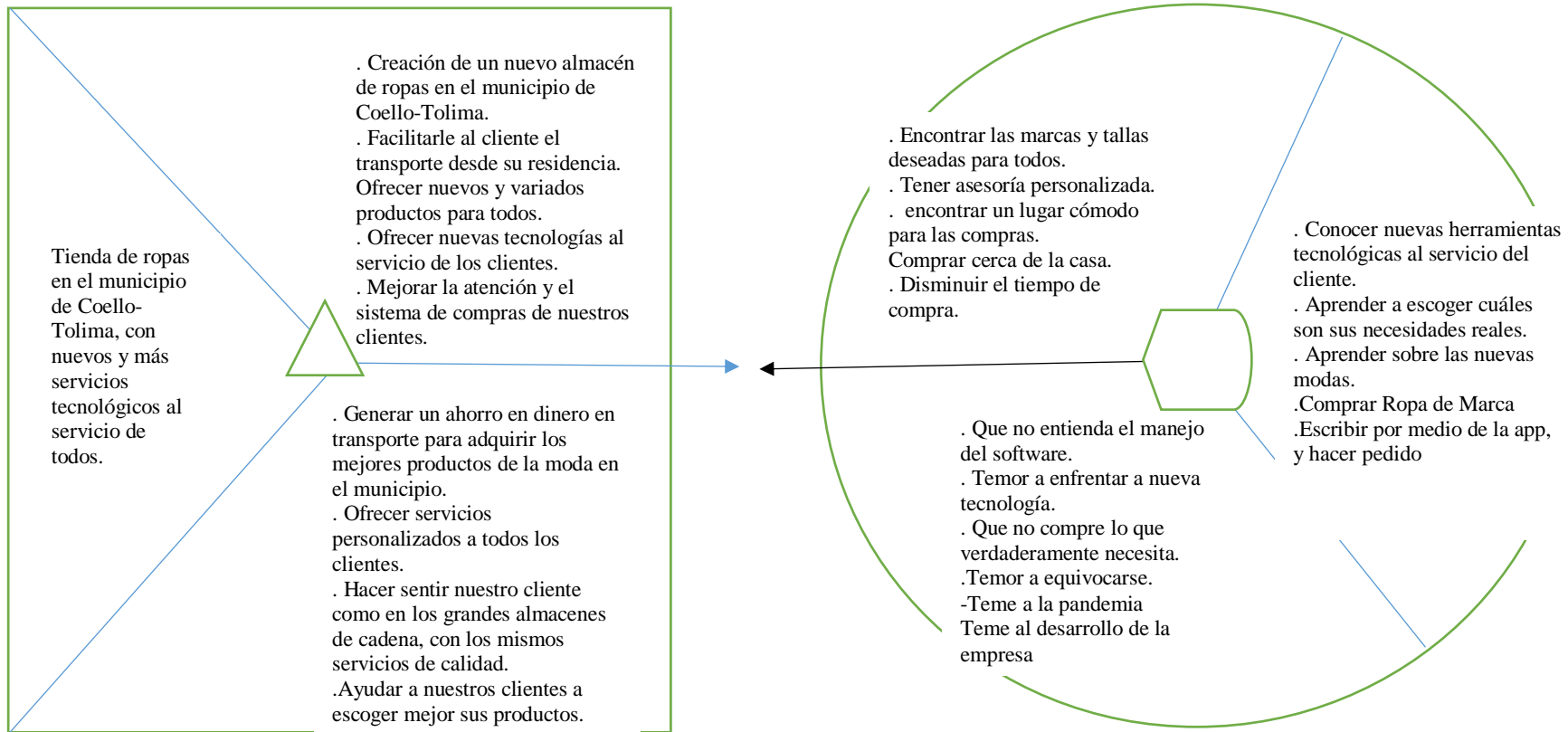


**Tabla 8. Perfil del cliente**

<p>Foto del cliente</p> 	<p>El mayor miedo de nuestro segmento es que no encuentren lo que buscan en el mercado local y tengan que salir a otros centros de compra como Ibagué y Bogotá, debido a la carencia de los productos que solicitan.</p>	<p>Buenos precios, calidad y variedad de productos, estilos y colores y una muy buena atención, seguridad en las compras e inmediatez en el servicio.</p>
<p>Nuestros clientes son todos los habitantes del municipio de Coello, especialmente los niños, los jóvenes y las mujeres,</p>	<p>El tiempo de viaje, la inseguridad, los medios de pago, el conocimiento del mercado, la facilidad de compra.</p>	<p>Diferentes productos, diferentes marcas, variados modelos, diferentes tallas y buenos precios.</p>
<p>El municipio de Coello, cuenta con una población de casi 10.000 habitantes, está ubicado en el centro del departamento del Tolima, cerca de centros urbanos como Ibagué y Bogotá. Lo permite ver tanto la oferta y demanda de nuestros productos por nuestros clientes.</p>	<p>Es la falta de un buen número de productos y variedad de los mismos para satisfacer las necesidades de los clientes.</p>	<p>Que el mercado local nos ofrezca variedad y calidad de productos, a los mejores precios del mercado nacional y con una atención muy personalizada.</p>
<p>Buena atención, variedad de productos, diferentes colores, mejores servicios, buenos precios. Frasas que mejor definen sus experiencias</p>	<p>Atención personalizada, servicios tecnológicos, redes sociales, publicidad por redes sociales mediáticas.</p>	<p>Que la atención sea personalizada, acompañada de un nuevo modelo tecnológico, que le permita al cliente seleccionar sus productos al gusto de ellos.</p>
<p>La cercanía y acceso a las compras, seguridad ciudadana.</p>	<p>Encontrar de toda clase de productos y variedad de los mismos.</p>	<p>Que los productos que vendamos, estén a la moda, que sigan los lineamientos de la moda a nivel nacional.</p>

## 7. Propuesta de Valor

**Tabla 9. Propuesta de Valor**



## 7.1. Declaración De La Propuesta De Valor.

“La moda en Estilo se encuentra a la altura de los mejores almacenes del país”

## 8. Diseño Del Producto

### 8.1. Ficha Técnica

Al tener tantas referencias de nuestro producto hemos escogido uno de los que más se venden según estudios realizados en el plan de marketing

**Figura 4.** *Linea Dama*



**Figura 5.** *Linea Deportiva*



**Figura 6.** *Probador Virtual*



**Figura 7.** *Interior de la Tienda*



**Figura 8.** *Fachada y exterior*



**Tabla 10. Ficha Técnica Pantalones**

Artículo: Pantalón para hombre.
Composición del producto: lino, dacrón, indigo,
Normas de calidad: sin nombre.
Presentaciones comerciales: tipo formal, sport y clásicos.
Tipo de empaque: Cajas de cartón por producto de 25 x 30 Cms.
Material de empaque/publicidad: es una caja individual donde van los datos de la empresa, marca, lote, tipo de material, fecha de elaboración y garantías del producto.
Condiciones de conservación: Mantener lejos de la Humedad
Vida útil: no estimado
Servicios adicionales: arreglos de ajuste de acuerdo a los requerimientos del cliente.
Elaboro
Reviso
Aprobó
<b>FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO / SERVICIO</b>
A. Almacén de Ropa Estilo
B. Línea textil de marca y diseñador.
C. Ropa individual , moda
D. Se empacara en bolsas de papel totalmente degradables.
E. Papel,.
F. En bodega y almacén
G. Vida útil depende del uso igualmente la garantía.
H. Posición privilegiada por todo tipo de clientes
ELABORÓ
REVISÓ
APROBÓ

**Figura 9. Ficha Blusas**

<b>Ficha técnica del producto</b>			
<b>Línea</b>	Primavera - verano	<b>Talla</b>	S - M
<b>Genero</b>	Femenino	<b>Color</b>	Palo de rosa
<b>Descripción de la prenda:</b> Blusa sin mangas de tiras, largo a la cadera, con caída al frente y cola de pato.			
<b>Calidad de material</b>	Algodón		
<b>Componentes del material</b>	Algodón 80% poliéster 20%		
<b>Valor agregado</b>	El diseño de la blusa		
<b>Peso</b>	Peso: De acuerdo a la Norma técnica Colombiana ICONTEC 703-1, 703-2 y 703-3		
<b>Observaciones</b>	Es una blusa de corte simple en tiras, con plegables que caen sueltos dando una apariencia se frescura a la cliente.		



Figura 10. Ficha General

PRENDA	MUJER 30 – 40	MUJER 41 - 50	MUJER ADULTA
<b>JEANS</b>	Se manejan varios estilos de la prenda, diseños y acabados modernos, telas stretch con los lavados de moda. Diseños clásicos o con aplicaciones de moda. Se tendrá también el tradicional blue jean de varios colores juveniles como blanco, negros, azul petróleo, azul cielo, gris, en degrade, propios de la mujer joven y moderna.	Acabados y lavado modernos en las telas, pero con diseños más clásicos y formales. Telas stretch, pero más livianas no tan pesadas para comodidad de la clienta.  Las misas gamas de colores de las mujeres jóvenes sin apliques y algunos con bordados hechos a mano.	Telas no pesadas y más bien cómodas que se ajusten a la silueta y/o estilos rectos que generen seguridad a la usuaria. Diseños modernos, pero con la sobriedad de la mujer mayor sin alejarse de la moda e innovación de las prendas.
<b>PANTALONES</b>	Telas que caigan livianas y que resalten la figura ocultando las curvas que no desean ser vistas.  Diseños, colores y telas para toda ocasión, con una amplia gama de colores y que se puedan usar para cualquier ocasión.	Telas sueltas, que prometan horma y caída natural, pantalones elegantes para el día a día o para ocasiones especiales, amplia gama de colores diseños exclusivos.	Diseños sofisticados, elegantes sin perder la comodidad que beneficien la figura de la mujer adulta quien le gusta verse y sentirse bien sin dejar de lado la moda. Amplia gama de colores.
<b>BLUSAS CAMISAS</b>	Blusas y camisas con diseños modernos, juveniles de diferente gama de colores y texturas. Se juega combinando las telas con diferentes tipos de diseños, estampados, aplicaciones, bordados etc.  Ideales para todo tipo de ocasiones fiestas, rumbas, universidad, trabajo, fines de semana, cocteles entre otras.	Diseños modernos sin dejar de lado la sensualidad que caracteriza a las mujeres, elegantes y algunas sobrias. Pensados en de definir las curvas del cuerpo. Ideal para todas las ocasiones compras, fines de semana, trabajo, casual, formal y fiesta.	Telas sedosas, sueltas, con toques de romanticismo y sofisticación de las mujeres adultas sin dejar de lado las tendencias de moda. Ideal para todas las ocasiones compras, fines de semana, trabajo, casual, formal y fiesta.

PRENDA	MUJER 30 – 40	MUJER 41 - 50	MUJER ADULTA
<b>JEANS</b>	Se manejan varios estilos de la prenda, diseños y acabados modernos, telas stretch con los lavados de moda. Diseños clásicos o con aplicaciones de moda. Se tendrá también el tradicional blue jean de varios colores juveniles como blanco, negros, azul petróleo, azul cielo, gris, en degrade, propios de la mujer joven y moderna.	Acabados y lavado modernos en las telas, pero con diseños más clásicos y formales. Telas stretch, pero más livianas no tan pesadas para comodidad de la clienta.  Las misas gamas de colores de las mujeres jóvenes sin apliques y algunos con bordados hechos a mano.	Telas no pesadas y más bien cómodas que se ajusten a la silueta y/o estilos rectos que generen seguridad a la usuaria. Diseños modernos, pero con la sobriedad de la mujer mayor sin alejarse de la moda e innovación de las prendas.
<b>PANTALONES</b>	Telas que caigan livianas y que resalten la figura ocultando las curvas que no desean ser vistas.  Diseños, colores y telas para toda ocasión, con una amplia gama de colores y que se puedan usar para cualquier ocasión.	Telas sueltas, que prometan horma y caída natural, pantalones elegantes para el día a día o para ocasiones especiales, amplia gama de colores diseños exclusivos.	Diseños sofisticados, elegantes sin perder la comodidad que beneficien la figura de la mujer adulta quien le gusta verse y sentirse bien sin dejar de lado la moda. Amplia gama de colores.
<b>BLUSAS CAMISAS</b>	Blusas y camisas con diseños modernos, juveniles de diferente gama de colores y texturas. Se juega combinando las telas con diferentes tipos de diseños, estampados, aplicaciones, bordados etc.  Ideales para todo tipo de ocasiones fiestas, rumbas, universidad, trabajo, fines de semana, cocteles entre otras.	Diseños modernos sin dejar de lado la sensualidad que caracteriza a las mujeres, elegantes y algunas sobrias. Pensados en de definir las curvas del cuerpo. Ideal para todas las ocasiones compras, fines de semana, trabajo, casual, formal y fiesta.	Telas sedosas, sueltas, con toques de romanticismo y sofisticación de las mujeres adultas sin dejar de lado las tendencias de moda. Ideal para todas las ocasiones compras, fines de semana, trabajo, casual, formal y fiesta.

NOTA: La empresa Almacén Estilos, tendrá dentro de su colección, más de 100 productos para el gusto y satisfacción de nuestra clientela, contaremos con un amplio

repertorio de prendas de vestir para niños, damas y caballeros que busquen buenos productos y satisfagan sus necesidades. Esta será la ficha técnica de nuestros productos los cuales vienen bien referenciados de parte de nuestros proveedores y que es la condición que hemos establecido como empresa comercializadora.

### 8.3. Ciclo de Vida

La empresa al hablar del ciclo de vida del proyecto vemos que en este momento se encuentra en una etapa de introducción por medio de la cual se está desarrollando las estrategias y definiendo la capacidad financiera para la implementación del proyecto.

#### Definición estratégica

**Figura 11.** Definición estratégica



#### Diseño de Concepto

Los materiales que se necesitan son:

**Figura 12.** Materiales Tangibles

Materiales Tangibles
Pantallas de 80 pulgadas
Estantería

Maniqués
Equipo de seguridad
Exhibidores
Probadores
Espejos
Computadores
Ganchos Ropa
Barra

**Figura 13. Materiales Necesarios**

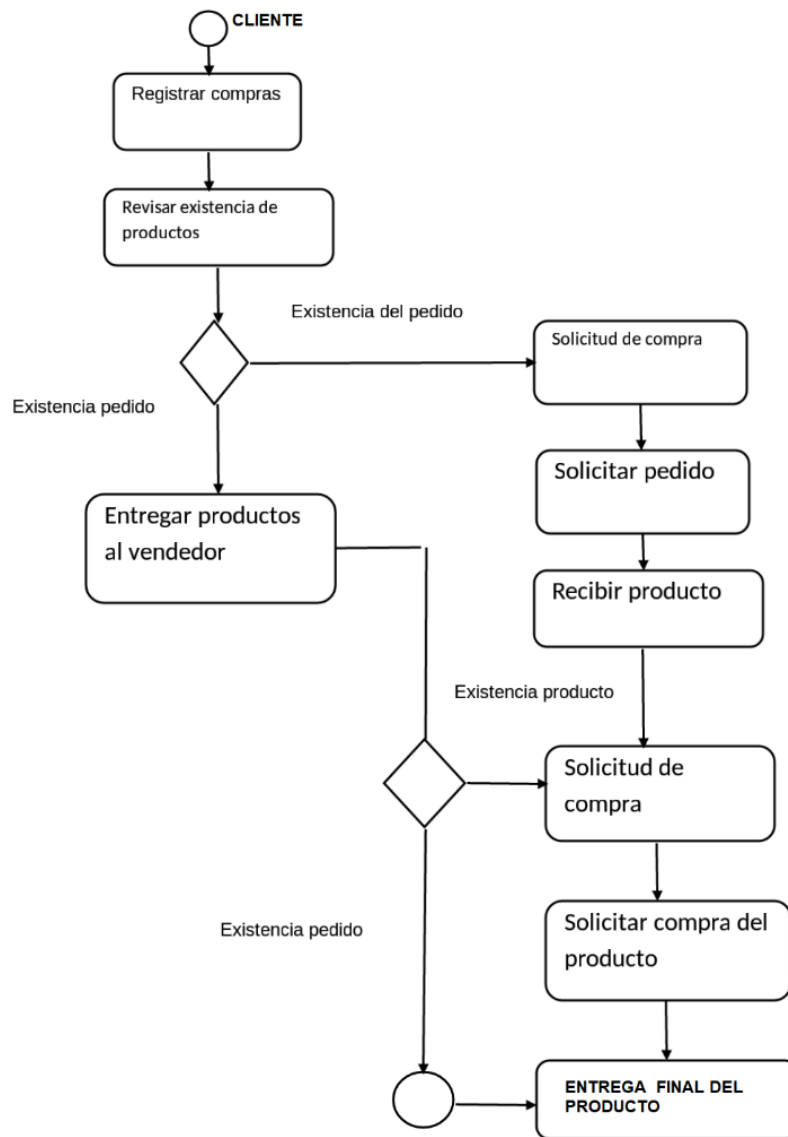
CATEGORIAS	Sub Categoría	Rango de Precios	Descripción
Zona Superior	Tops, camisetas, blusas, Abrigos.	\$30,000 - \$70,000	Diferentes prendas, aplicando detalles técnicos de manufactura representativa de la región.
Zona Inferior	Pantalones, Shorts, Falda	\$50,000 - 100,000	
Zona Mixta (conjuntos, combinaciones)	Vestidos, conjuntos, bodys, enterizos	\$40,000 - 250,000	
Accesorios	Aretes, pulseras, collares, gargantillas, anillos, diademas, lazos para cabello, bolsos, carteras, sombreros, abanicos.	\$10,000 - \$120,000	Venta de todo tipo de accesorios



## Diseño en Detalle

**Tabla 11.**

*Flujo de la venta*



## Indicadores de Calidad

**Figura 14.** *Indicadores de Calidad*

Campo	Objetivos	Indicadores
Gestión financiera	✓ Mejora de la rentabilidad financiera en un 5%	✓ Margen neto margen bruto - Tasa de cobertura - Plazo de cobertura
Recursos humanos	✓ Aumentar el % de personal formado en un 5%. ✓ Reducir el absentismo en un 5% ✓ Reducir la rotación del personal en un 5%.	✓ Porcentaje de personal formado personal a formar ✓ Tasa de absentismo ✓ Rotación del personal: número de salidas /efectivos totales
Recursos materiales	✓ Reducir el %de horas de paro de equipos y máquinas en un 5%. Reducir el %de horas de paro por avería. ✓ Reducir las horas de espera de reparación en un 5%	✓ Tasa de utilización de un equipo o de una instalación ✓ Tasa de no disponibilidad (o tasa de averías) ✓ Plazo de intervención
Sistema de información	✓ Documentación actualizada en un plazo máximo de 15 días (catálogo de productos, precios, etc.)	✓ Días de retraso de la puesta a disposición del catálogo actualizado oferta del producto
Comercial	✓ Incrementar la materialización de los contratos en un 5%	✓ Tasa de ofertas convertidas en pedidos

Nota Fuente Calidadparapymes(2018)

- **Cobertura:**

Se define como la proporción entre el número de artículos disponibles en los mercados y las personas que demandan una necesidad que espera ser satisfecha. Este indicador es propio de proyectos que buscan penetrar de forma masiva entre los consumidores o que están pensados a largo plazo. Sin embargo, no siempre es así. A veces basta con que una empresa cubra los pocos frentes en los que suele desempeñarse para obtener un indicador positivo en términos de cobertura. (Isotools, 2018)

- **Eficacia:**

La eficacia no es otra cosa que la relación entre un producto disponible y la necesidad para la que ha sido creado. Cuando esta relación es positiva, la eficacia del

producto es alta. Pero si la necesidad del cliente sigue sin ser atendida tras la adquisición de dicho producto, el indicador es negativo. Algo en el proceso ha fallado. (Isotools, 2018)

- **Valoración de ventas:**

El volumen de ventas es, sin duda, el elemento más empleado para medir la calidad de un producto. Vender mucho casi siempre es sinónimo de éxito: indica que el artículo ha tenido una buena acogida y que ha generado gran interés. No obstante, esta relación no supone en todos los casos un grado alto de calidad. Se puede vender mucho sin que el producto sea del todo bueno. (Isotools, 2018)

- **Satisfacción del cliente:**

De hecho, el siguiente paso tras la venta de un producto es la evaluación del grado de conformidad de quien lo ha adquirido. La venta no garantiza satisfacción. Numerosos ejemplos dan cuenta de ello. Al utilizar este indicador, las empresas deben desplegar varias vías de retroalimentación para poder evaluar con acierto lo que se conoce como la etapa de post-venta, que es crucial de cara a nuevas líneas de producción. (Isotools, 2018)

- **Competitividad:**

Hace referencia a la capacidad de las empresas para explotar aquellas cualidades que hacen distintos a sus productos. También tiene que ver con el nivel de adaptación a las dinámicas del mercado y a la capacidad de innovación y cambio. Un producto incapaz de competir es, por lo general, un producto de escasa calidad. (Isotools, 2018)

## 9. Precio de la venta

Haciendo un estimado de algunos de nuestros productos se hace el siguiente cuadro

**Tabla 12,**

*Precio de Venta*

PRECIO PROMEDIO			
<b>Descripción de Prendas</b>	<b>COSTO ADQUISICIÓN</b>	<b>DE PRECIO</b>	<b>DE</b>
		<b>VENTA</b>	
Pantalón Dama Tallas	\$ 18.000	\$ 50.000	
Pantalón Hombre	\$ 22.000	\$ 70.000	
Blusas Dama	\$ 25.000	\$ 55.000	
Camisas Hombre	\$ 28.000	\$ 65.000	
Buzos Hombre	\$ 22.000	\$ 50.000	
Tennis Adidas, Nike	\$ 120.000	\$180.000	
Vestidos Dama	\$ 32.000	\$ 80.000	

**Tabla 13.**

*Costos de Producción*

COSTOS DE PRODUCCION	
<b>Costo unitario de Materiales</b>	\$ 40.000.000
<b>Costo unitario de Mano de obra</b>	\$ 25.000.000
<b>Costo unitario de CIIF</b>	\$ 5.000.000
<b>Costo total Unitario</b>	<b>\$ 70.000.000</b>

Costos del producto.

Los costos de nuestros productos dependen del precio de compra a nuestros proveedores, los gastos de administración, los servicios públicos y arriendo.

## **10. Prototipo**

### **1.1. Características Del Producto O Servicio**

Nuestro producto está distribuido en varios tipos entre los cuales encontramos ropa para hombre, para mujer, y niños, además de accesorios y zapatería de marca.

Ubicados en nuestro almacén, que va a tener un tamaño de 8 metros de ancho por 25 de largo con aire acondicionado central y todas las comodidades para que nuestro cliente se sienta como en su casa.

El prototipo que nosotros vamos a desarrollar será una página web, donde los clientes encontrarán todos nuestros productos y promociones, incluso pueden hacer sus pedidos que se entregaran en su casa.

### **1.2. Características del prototipo**

Para prototipar se tomó en cuenta la ubicación y planos del sitio donde se va a ubicar la granja, además se tomó la base de los empaques donde se va a distribuir los huevos, y los derivados cárnicos.

Se tomó cajas de cartón y se probó la maleabilidad de varios tipos de cartón para que el transporte de los productos no tenga inconveniente hasta que se decidió por cajas para 1000 huevos y 30 huevos individuales.

Se experimentó con varios productos como el vástago de plátano pero era muy difícil la consecución de la materia prima por lo que se decidió el cartón de 12 mm para las cajas de 100, unidades y de 4 milímetros para las cajas de 30 unidades, todas con sus respectivas tapas lo que garantiza la seguridad y durabilidad del producto.

### **1.3. Como va a interactuar el cliente con el prototipo**

Se va a repartir muestras gratis en varios supermercados de la ciudad para que tanto los clientes mayoristas como los minoristas tengan contacto directo con el producto y su empaque, y así mismo vayan probando la calidad y sabor.

#### **10.4 Evidencia Del Prototipo**

Nuestro prototipo de la tienda es la creación de una página web que nos va a ayudar con las ventas por internet y además daremos a conocer los diferentes tipos de catalogos virtuales de la mercancía que se va a exhibir en la tienda

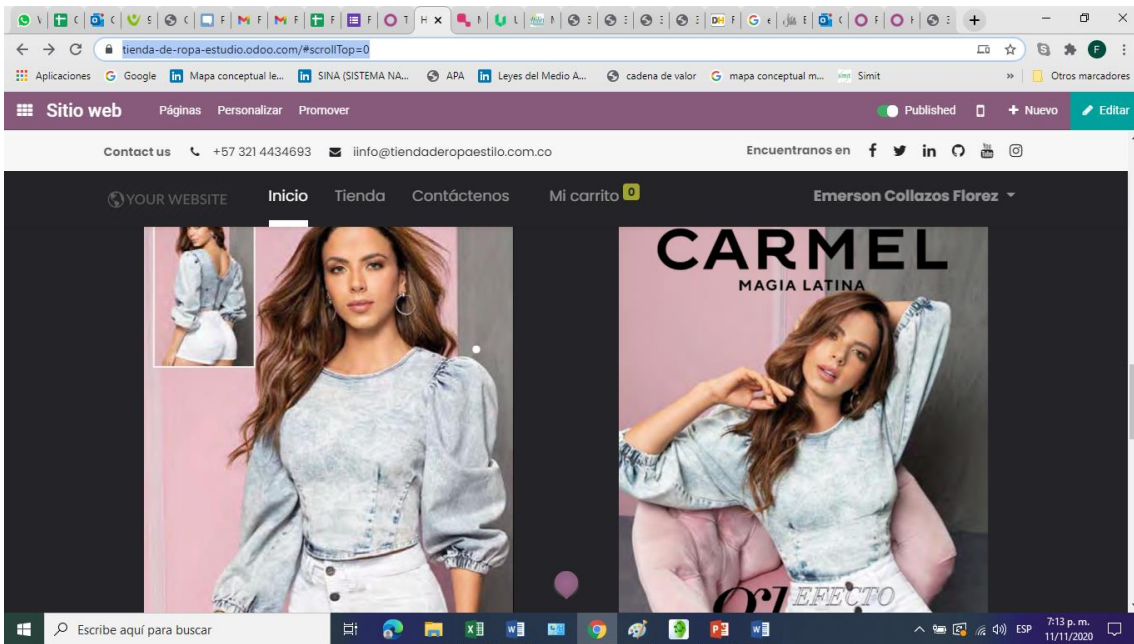
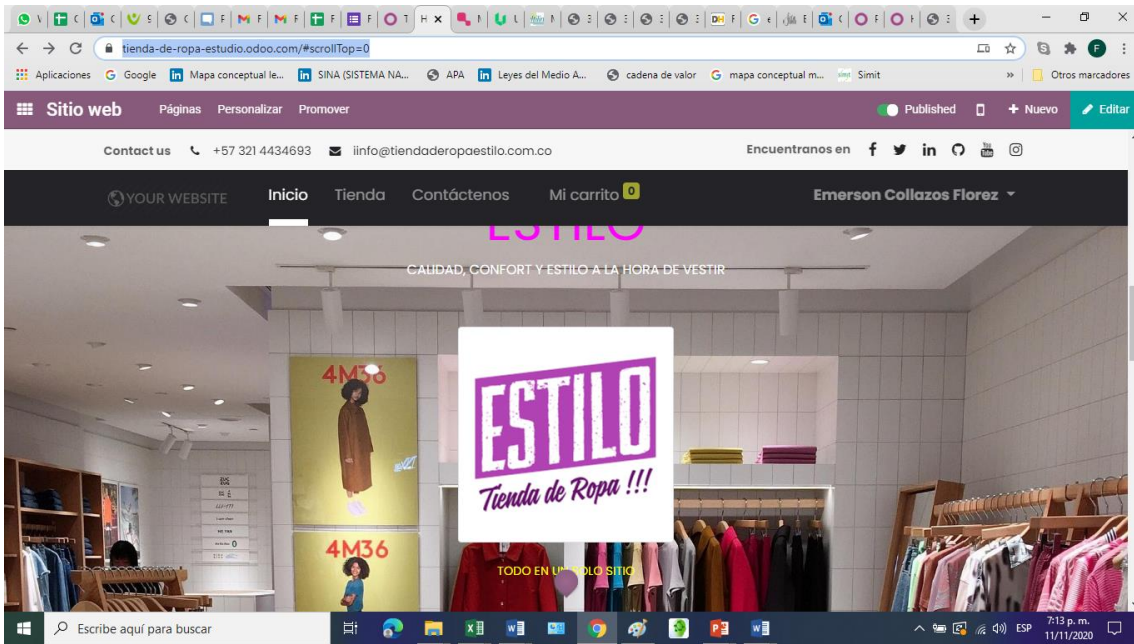
El link de la página web es

<https://tienda-de-ropa-estudio.odoo.com/#scrollTop=0>

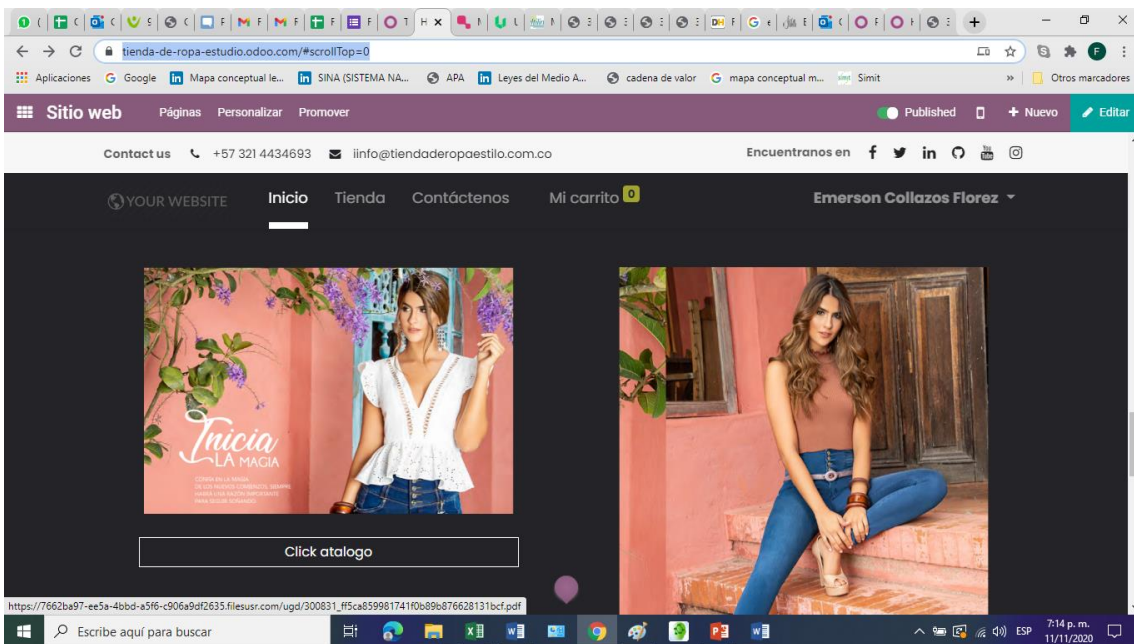
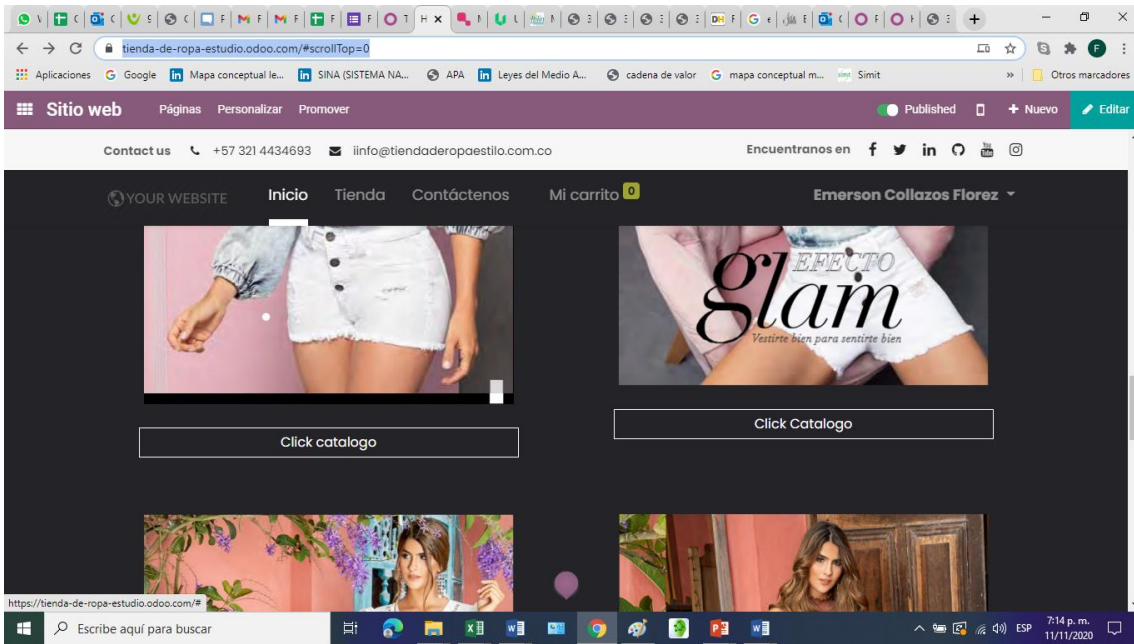
Figura 15 Pagina web

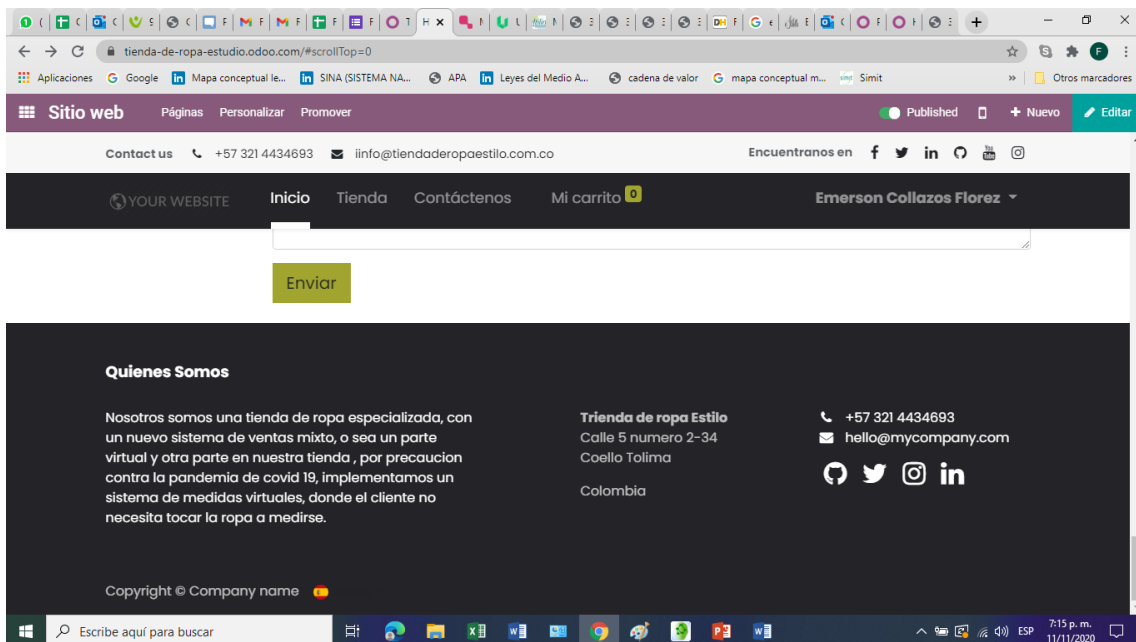
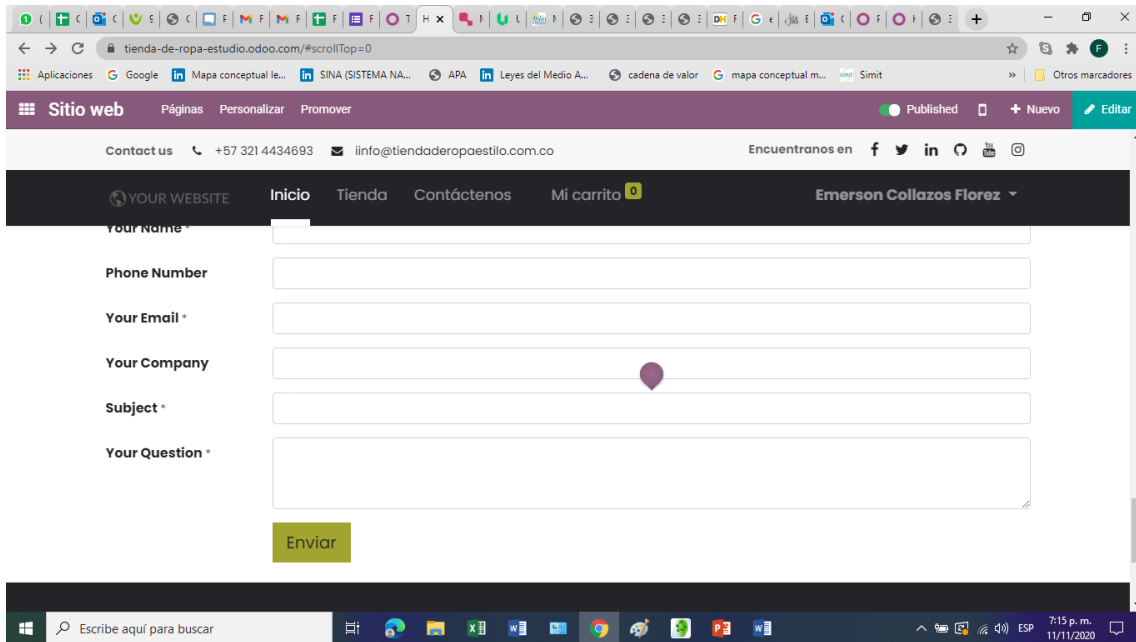
The image shows two screenshots of a web browser displaying the homepage of 'Tienda de Ropa Estilo'. The browser's address bar shows the URL 'tienda-de-ropa-estudio.odoo.com/#scrollTop=0'. The website's header is purple and includes a search bar, navigation links (Inicio, Tienda, Contáctenos, Mi carrito), and contact information (+57 321 4434693, info@tiendaderopaestilo.com.co). The main banner features a bookshelf with a pink flower and the text 'Tienda de Ropa Estilo'. Below the banner are three content blocks:

- Una tienda de tiendas:** Descubre lo maravilloso que es comprar en estilo con estilo.
- Software para probar prendas:** Este software es el primero en instalarse en el departamento, gracias a el nuestra clientela no va a necesitar colocarse las prendas solo en la pantalla podra medirse lo que necesite.
- Valor compartido:** Nuestra empresa está diseñada para brindar el mejor servicio y por ende satisfacción al cliente, resolvemos la necesidad de nuestros clientes ofreciendo productos de excelente calidad en marcas y precios asequibles a todos los gustos, es por esto que nuestros clientes siempre van a









## 11. Modelo Running Lean Canvas

**Tabla 14.** *Lean Canvas*

<b>Problema</b>	<b>Solución</b>	<b>Propuesta de Valor</b>	<b>Ventaja Especial</b>	<b>Segmentos de Clientes</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>. Mala atención</li> <li>.Mala calidad en Productos</li> <li>.Tiene que viajar a otra ciudad por que no consigue lo necesario.</li> <li>. Medirse ropa que puede estar contaminada</li> <li>. No consigue ropa de marca</li> <li>Muy Costoso</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Innovación en todos los procesos y productos. (software especializado).</li> <li>. Uso de tecnologías de punta en probador virtual.</li> <li>.. Personal idóneo.</li> <li>. Variedad y de calidad de productos y marcas</li> <li>. Sitio cómodo y acogedor.</li> <li>. Las últimas modas.</li> <li>. Buenos precios.</li> <li>. .</li> </ul>	<p>En estilo te vistes con estilo por que “La moda en Estilo se encuentra a la altura de los mejores almacenes del país”</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Poner en uso la tecnologías de punta al servicio de nuestra clientela, que le permita ver y disfrutar de un sin número de modelos y marcas, las cuales podrá escoger y vestirse de forma virtual, ajustándose a sus gustos y los precios más cómodos del mercado local, prestando un buen servicio y apoyándonos en las redes sociales como otro componente tecnológico para nuestros clientes.</li> </ul>	<p>El mercado objetivo son todos los habitantes del municipio de Collo Tolima, especialmente las personas de los estratos 2,3, y 4.</p> <p>Entre las que al hacer la discriminación se llegó a la conclusión de que son aproximadamente 2200 personas nuestros clientes potenciales</p>
<p style="text-align: center;"><b>Métricas Clave</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>. Numero de Habitantes del municipio.</li> <li>. Número de hombres mujeres y niños del municipio.</li> <li>. Ingresos per cápita.</li> <li>. Competencia.</li> <li>. Proveedores.</li> </ul>		<p style="text-align: center;"><b>Canales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>. Páginas web.</li> <li>. Redes sociales.</li> <li>. Comercio al por menor en el punto de venta del almacén.</li> <li>. Publicidad radial y tv.</li> <li>Publicidad pagada.</li> <li>App del almacen</li> </ul>		
<p style="text-align: center;"><b>Estructura de Costes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>. Nómina de empleados, costos de redes sociales, costo de equipos, transporte de mercancías, arriendo, servicios públicos, incentivos salariales y costos de los productos..</li> </ul>		<p style="text-align: center;"><b>Estructura de Ingresos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>. Por venta de ropa en el almacén.</li> <li>. Por ventas en promociones en el almacén.</li> <li>. Por las líneas de crédito.</li> <li>.por convenios con empresas del sector (dotaciones)</li> </ul>		

## 12. Validación de la idea de Negocio

### 12.1. Objetivo de la investigación

El principal objetivo al realizar esta investigación es poder conocer el mercado objetivo y además saber cuáles son los gustos de nuestros clientes , igualmente conocer si la implementación del almacén es viable.

### 12.2. Tipo de Investigación

Se realizara una investigación Cuantitativa y se realizara por medio de una encuesta realizada a varias personas de la ciudad esta encuesta se realizo de forma aleatoria sin tener un patrón elegido.

“La investigación cuantitativa implica el uso de herramientas informáticas, estadísticas, y matemáticas para obtener resultados. Es concluyente en su propósito ya que trata de cuantificar el problema y entender qué tan generalizado está mediante la búsqueda de resultados proyectables a una población mayor” (SIS, 2020).

Tamaño de la Muestra

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

- Nivel de confianza (Z) = 1.96
- Grado de error (e) = 0.05
- Universo (N) =2.200 Clientes
- Probabilidad de ocurrencia (P) = 0.5
- Probabilidad de no ocurrencia (Q) = 0.5

$$n = ((196)^2 (0.5) (0.5) (2.200)) / ((2.200) (0.05)^2 + (196)^2 (0.5) (0.5))$$

$$n=17.3242$$

$$n= 17 \text{ Empresas}$$

**Tabla 15. Encuesta**

ENCUESTA ALMACEN ESTILOS MUNICIPIO DE COELLO TOLIMA

Lugar y fecha de la encuesta: \_\_\_\_\_

Nombre de la empresa: \_\_\_\_\_

Nombre del encuestado: \_\_\_\_\_

La presente encuesta empresarial tiene por objeto conocer sobre la tendencia en gustos de las personas de Coello Tolima.

Su respuesta es muy importante para nosotros y la proyección de nuestra empresa al servicio de todos. Gracias.

1. ¿Ud. vive en el municipio de Coello? Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
2. ¿Usted compra la ropa en los almacenes del municipio? Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
3. ¿si en el municipio llegara un almacén que surtiera sus gustos, compraría en él? Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
4. ¿a usted le gusta vestir a la moda? Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
5. ¿si el nuevo almacén le ofreciera nuevas modas, nuevos modelos, buenos precios, compraría en ese almacén? Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
6. ¿a usted le gusta la tecnología? Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
7. ¿si existiera un programa sistematizado donde usted pueda escoger el vestido o la prenda a su gusto, lo usaría? Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
8. ¿usa redes sociales? Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
9. ¿Ha comprado por internet alguna vez? Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
10. ¿Le gustaría tener ese servicio en el municipio? Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
11. ¿Sabe que es una tienda virtual? Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
12. ¿a usted le gusta apoyar la empresa del municipio? Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

Esta encuesta es parte de la opción de grado del programa, gracias por su colaboración.

### 12.3.Tabulación de la Encuesta

1. ¿Ud. vive en el municipio de Coello?

	Vive Usted en Coello
Si	14
No	3

**Figura 16.** *Vive usted en Coello?*



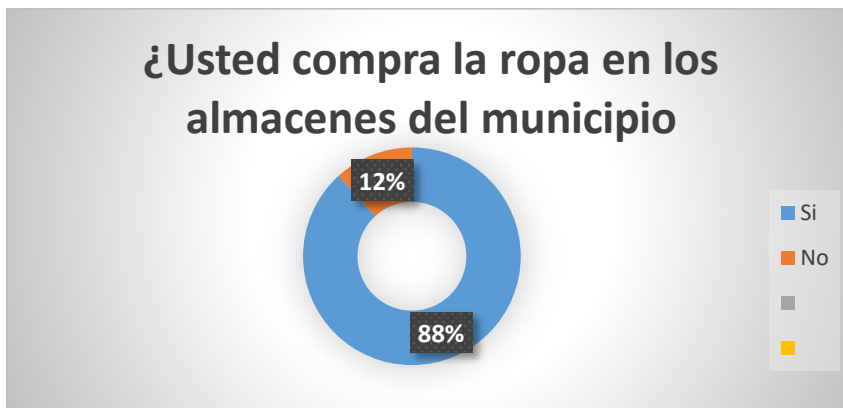
Fuente Propia

Vemos que el 82% de las personas encuestadas son Habitantes del municipio de Coello, lo que nos indica que la efectividad de la encuesta es muy alta.

2. ¿Usted compra la ropa en los almacenes del municipio?

	¿Usted compra la ropa en los almacenes del municipio
Si	15
No	2

**Figura 17.** *Usted compra la ropa en los almacenes del municipio*



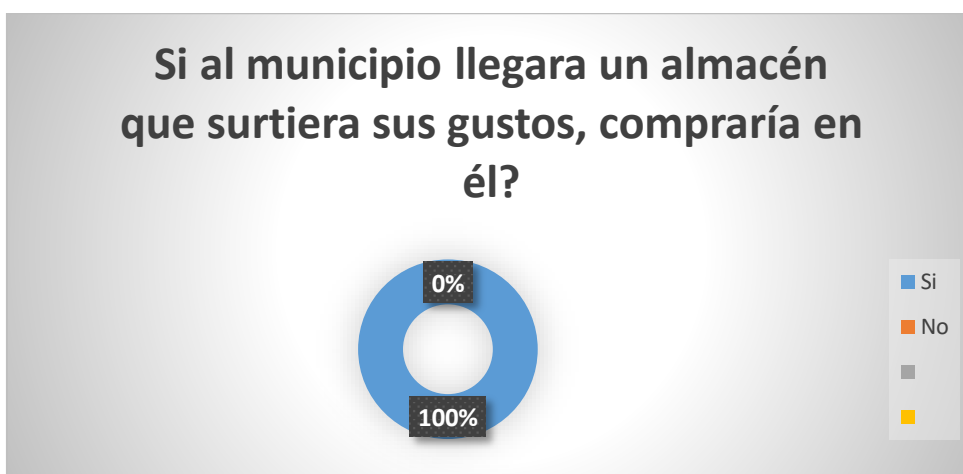
Fuente Propia

Podemos notar que el 88% de los encuestados si están comprando su ropa en el municipio.

3. ¿Si en el municipio llegara un almacén que surtiera sus gustos, compraría en él?

	Si en el municipio llegara un almacén que surtiera sus gustos, compraría en él?	
Si		17
No		0

**Figura 18.** *Si al municipio llegara un almacén que surtiera sus gustos, compraría en él*



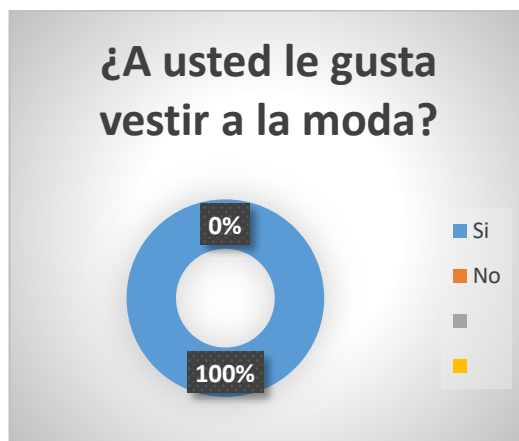
Fuente Propia

Esta es una buena referencia puesto que el 100% de los encuestados concuerdan en que si comprarían en el municipio su ropa.

4 ¿A usted le gusta vestir a la moda?

A usted le gusta vestir a la moda?	
Si	17
No	0

**Figura 19.** ¿A usted le gusta vestir a la moda?

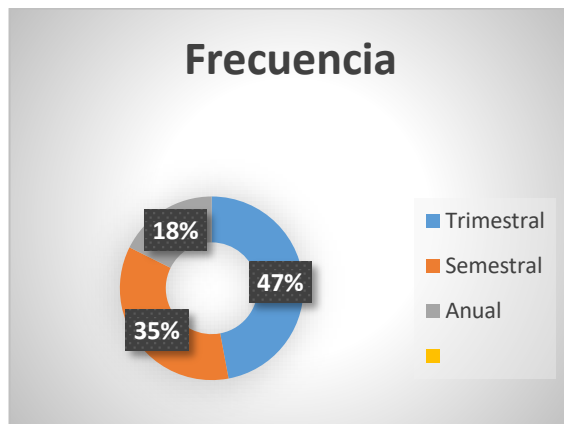


Nuevamente todos los encuestados deciden que si les gusta comprar ropa de moda.

5. ¿Con que frecuencia usted compra ropa?

	Frecuencia
Trimestral	8
Semestral	6
Anual	3



**Figura 20. Frecuencia**

Fuente Propia

Es muy favorable que solo el 18% de los encuestados compran cada año los demás están cada tre o seis meses.

6. ¿A usted le gusta la tecnología?

	A usted le gusta La tecnología	
Si		15
No		2

**Figura 21. Tecnologia**

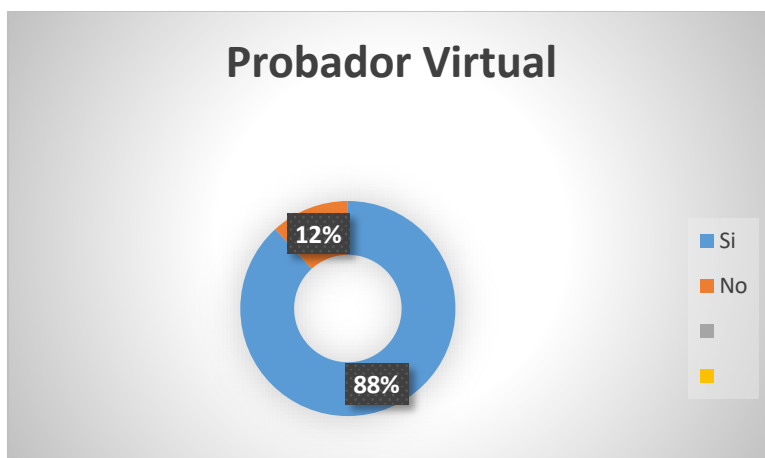
Fuente Propia

Vemos que la tecnología no es desagradable para el 88% de los encuestados, lo que es una muy buena situación para la pregunta siguiente.

7. ¿Si existiera un programa Virtual donde usted se pueda medir el vestido o la prenda a su gusto sin tener que ir al vestier, lo usaría?

	Probador virtual	
Si		15
No		2

**Figura 22.** *Probador Virtual*

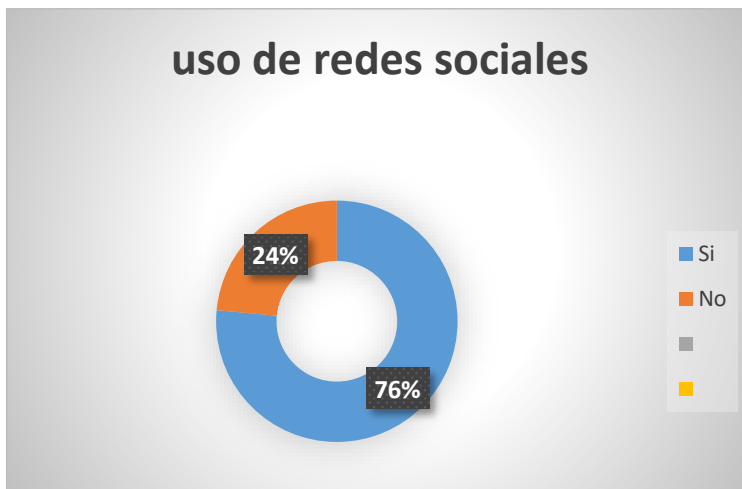


Fuente Propia

Vemos que la tendencia a lo virtual continua, solo el 12% de los encuestados no gustan de esta tecnología, y el restante 88% si usaría nuestro probador.

8. ¿Usa redes sociales?

	Redes sociales	
Si		13
No		4

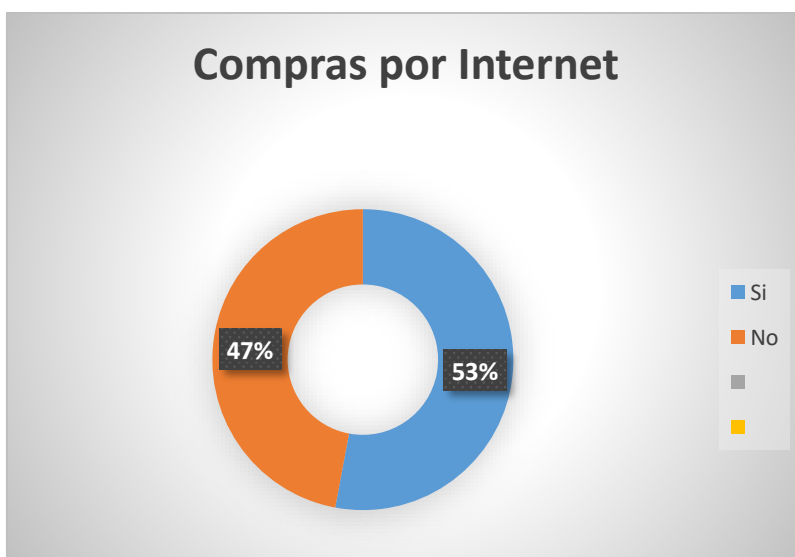
**Figura 23.** *Compra en redes sociales*

Fuente Propia

Podemos notar que la tendencia por lo tecnológico continua, aunque en este segmento disminuye un poco sobre todo en el uso las redes sociales .

9. ¿Ha comprado por internet alguna vez?

Compras por Internet	
Si	9
No	8

**Figura 24.** *Compras por Internet*

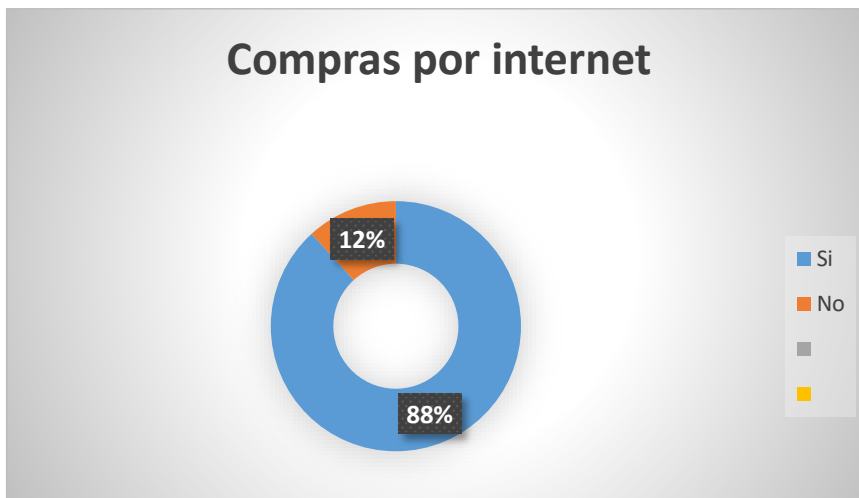
Fuente Propia

En este ítem vemos que las personas encuestadas el 47% no ha hecho compras por internet, es un porcentaje alto, hay que enseñar a los clientes a realizar este tipo de compras.

10. ¿Le gustaría tener el servicio de compras por internet en el municipio?

	Le gustaría este servicio	
Si		15
No		2

**Figura 25.** *Compras por internet*



Fuente Propia

11. ¿Compraría usted en una tienda de ropa que sea mixta o sea una parte virtual y otra física?

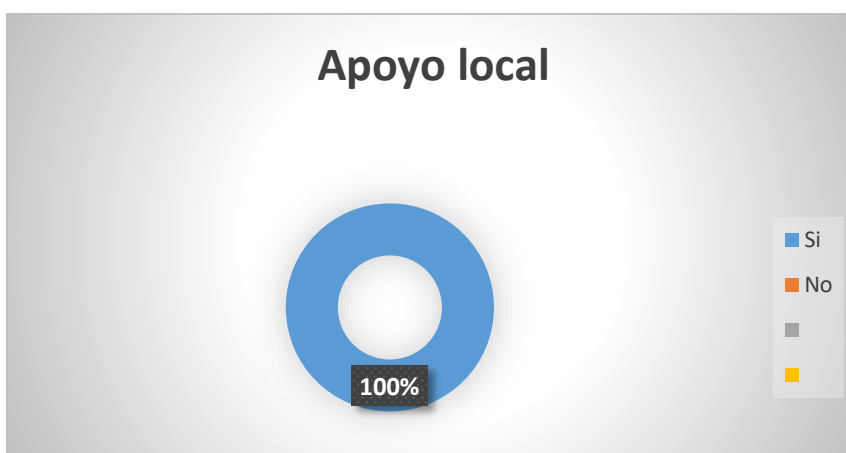
	Compraría en tienda mixta	
Si		17
No		0

**Figura 26.** *Compraría en una tienda mixta*

Fuente Propia

12. ¿A usted le gusta apoyar el emprendimiento en el municipio?

	Probador virtual	
Si		15
No		2

**Figura 27.** *Apoyo Local*

Fuente Propia

Por medio de esta breve encuesta hemos determinado que en el municipio de Coello hace mucha falta un almacén que supla las necesidades de los clientes en cuanto a ropa

de calidad se refiere, además se prevé que el manejo de tecnologías como nuestra pagina web va a ser de gran importancia para las ventas virtuales en esta época de pandemia.

### **13. Lecciones Aprendidas y Recomendaciones**

Lo aprendido hasta ahora, ha sido a poder desarrollar todos los ítems del proyecto para así poder hacer un minucioso estudio que nos demuestre la viabilidad y factibilidad de la colocación de nuestro servicio en el mercado, igual aprendimos como conocer nuestros clientes, proveedores y competencia además de los factores que influyen a la hora de escoger y desarrollar un producto o servicio.

Las recomendaciones como siempre es que al realizar la viabilidad financiera se debe tener en cuenta también los costos de realización del proyecto, puesto que este es un costo importante a la hora de desarrollar los estados financieros de la empresa.

Se debe tener muy en cuenta para una empresa como la nuestra la capacitación constante de los empleados y la dotación de equipos de protección de primera categoría puesto que la pandemia del covid está latente y no queremos que ninguno de nuestros colaboradores resulte infectado y/o muerto por este virus tan fatal.

Por último se concluye que según los estudios realizados a la empresa, que esta es muy factible y viable puesto que cumple con todos los requisitos y parámetros para la implementación de esta.

### **14. Bibliografía**

---

CEO:ORG. (1989). *resolucion ceo*. Obtenido de

<https://www.ceo.org.co/images/stories/CEO/ambiental/documentos/Normas%20ambientales/1973->

1989/Resolucion%202309%20de%201986%20-%20Residuos%20especiales1.pdf

Dinero.com. (2017). ley projovent. *Dinero*, 2.

ECR. (2018). MARCO LEGAL, leyes de la salud ocupacional que rigen en colombia. *ECR*, 1-3.

Isotools. (08 de 02 de 2018). *Isotools.Org*. Obtenido de 5 ejemplos de indicadores de calidad que no pueden faltar en tu plan: <https://www.isotools.org/2015/07/27/5-ejemplos-de-indicadores-de-calidad-que-no-pueden-faltar-en-tu-plan/>

MINTIC. (10 de 01 de 2019). *Mintic.gov.co*. Obtenido de [https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-82084\\_plan\\_estrategico\\_institucional\\_mintic\\_2019\\_2022.pdf](https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-82084_plan_estrategico_institucional_mintic_2019_2022.pdf)

Nextop. (16 de Abril de 2018). *Nextop*. Obtenido de <https://nextop.es/claves-del-exito-de-un-proyecto/>

Portafolio. (2019). Economía colombiana crecería por debajo del 3% en el 2019. *Portafolio*, 1.

Portafolio. (2019). Economía colombiana crecería por debajo del 3% en el 2019. *Portafolio*, 1.

Redator Rock Content. (11 de Abril de 2019). *Blog rock content*. Obtenido de Innovación disruptiva: ¿qué repercusión tiene en las relaciones de consumo?: <https://rockcontent.com/es/blog/innovacion-disruptiva/>