



CIELA ROPA

PRESENTADO POR:

Dailys Marisol Rincon Molina

Giseth Andrea Osorio Ballén

Mallorin Alejandra Corzo

REDES SOCIALES

Instagram: <https://www.instagram.com/cielaropa/?hl=es-la>

Facebook: <https://www.facebook.com/CIELA-101452024877267/?modal=composer>

Página web: <https://micIELA347.wixsite.com/cielastore>

COMPROMISO DEL AUTOR

Yo Dailys Marisol Rincón Molina identificado con C.C 1.000.001.310 estudiante del programa Negocios Internacionales declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativos in 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.

Dailys Marisol R.

COMPROMISO DEL AUTOR

Yo Giseth Andrea Osorio Ballén identificado con C.C 1.233.506.151 estudiante del programa Negocios Internacionales declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativos in 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. *Giseth Ballén* |

COMPROMISO DEL AUTOR

Yo Mallorin Alejandra Corzo López con C.C 1.013.669.198 estudiante del programa Negocios Internacionales declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativos in 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.  |

PRESENTACION GENERAL DEL PROYECTO

Resumen

El presente proyecto consiste en el análisis de nuestra empresa a partir de los distintos tipos de enfoques, empezando con nuestra idea de negocios, el segmento del mercado al que va dirigido, cual es la necesidad que deseamos satisfacer de nuestros clientes y de que forma haremos que nuestros clientes se fidelicen.

A partir de esto analizamos los diferentes aspectos a mejorar, gracias a la estructura de la idea de negocios, los recursos y los costos nos dan una mejor idea para poner en marcha nuestro plan.

Por otra parte escojimos el modelo de e-commerce, ya que por medio de las ventas online es más eficaz la atención al cliente, ya que por gracias a esto ellos pueden expresar su opinión en cuanto a los factores que debemos mejorar, también nos facilita la logística y entrega de nuestros productos.

La innovación sostenible nos ayudó a plantear estrategias como obtener prendas que nuestros clientes ya no usen por algún motivo y renovarlas para que estos la vuelvan a usar. El agua y la energía también nos ayudaron a concientizarnos y de buscar alternativas que nos ayuden ahorrar. Y en cuanto a la forma en que van empacados nuestros productos tener envases amigables con el medio ambiente.

Por último la estrategia de océano azul y las fuerzas de Porter nos ayudaron analizar nuestra competencia identificando diversas características y dándonos alternativas para diferenciarnos de nuestra competencia.

INTRODUCCION



El presente proyecto consiste en Cielaropa, es un proyecto creado con el fin de que nuestros clientes participen en la creación de su moda, la forma en que quieren sus prendas, etc. Decidimos tomar este proyecto al no encontrar muchas veces las prendas que queremos, la ropa que vemos en otras páginas pero que sale muy costoso traer a este país y la cuestión de no tener las mismas prendas que otras personas, la cuestión es que nuestros clientes se identifiquen y tengan su estilo propio según sus ideas y que sin embargo con un poco más de estudios y con una mejor experiencia en la industria textil podemos posicionarnos en el mercado.

Gracias a los temas vistos en clase nos enfocamos en ciertos aspectos que como empresa que queremos crear debemos mejorar y así obtener la atención de nuestros clientes, a partir de un marketing exclusivo sin importar la idea que nuestros clientes tengan, lo que queremos es satisfacer a nuestros clientes en todas las características que ellos deseen. Buscamos que la gente se haga cargo de lo que quiere y de lo que se idealiza, de hacerle cumplir a ellos mismos los retos que de su mente no pasan, las nuevas modas son ahora y si lo piensas lo tienes.

OBJETIVOS

- Crear una marca conocida por sus altos estándares de calidad e innovación en la industria de confección y de accesorios, posicionándonos como los favoritos de muchos usuarios ofreciendo los mejores productos a precios accesibles, además de ayudar al cliente con sus ideas y plasmarlas en lo que tanto quieren para que así ellos logren crear una identidad propia con la ayuda de la.
- Buscar la innovación y la creatividad constantemente como marca.
- Dar un estilo propio a cada uno de nuestros clientes.

CLAVES PARA EL ÉXITO

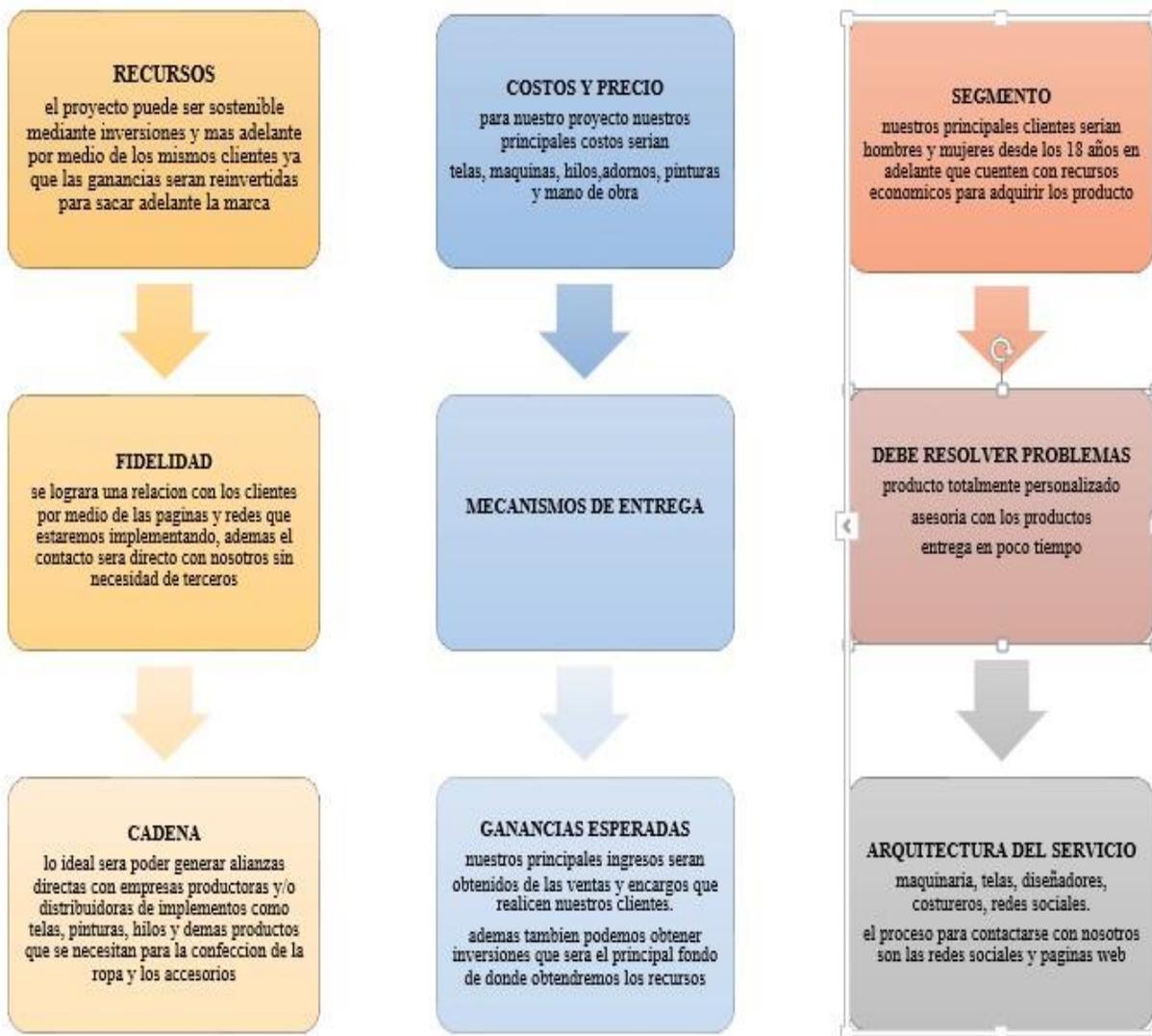
- Atención al cliente
- Satisfacer los ideales de nuestros clientes
- Ayudar a la gente a empoderarse
- Ser un modelo de innovación para otras empresas

1. Descripción de la idea de negocios

¿Cuál es el producto o servicio?	Somos una empresa dedicada a la creación de las ideas de nuestros clientes en cuanto a su ropa, a partir de su estilo.
¿Quién es el cliente potencial?	Personas entre los 19 y 28 años
¿Cuál es la necesidad?	Como necesidad la cuestión de no encontrar en el mercado las prendas que hemos visto en mercados de otros países.
¿Cómo?	A partir de las ideas de nuestros clientes se hacen los diseños de las prendas que ellos deseen y con nuestro asesoramiento será perfecto.
¿Por qué lo preferirán?	Actualmente en el mercado son muy pocas las empresas que brindan la personalización de sus prendas con ayuda de sus clientes.

2. Modelo de negocio

2.1 Estructura la idea de negocio



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

2.2.1 ¿Cómo captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

Por medio de e-commerce captaremos nuestros clientes con publicidad en redes sociales y en los buscadores con anuncios llamativos explicando lo que hacemos.

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

Ofrecemos una tienda online donde encontrarán nuestros productos, también podrán enviarnos sus diseños, sus medidas y las prendas que quieren ellos que les confeccionemos.

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

Ofreceremos pagos contra entrega si nuestros clientes se encuentran ubicados en la ciudad de Bogotá, si por el contrario se encuentran fuera de la ciudad se les envían.

3. Innovación sostenible

	AGUA	ENERGIA	MATERIAS PRIMAS	EMISIONES	RESIDUOS
Producto o servicio ¿El producto tiene un eco diseño?	Nuestro producto no necesariamente utiliza agua solo en productos con un tipo de estampado en especial donde la prenda deba ser lavada en alguna ocasión	ya que la mayoría de los productos requieren costuras y el uso de planchas o demás maquinaria la reducción del uso de energía es limitada	Telas ecológicas ya que no usa fertilizantes o pesticidas como: poliéster, cáñamo, algodón ecológico, bambú, lino, seda	con las telas ecológicas podemos evitar las posibles emisiones que generan los fertilizantes y pesticidas, además no se usaran elementos que generen estas mismas	las telas ecológicas son biodegradables por lo cual no dañan el medio ambiente como lo harían las materias primas normalmente además de esto se pueden reutilizar los diferentes retazos de tela que sobran de la manufactura de productos anteriores
Marketing ¿Realiza algún tipo		Los productos serian	nuestro marketing y promoción		

de campaña que favorezca el medio ambiente?		entregados por medio de mensajería contratada o por un domiciliario propio de la empresa que se desplace en moto o cicla y se intentaría hacer que todas las entregas se realicen en un mismo día	se realizara por medio de paginas web y publicidad en internet por lo cual no se necesitara ningún producto contaminante		
--	--	---	--	--	--

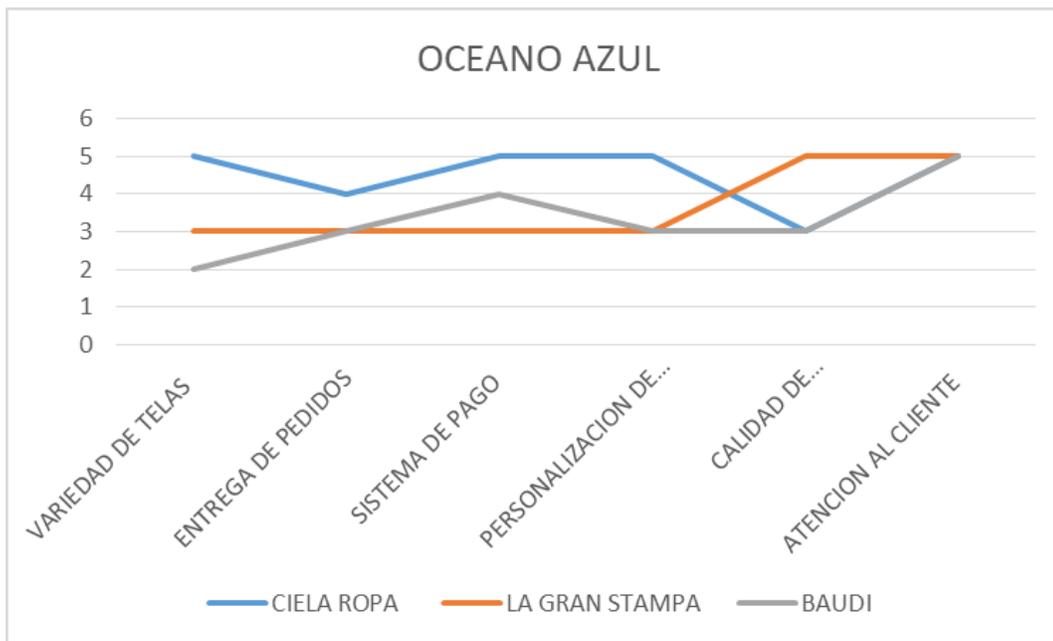
4. ANALISIS DEL SECTOR

4.1 ESTRATEGIA OCEANO AZUL

1. Identifique quien es su competencia
2. Defina las variables importantes para su idea de negocio
3. Dele un valor de (1 a 5)
4. Desarrolle la estrategia con su explicación de (incrementar, reducir, eliminar o mantener)

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

	VARIEDAD DE TELAS	ENTREGA DE PEDIDOS	SISTEMA DE PAGO	PERSONALIZACIÓN DE PRENDAS	CALIDAD DE ESTAMPADOS	ATENCIÓN AL CLIENTE
CIELA ROPA	5	4	5	5	3	5
LA GRAN STAMPA	3	3	3	3	5	5
BAUDI	2	3	4	3	3	5
ESTRATEGIA	Incremento	Incremento	Incremento	Incremento	Reducción	Incremento



4.2 ANALISIS DE PORTER

PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS CLIENTES.

Mayor publicidad para darnos a conocer y así contar con las opiniones de nuestros clientes.

PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES.

Encontrar los mejores precios y la mejor calidad en nuestros insumos y a partir de esto crear una excelente relación de negocios con los proveedores estableciendo intereses en común y mejorando como empresa.

AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.

El mercado colombiano ofrece alternativas en cuanto a personalización de estampados y de telas con una excelente calidad. Como empresa buscamos no solo esos dos factores sino la personalización de toda la prenda desde los botones, el estampado de la tela, la forma, el tamaño, la talla, el anchor, etc.

AMENAZA DE PRODUCTOS ENTRANTES.

Ciela al darse a conocer probablemente cuente con competencias que ofrezcan un producto similar al nuestro.

RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES.

Realmente son muy pocas las empresas que cuentan con las características que nosotros contamos, muy pocas se dedican a satisfacer las ideas de sus clientes.

MARKETING MIX

ESTRATEGIAS DEL PRODUCTO PARA CLIENTES

NÚCLEO: Las propiedades derivan del material y del tipo de tejido, determinan su calidad y diversos usos.

Algodón: Tejido de origen natural, transpirabilidad, permite que la piel pueda respirar, absorber el sudor, etc. Por otra parte es un tejido hipoalergénico, suave, versátil y durable. (MARCA TU ESTILO, 2016)

Polipropileno: la fibra que menos agua absorbe, por eso ha sido siempre muy utilizada por piragüistas y remeros, resistente y buen aislante.

Clorofibra: Alta capacidad térmica pero baja transpirabilidad y se suele mezclar con polipropileno o poliéster.

Elastano, spandex (Lycra): confiere propiedades elásticas al tejido, se mezcla con otras fibras permitiendo que el tejido se adapte al cuerpo, muy utilizadas en vestimenta para corredores, ciclistas, escaladores y otras actividades que requieran gran movilidad, aerodinámica y comodidad.

Poliamida-nylon: tiene una gran resistencia mecánica (al desgaste, a la tracción, a la abrasión), se usa también como refuerzo en zonas de mayor estrés como talones y punteras de los calcetines, rodilleras. El ripstop es una poliamida con un acabado antidesgarro, que confiere mayor resistencia al tejido.

Poliéster: el conocido forro polar o fleece se fabrica aplicando un proceso de fabrica aplicando un proceso de cardado que aborrega la superficie atrapando el aire caliente y formando así una capa aislante. Famoso es el coolmax que con un acabado hueco facilita la expulsión del sudor hacia fuera, ideal para actividades intensas sobre todo en verano; y el thermastat con fibras de núcleo hueco que proporcionan mayor aislamiento térmico siendo ideal para actividades invernales.

CALIDAD

Nuestros tejidos y telas son de excelente calidad la mayor parte de ellas de origen nacional, esto con el fin de apoyar la industria nacional y también darles a conocer a nuestros clientes que Colombia también es competitivo en cuanto a insumos de confección, puede que sea un poco más costoso pero la calidad y el apoyo a nuestra industria es lo esencial.

ENVASE

Cajas para proteger la mercancía en los envíos que se realicen, se manejarán variedad de medidas, en cuanto a la presentación del envío, las prendas tendrán una envoltura en papel seda con nuestro logo.

DISEÑO

En cuanto diseño somos una empresa centrada en la creación y la innovación de nuestras prendas, otorgándoles a nuestros clientes el derecho de hacer parte de este proceso, ya que es por y para ellos nuestros productos.

SERVICIOS

Prestaremos a parte el servicio de asesoramiento en cuanto a la combinación de prendas que nuestros clientes deseen realizar, aportamos a sus ideas en base a nuestros conocimientos y experiencia, queremos que nuestros clientes se sientan empoderados con lo que usan y hagan que su estilo sea propio.

5.1.1 PORTAFOLIO

ROL	PRENDAS ÚNICAS	ESTILO DE VIDA	PRIVILEGIOS EXCLUSIVOS
DONDE JUEGA	-Sectores de moda -Centros comerciales -Paginas web	-El sector sistema moda que esta compuesto por dos sectores de producción: Textiles y confecciones y cuero, calzado y marroquinería.	-Prendas exclusivas -Cliente participa en la creación de sus ideas -Colecciones variadas
CUAL ES EL JUEGO	Ofrecer prendas única, donde el cliente haga parte en la creación.	Hacer parte de los sectores de la moda para darnos a conocer y darle un valor competitivo a nuestra empresa	Somos una empresa innovadora y creativa, con la mejor calidad a partir de las telas e insumos de confeccion, garantizando así lo mejor para la prenda.

5.2 ESTRATEGIA DE PRECIOS

COSTOS DE PRODUCCIÓN

Costo unitario de materiales

Hilos 2.800 c/u
Tela x metro Reflectiva: 27.000
Dacron poliester 14.000
Hindu: 22.000
Paño lency: 9.800
Jean :18.000
Hebillas Desde 2.200
Taches: desde 1.000 la docena
Botones desde 1.000 la docena
Costo unitario de mano de obra 1'200.000
Costo unitario de CIF (Costos Indirectos de Fabricación) 3'000.000
COSTO TOTAL UNITARIO 4'221.0000

5.3 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

Canal de marketing directo: Nos encargamos de vender directamente a nuestros clientes, a través de las plataformas y de manera presencial en nuestra oficina.

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Marketing directo: A través de las redes sociales, correos a nuestros clientes con promociones, cupones, etc.

6. DESARROLLO DE MARCA



7. SITIOS WEB

<https://miciela347.wixsite.com/cielastore>

<https://www.facebook.com/marisol.rincon.33671/photos>

<https://www.instagram.com/cielaropa/?hl=es-la>

8. ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL

8.1 CAMPAÑAS CREATIVAS



DESCUENTO

CIELA

SEGUNDA PRENDA



NO TE LO PERDAS

CAMBIO DE LOOK

DIELA



MARK

8.2 HISTORIA

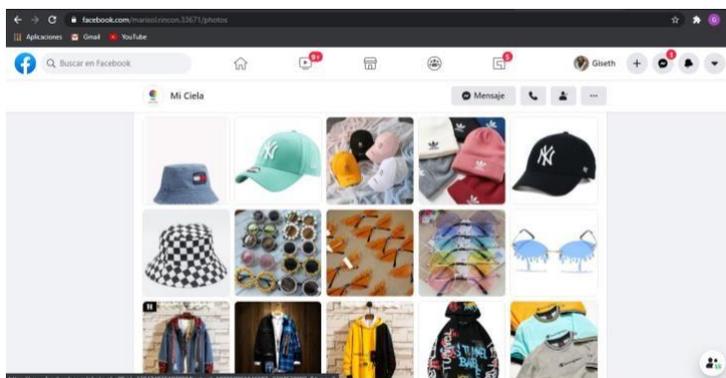
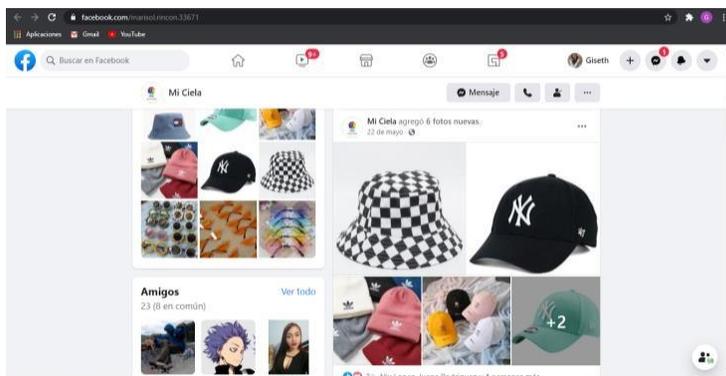
CIELA se crea con la idea y el deseo de formar empresa propia juntos con dos amigas, todo inicio durante una clase en la cual nos pidieron una lluvia de ideas sobre algo que viéramos posible solucionar de manera innovadora debía ser algo con mucho impacto que captara la atención del público, allí descubrimos que podíamos transformar la industria de la moda ayudando a todas aquellas personas que deseen forjar su propia identidad y así ayudaríamos a mejorar su autoestima así fue como con la necesidad de crear estilos propios y dar la satisfacción a nuestros usuarios se crea la marca CIELA, una marca hecha para que todos encuentren en nosotros su comodidad. Primero iniciamos con una segmentación de mercados decidimos enfocar nuestra marca en una población pequeña, es así como nos fuimos expandiendo de a pocos primero nos contactaban pocas personas por redes sociales y nuestro punto de atención era nuestras casas donde pasábamos la mayor parte del tiempo ideando maneras de hacernos más reconocidas lo mejor fue contar con personas que sabían todo sobre las confecciones quienes nos ayudaron a diseñar y hacer realidad los estilos que llegaban a pedirnos y poco a poco nuestra pequeña empresa se hizo un voz a voz ya que

nuestros clientes nos recomendaban a sus amigos y familiares ampliando nuestra clientela hasta que llegamos a lo que somos hoy siendo una de las marcas mas reconocidas de ropa del país llegando a cada rincón con cada servicio que brindamos.

9. METRICAS CLAVE

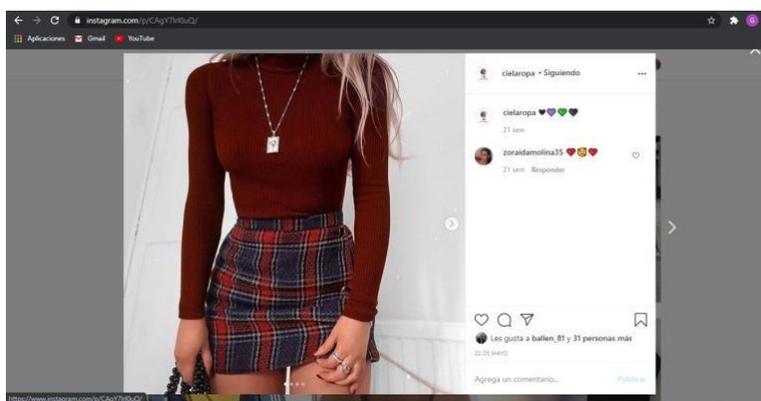
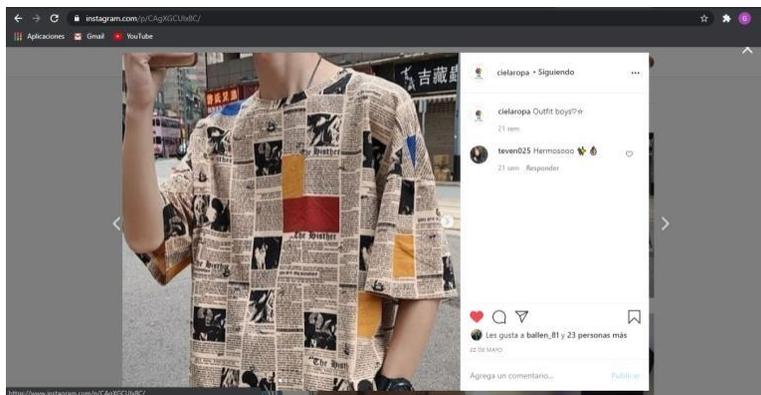
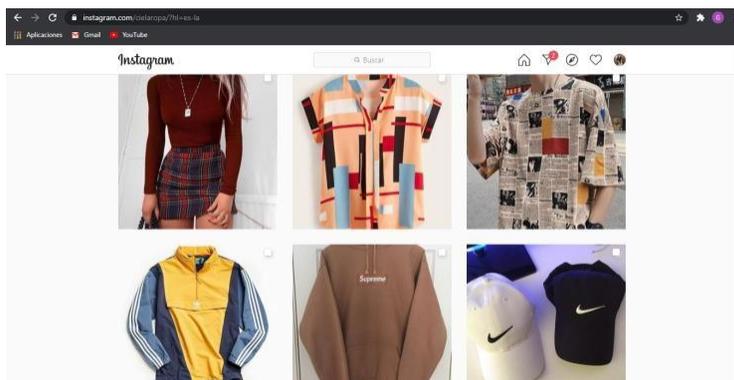
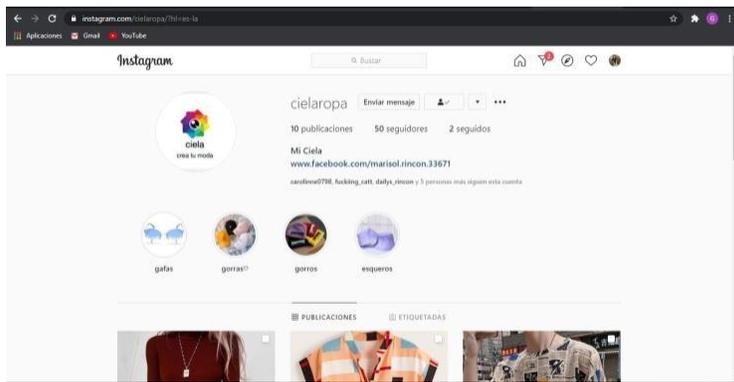
FACEBOOK

<https://www.facebook.com/marisol.rincon.33671/photos>



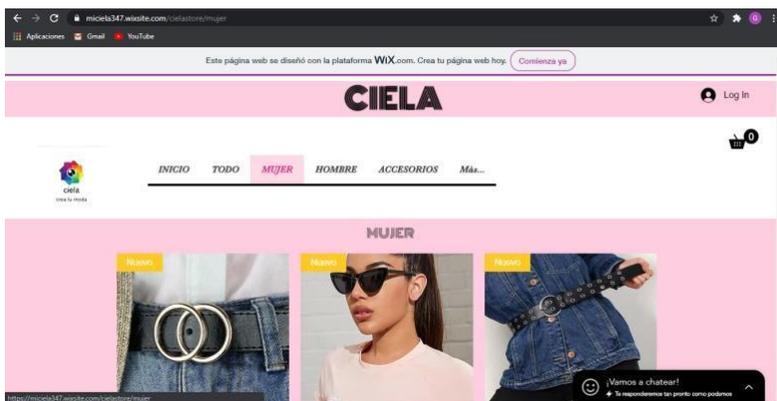
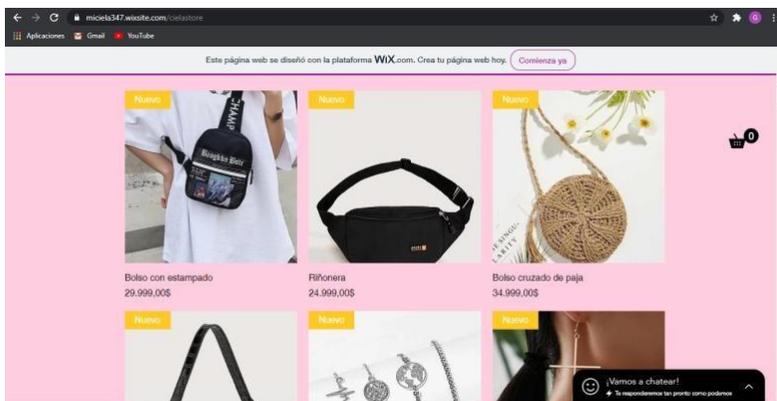
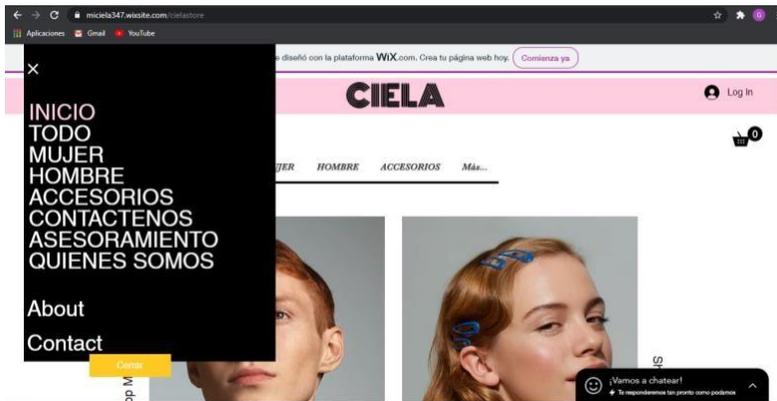
INSTAGRAM

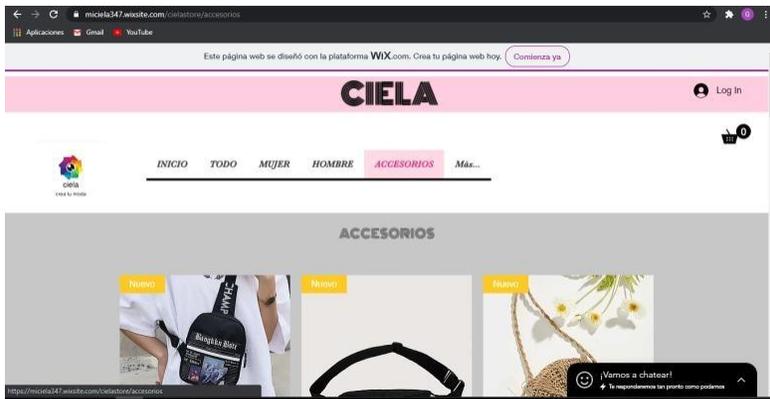
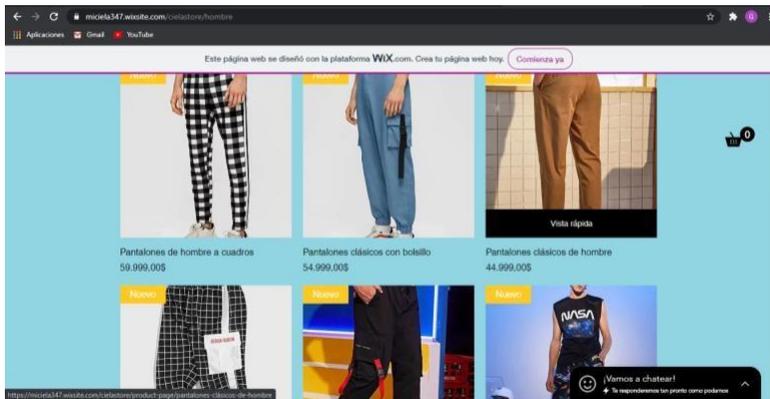
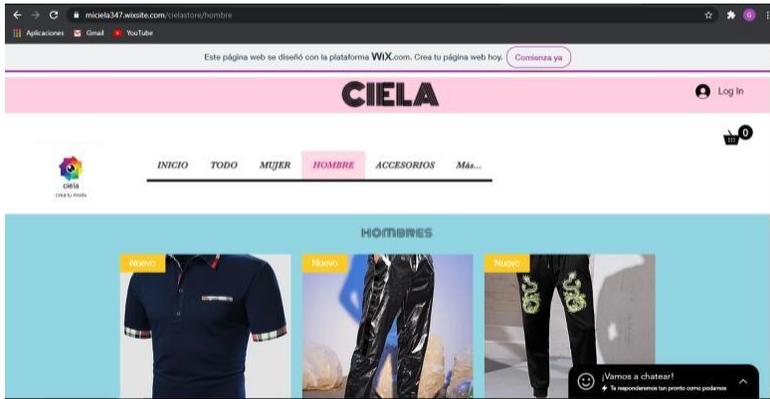
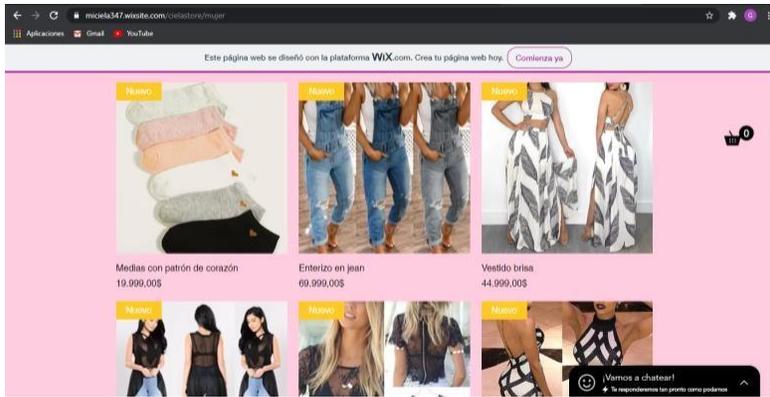
<https://www.instagram.com/cielaropa/?hl=es-la>

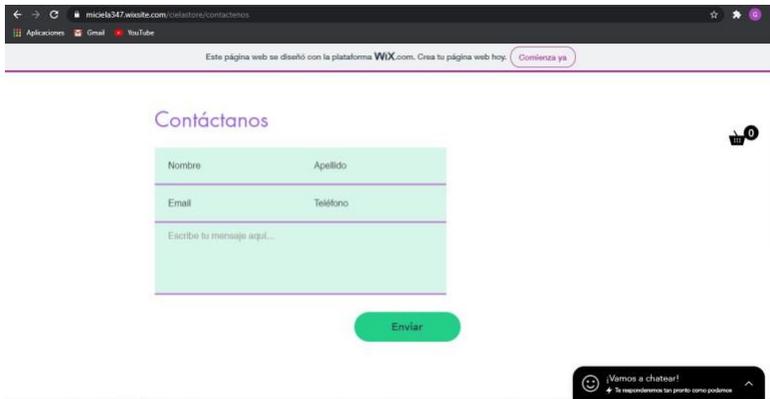
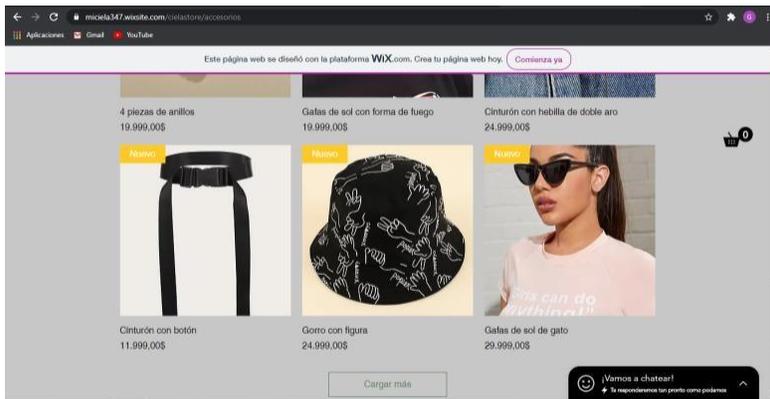
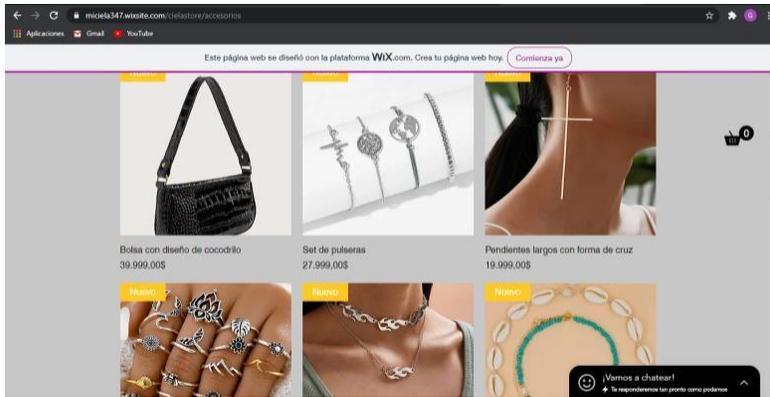


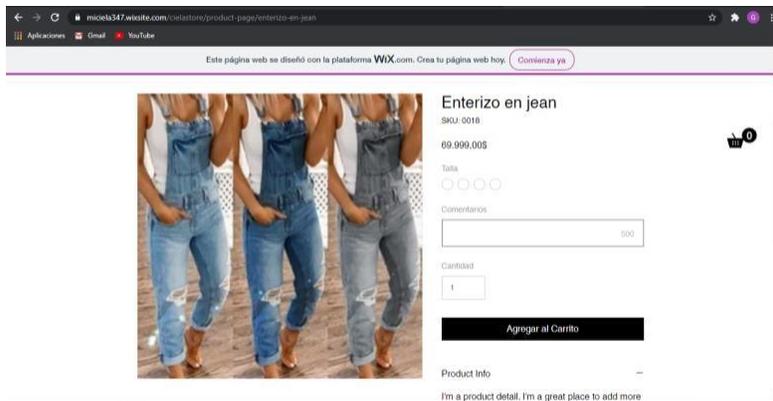
PAGINA WEB

<https://micicla347.wixsite.com/cielastore>









CAC: la publicidad de la marca Ciela solo se ha realizado por medio de redes sociales es decir que no se han hecho inversiones para llevar a cabo la publicidad de nuestra marca, para la captación de nuestros clientes se dispone de una persona que es la encargada de hacer el manejo de las redes y la publicidad cuyo sueldo es de 1.000.000

$CAC = 1.000.000 / 50 \text{ personas}$

$CAC = 20.000$

LVT: en promedio el valor de una prenda o accesorio que el cliente desee tiene un costo entre 20.000 y 100.000 se espera que cada cliente haga uso de nuestra marca mas de cinco veces con un promedio de 100.000 y 500.000 durante un año

9.1 LOCALIZACION DEL PROYECTO

LOCALIZACION DEL PROYECTO				
TIPO DE ACTIVO	DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	REQUISITOS TECNICOS
INFRAESTRUCTURA - ADECUACIONES	almacen o fabrica donde confeccionar los productos	1	800.000	amplio, iluminado, comodo
MAQUINARIA Y EQUIPO	maquinas de coser	11	15. 670.150	excelente calidad
EQUIPO DE COMUNICACIÓN Y COMPUTACION	computadores, celulares, internet	5	computadores 1.000.000, celulares 700.000, internet 90.000	buena capacidad de almacenamiento, alta velocidad, buena calidad
MUEBLES, ENSERES Y OTROS	mesas para computador, mesas para las maquinas, sillas, escritorios	25	970.000	adecuados a los espacio de trabajo y tamaño de los elementos que iran sobre cada mueble de buena calidad y resistencia
GASTOS PREOPERATIVOS	personal		gastos variables	experiencia
	servicios publicos			
	materiales			excelente calidad
	publicidad			

10. INGENIERIA DEL PROYECTO

INGENIERIA DEL PROYECTO				
BIEN/SERVICIO				
UNIDADES A PRODUCIR				
ACTIVIDAD DEL PROCESO	TIEMPO ESTIMADO DE REALIZACION (MINUTOS/HORAS)	CARGOS QUE PARTICIPAN EN LA ACTIVIDAD	NUMERO DE PERSONAS QUE INTERVIENEN POR CARGO	EQUIPOS Y MAQUINAS QUE SE UTILIZAN. CAPACIDAD DE PRODUCCION POR MAQUINA (CANTIDAD DE PRODUCTO / UNIDAD DE TIEMPO)
comunicarnos con los clientes para recibir la informacion de como van a querer su producto y obtener todos los detalles para realizar un buen trabajo	30 minutos	1	3	3
realizar los productos que ya fueron pedidos por los clientes estos se deben realizar según las peticiones especificas de los mismos	7 horas	5	1	11
TOTAL	7 horas 30 minutos	6	4	14

	CIELA ROPA	
	1009879000	1
		15-ago-20

FICHA TECNICA DEL PRODUCTO

CONJUNTO TOP DE TIRANTE DE CUADROS CON FALDA



B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE

95% Polyester, 5% ~~Spandex~~

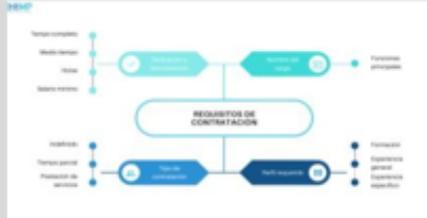
C. PRESENTACIONES COMERCIALES

La ~~presentacion~~ comercial consiste en dos prendas con el mismo estampado, hechos en la medida que el cliente lo desea. Estilo:

¿Sexy
 Color: Negro
 Tipo de Estampado: A cuadros
 Escote: Tirantes finos
 Tipo de top: Top con tirantes
 Tipo de ~~Bottom~~: Faldas
 Detalles: Partición
 Longitud de la Manga: sin mangas

D. TIPO DE ENVASE

J. PERFIL DE QUIEN INTERVIENE EN EL PROCESO



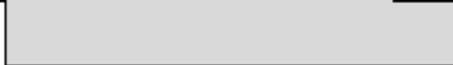
K. GRUPO POBLACIONAL

Jóvenes entre los 17 y 24 años

CIELA ROPA		
1006875000	1	15-ago-20

FICHA TECNICA DEL PRODUCTO

Firma del responsable del producto:



Nombre del Responsable del producto

Dailys Marisol Blanco

Firma:

Dailys Marisol Rincón

¿Que problema estas tratando de resolver?	¿Quién es tu público objetivo?	¿Cómo resolverás este problema?	Cuál es el primer paso?
			
<p>El problema que se nos presenta es la poca información que tienen nuestros clientes a cerca de nuestros servicios y la forma en que nuestros productos se crean y diseñan.</p>	<p>Mi publico objetivo es cualquier persona que quiera tener un estilo propio, personas que esten dispuestas a llevar sus ideas en cuanto a lo que quieren en sus prendas.</p>	<p>Por medio de publicidad en las redes sociales, dando a conocer nuestros productos y servicios, ofreciendo avisos llamativos para asi de esta forma atraer clientes y que ellos conozcan nuestros productos y servicios.</p>	<p>El primer paso es crear las redes sociales en las cuales se tendra informacion de nuestros servicios y productos, los cuales llamaran la atención del cliente al encontrar prendas que sean muy difíciles de encontrar.</p>

Create your own at Storyboard That



BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFIA Baudi -

<https://www.baudi.com.co/personalizar/#/customise/66515069?basketIndex=0> La gran

stampa - <https://lagranstampa.com/>

MARCA TU ESTILO. “Características y propiedades del algodón.” *Marca tu estilo*, 16

Noviembre 2016, <https://www.marcatuestilo.es/caracteristicas-propiedades-algodon/>.

Montaña pegaso. <http://www.montanapegaso.es/material/vestimenta/vestimenta.htm>.

