MF _ SPORT

la fuerza que mueve el mundo

María Fernanda Paz Robles

Jorge Andrés Vargas Sánchez

Creación de empresa 1

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior

Octubre 18 de 2020

Bogotá Colombia

MF _ SPORT

la fuerza que mueve el mundo

María Fernanda Paz Robles

Jorge Andrés Vargas Sánchez

Docente

Maritza Arias Hernández

Creación de empresa 1

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior

Octubre 18 de 2020

Bogotá Colombia

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCION	5
OBJETIVOS	6
MARCO CONTEXTUAL	7
RETOS	10
PROPUESTA DE VALOR	11
ANALISIS DEL ENTORNO	14
ARBOL DE PROBLEMAS	17
TECNICAS DE IDEACION	18
ESTRUCTURA DE LA IDEA	19
ANALISIS DEL SECTOR	21
ANALISIS DE LA OFERTA	23
BAYER PERSONA	25
LEYES BASICAS DEL EMPRENDEDOR	26
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	27
DISEÑO DE CONCEPTO	28
RUNNING LEAN	30
VALIDACION DEL PRODUCTO	31
INVESTIGACION	32
ENCUESTA	33
TAMAÑO DE LA MUESTRA	35
TABULACION Y ANALISIS	36

COMPROMISO DEL AUTOR

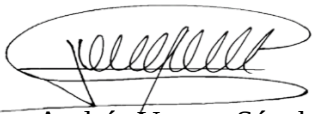
Nosotros; María Fernanda Paz Robles identificada con C.C 1.114.829.222 Jorge Andrés Vargas Sánchez identificado con C.C 93.236.788

Estudiantes del programa Administración de Empresas Agroindustriales declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de nuestro trabajo personal y manifestando 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:

María Fernanda Paz Robles



Jorge Andrés Vargas Sánchez

INTRODUCCIÓN

Con esta idea de negocio se busca fortalecer el sector deportivo por medio de alianzas con la empresa natural sport fabricante de ropa deportiva y uniformes para ciclismo de alta calidad, la idea de distribuir las prendas nace por la necesidad de apertura a nivel nacional en cuanto a puntos de venta para el reconocimiento de la marca. En los últimos meses se ha visto el crecimiento en las cifras de personas pedaleando y haciendo cualquier tipo de deporte.

Se analiza el sector encontrando necesidades específicas en cuanto a una tienda enfocada únicamente en vender ropa deportiva y uniformes para ciclismo, se diseña la idea de negocio haciendo uso de las herramientas tecnológicas para crear una tienda virtual con su respectivo logotipo y contando con una persona experta en el tema que brinda asesoría constante a las personas que desean empezar a disfrutar de la bicicleta, paisajes y llevar una vida saludable.

OBJETIVOS

General

Desarrollar un plan que le permita a la empresa de confección ser más productiva, hacer un estudio de mercadeo para conocer el aumento del % de personas que necesitan las prendas para andar en bicicleta.

Específicos

- Analizar el entorno para conocer las marcas de ropa deportiva que más vende en la región
- Analizar el estado actual en la demanda y formular objetivos a corto y mediano plazo
- Crear estrategias por medio del marketing digital buscando mejorar la producción y ventas
- Establecer un cronograma de actividades estratégicas de producción
- Definir los indicadores de gestión de la empresa natural sport buscando aumentar las ventas

MARCO CONTEXTUAL

Natural sport es una empresa vallecaucana que nace a finales de los años 90 a partir de las necesidades que tiene el mercado caleño de adquirir ropa deportiva de buena calidad a un precio justo. La empresa se encuentra ubicada en la comuna 11 la cual busca general empleo a los jóvenes del sector. Esta empresa busca ser una solución social desde el punto de vista de empleo y desarrollo económico para los habitantes de un sector muy vulnerable, sobre todo en su juventud inmersa en problemas de orden público como pandillas, violencia intrafamiliar, sicaritos. Inicialmente se incide en la formación de estos jóvenes para mejorar su nivel educativo, mejorar lo cultural y todos los aspectos relacionados con sus vidas.

Natural sport se caracteriza por el uso de telas con tecnología textil avanzada, con propiedades especiales direccionadas a un mejor rendimiento deportivo. como un valor agregado al de simplemente proveer prendas de uso deportivo, natural sport pretende ofrecer soluciones tecnológicas para alcanzar un mejor desempeño en las prácticas deportivas como el ciclismo en especial, mediante la utilización de diseños y materiales textiles que favorecen la movilidad. Estos trajes para la práctica del ciclismo son adecuados y diseñados para un alto rendimiento deportivo permitiendo alcanzar récord y marcas a nivel deportivo.

COMPETENCIA EN EL MERCADO DE ROPA DEPORTIVA EN COLOMBIA

La categoría de ropa deportiva ha tenido un importante crecimiento en los últimos años según cifras de la revista Dinero, La tendencia por tener hábitos de vida saludables se logra no solo con la alimentación sino con ejercicio regular, ha dinamizado de forma importante la categoría de productos deportivos en Colombia. Tanto, que ya va ganando terreno y ahora es una de las líneas fuertes para muchas marcas tradicionales de ropa.

Un crecimiento de doble dígito en 2016, según datos de Euro monitor, no resulta despreciable, pues las oportunidades están dadas para que el consumo tanto de prendas como de zapatos deportivos y accesorios continúe al alza. Esta coyuntura ha motivado no solo el crecimiento de las empresas que tradicionalmente se han dedicado a esta actividad, –como es el caso de Adidas, que según cifras de la consultora Euro monitor registra una participación de 23% y Nike, que alcanza 11% del mercado, solo por mencionar dos marcas–, sino que cada día hay nuevos jugadores interesados en dinamizar el negocio.

Por ejemplo, recientemente ingresó al país la multinacional francesa Decathlon que, con una planta inicial de 60 colaboradores, tiene el propósito no solo de ofrecer productos de calidad a precios competitivos, sino diversificar la oferta para deportes como rugby, pádel, tenis, pesca, ciclismo, ping-pong y camping. Su primera tienda está ubicada en el barrio Colina Campestre al noroccidente de Bogotá, ciudad que mueve alrededor de 27% del mercado deportivo en el país. (dinero, 2017)

Es evidente que la idea de negocio tiene gran demanda en el sector, en el municipio de el cerrito valle del cauca hay muy pocas tiendas deportivas enfocadas en prendas para ciclistas y es por ello que nace la tienda mf_sport13 con la idea de cubrir esa demanda y necesidad de los clientes que les gusta hacer ejercicio y en especial montar bicicleta. Contamos con buenos precios y con prendas de alta calidad que permiten ser competencia leal par el mercado.

Nota: se identifica una gran oportunidad en el sector deportivo ya que las tiendas que existen en la actualidad no venden solo prendas para ciclistas, sino que también venden bicicletas, repuestos, accesorios y prestan el servicio de mecánica, existen solo 4 establecimientos físicos de este tipo en ese sector. Lo innovador en mf_sport 13 es asesoramiento por parte de una experta en el ciclismo, la tienda es virtual y física, cuenta con una gran cantidad de mercancía para ventas al por mayor, los uniformes son de alta calidad, el precio de venta esta por debajo de la competencia permitiendo esa ventaja en el mercado.

Clientes identificados por la empresa:

- Clientes directos: estos clientes son atendidos directamente en los puntos directos de fábrica localizados en los barrios primavera e ingenio en la ciudad de Cali.
- Clientes por maquila y full pack: muchas empresas tienen a los productos de natural sport como insumos de producción. Estas empresas se encargan de la etapa de cosido, etiquetado y empacado.
- Clientes por internet: apenas se está incursionando el tema de las ventas por internet aprovechando los clientes potenciales en este área haciendo uso de los medios electrónicos y digitales que el internet provee actualmente tales como las páginas web y redes sociales.

RETOS

1. Ampliar la cobertura en ventas
2. Potenciar un canal de ventas digitales
3. Distribuir ropa para practica del ciclismo con alta calidad

El sector es deportivo

El problema identificado se relaciona con la primera dimensión de los ODS que son las personas, en cuanto a los objetivos cubre el fin de la pobreza, el hambre, salud y bienestar ya que el objetivo de la empresa es dar empleo y cubrir estudios de bachillerato para los jóvenes del barrio que quieran salir adelante.

Con la teoría de valor compartido se aborda el problema definiendo el mercado objetivo los cuales son deportistas ciclistas o personas que les gusta hacer actividad física para sentirse sanos con productos de alta calidad y bajo costo.

Luego de eso se define el perfil de clientes y se crea clúster de apoyo al sector entorno a las instalaciones de la empresa creando estrategias y ofertas comerciales para aumentar las ventas y crear posicionamiento de la marca.

Propuesta de valor para los clientes deportistas.

Perfil	Propuesta de valor
Trabajo	Productos y servicios
Buscan competir con otros deportistas de su propia disciplina, se esfuerzan en dar su mayor potencial para obtener méritos a nivel deportivo. Requieren de ropa llamativa para portar su divisa y de ropa cómoda para realizar sus prácticas y competencias.	Ropa deportiva especializada en la disciplina que practican.

Perfil	Propuesta de valor
Se esfuerzan en mejorar su nivel social y económico.	
Alegrías	Creadores de alegrías
• Seguridad y bienestar en la ejecución de sus prácticas y competencias. • Efectividad y mínimo margen de error. • Optimización de los recursos (tiempo y productividad). • Concentrarse en el cumplimiento de sus actividades misionales. • Cumplimiento de la promesa del servicio: confiabilidad, seguridad y confort. • Sentirse importante y valorado. • Servicio preferencial. • Confiar en el cumplimiento del servicio. • Innovación en el producto. • Funcionalidad • Bonito diseño • Buena horma • Transpirabilidad • Protección solar • Tecnología textil	Innovamos en nuevos diseños para garantizar las alegrías de los clientes deportistas. Estamos a la vanguardia para cumplir tus objetivos.
Frustraciones	Aliviadores de frustraciones
• Pagar por un producto que no cumple la necesidad. • Promesas sin cumplir. • Poner en riesgo su actividad. • Verse obligado a recibir un producto de mala calidad. • Ser reiterativo en las inconformidades.	Aplicamos controles en nuestros procedimientos para garantizar la calidad en el producto y en el servicio.

Perfil	Propuesta de valor
• Falta de disponibilidad del producto. • Falta de responsabilidad: incumplimiento. • Que no haya diferenciación del producto.	
Promesa de valor	
Ofrecemos a los deportistas amateurs y profesionales ropa especializada en la disciplina deportiva que practican, innovando con nuevos diseños, manteniéndonos a la vanguardia y aplicando controles en nuestros procedimientos para garantizar la calidad en el producto y servicio.	

Elaborado por: LUISA MARÍA JORDÁN GIRALDO y CLAUDIA ALEJANDRA ARIZABALETA JORDAN

Propuesta de valor para los clientes que les gusta la actividad física (no deportistas)

Perfil	Propuesta de valor
Trabajo	Productos y servicios
Son personas naturales que definieron llevar una vida sana, realizando actividades como ejercicios, caminatas, práctica informal de algún deporte, entrenamiento en gimnasios, terapias físicas recomendadas por razones de salud, entre otros. Son: estudiantes, profesionales, amas de casa, ejecutivos, trabajadores, etc. Que buscar bajar de peso, hacer ejercicio, aumentar su masa muscular, definir músculos, reducir el estrés, distraeré o cuidarse por el tema de la salud.	Ropa cómoda, sport, para realizar sus actividades físicas.

Quiere lucir bien, estar a la moda.	
Alegrías	Creadores de alegrías
• Seguridad y bienestar en la ejecución de sus actividades físicas. • Cumplimiento de la promesa del servicio: confiabilidad, seguridad y confort. • Innovación en el producto. • Funcionalidad • Bonito diseño • Buena horma • Transpirabilidad	Innovamos en nuestros diseños para superar las expectativas de los clientes. Estamos a la vanguardia para cumplir tus objetivos.
Frustraciones	Aliviadores de frustraciones
• Pagar por un producto que no cumple la necesidad. • Verse obligado a recibir un producto de mala calidad. • Falta de disponibilidad del producto. • Que la ropa deportiva no sea cómoda.	Enfatizamos en brindar a las personas que quieren cuidar su salud prendas cómodas para la ejecución de sus actividades físicas.
Propuesta de valor	
Brindamos a las personas que quieren cuidar su salud prendas cómodas y de buena calidad para la ejecución de sus actividades físicas. Innovamos en nuestros diseños para superar las expectativas de los clientes. Estamos a la vanguardia para cumplir los objetivos.	

Elaborado por: LUISA MARÍA JORDÁN GIRALDO y CLAUDIA ALEJANDRA ARIZABALETA JORDAN

ANALISIS DEL ENTORNO

La actividad económica es el comercio por la propuesta de negocio nombrada anteriormente, el sector al que va dirigido es el deportivo. A continuación, vamos a mencionar los diferentes entornos que se deben tener en cuenta para alcanzar las metas.

Entorno económico: el sector deportivo ha tenido un crecimiento significativo dentro de la población ya que las personas cada vez se preocupan más por su salud y bienestar; este sector es muy amplio abarca gimnasios, calzado deportivo, ropa deportiva, alimentación saludable, tiendas de suplementos, organizadores de eventos deportivos y competencias entre otros. Los beneficios son altos gracias al cambio de conciencia que han tenido los colombianos, cada vez es más común encontrar espacios para yoga, gimnasios, eco parques, clases de baile, rutinas grupales, etc.

En cuanto a la empresa se han adoptado medidas tecnológicas para la realización de pagos de nuestros clientes, creando opciones de pago como consignación bancaria, PayPal, nequi.

Entorno social

Geográficas: dado que el plan está enfocado en expandir la cobertura, no se pretende delimitar en ciudades al contrario abarcar la mayor parte del mercado colombiano.

Demográficas: Hombres y mujeres, entre los 16 y 65 años, con ingresos promedio superiores a 2 SMLV, nivel socioeconómico: Medio-alto y alto.

Conductual: Personas que busquen prendas especializadas para su práctica deportiva, usualmente realicen compras en internet.

Entorno tecnológico: vivimos adsorbidos por la tecnología siendo esta una gran herramienta la cual debemos implementar en cada una de nuestras cosas diarias para ser

aprovechada al máximo, se debe utilizar de forma adecuada los canales digitales nos ayuda a innovar generando valor frente a la competencia.

Con la llegada del marketing digital se disminuyó la publicidad en medios tradicionales decreciendo este mercado cada vez más porque el medio tecnológico permite llegar al cliente de una manera más exacta y de más impacto.

Entorno legal: el comercio en Colombia cuenta con un margen regulatorio que permite la protección del derecho, el marco cuenta con reglas claras acerca de los deberes y obligaciones de los comerciantes, la protección de los consumidores, entre otros.

La Constitución Política ofrece garantías y establece límites como son:

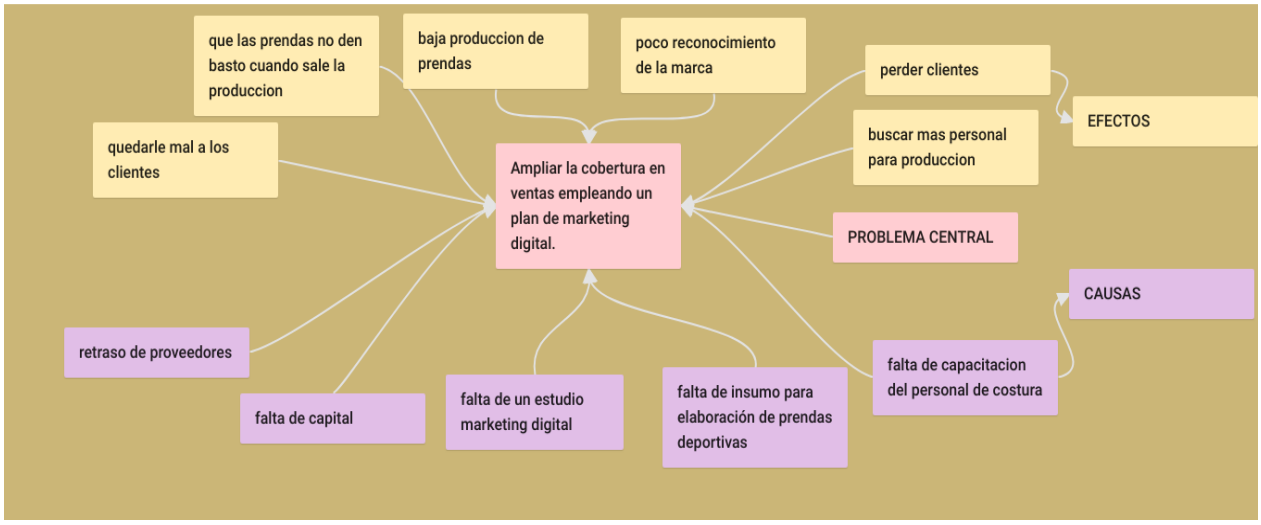
Artículo 15 de la Constitución Política: mediante el cual se da la categoría de fundamental al derecho a la intimidad personal y familiar y a su buen nombre, también conocido como Habeas Data.

Artículo 20 de la Constitución Política: protege la libertad de expresión, que constituye una de las principales garantías para el comercio.

Artículo 333 de la Constitución Política: “La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley

CRITERIO	PROBLEMA 1	PROBLEMA 2	PROBLEMA 3
	Ampliar la cobertura en ventas	Potenciar un canal de ventas digitales	Distribuir ropa para practica del ciclismo con alta calidad
Conocimiento o experiencia	5	5	4
Asesoramiento de un experto (si se requiere ¿lo tenemos?)	5	3	4
Alcance (técnico ¿tenemos las herramientas? ¿Podemos desplazarnos para evaluar el problema? ¿Tenemos acceso información, datos, cifras? ¿Puedo darle alguna solución?	3	3	3
Tiempo (Posible solución)	5	4	4
costos (posible solución)	5	5	4
Impacto ¿es trascendental? ¿Representa un desafío para ustedes?	4	4	4
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	5	5	5
TOTAL	32	29	28

ARBOL DE PROBLEMAS

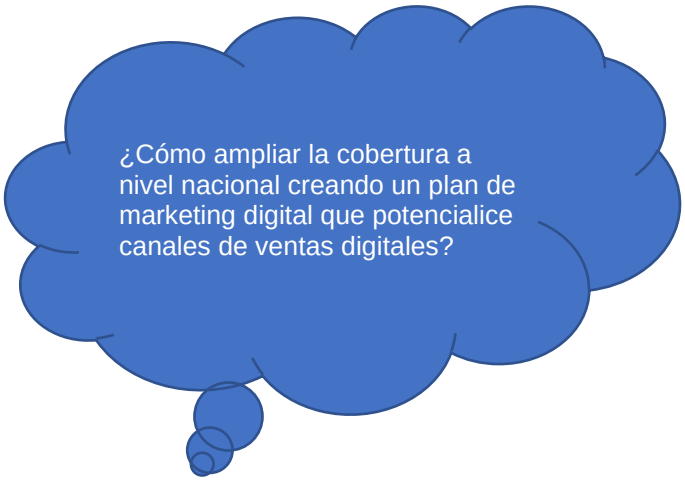


ARBOL DE OBJETIVOS

Pregunta problema: ¿Cómo ampliar la cobertura a nivel nacional creando un plan de marketing digital que potencialice canales de ventas digitales?

TÉCNICAS DE IDEACIÓN

Lluvia de ideas



1. Buscando distribuidores

2. mostrando la marca

3. patrocinando deportistas

4. creando club de ciclismo

5. hacer un canal de YouTube

6. crear redes sociales

7. vender a bajos precios

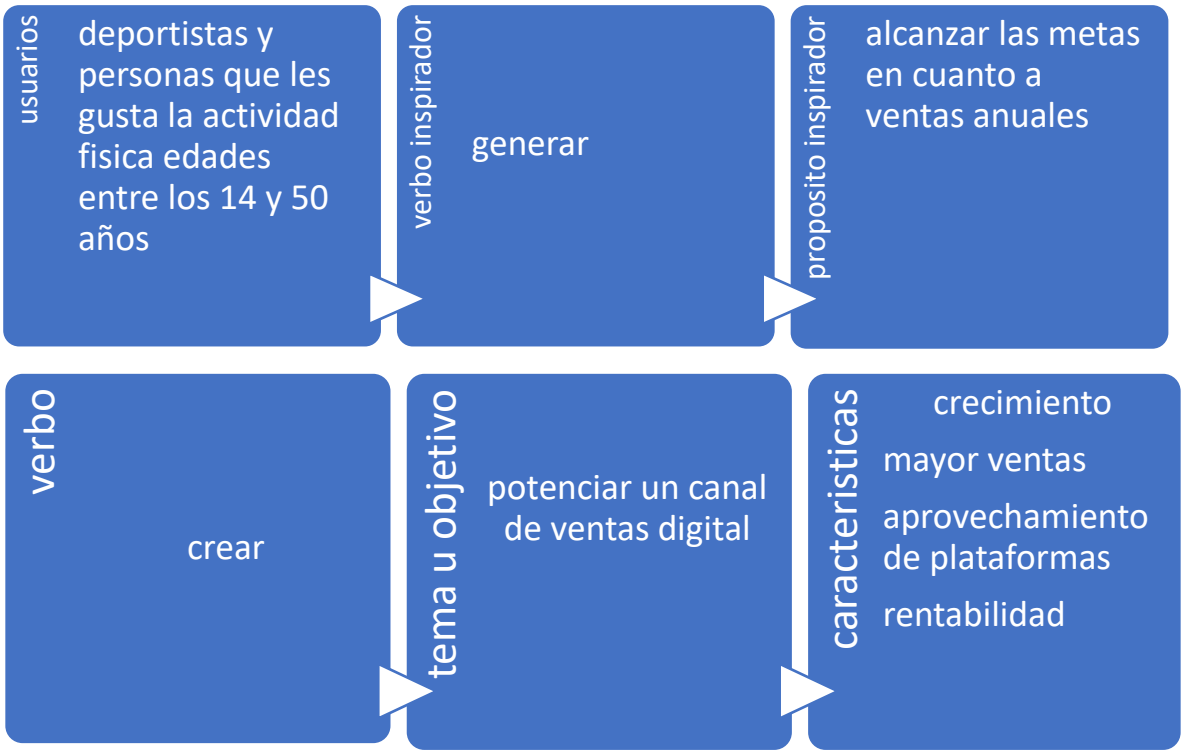
8. Ventas por internet

ESTRUCTURA DE LA IDEA

¿Cuál es el producto o servicio?	Producto
¿Quién es el cliente potencial?	Deportistas ciclistas.
¿Cuál es la necesidad?	Una cobertura de ventas más amplia e implementar formas de compra por internet.
¿Como funciona el producto o servicio?	Líneas ciclistas: es una prenda deportiva hecha en licra con tela control uv, secado rápido, reflectiva y con una badana en gel que protege la zona intima del cliente. Línea sport: tela nylon
¿Por qué lo preferirían?	Por la calidad, comodidad y bajo costo

SOLUCION IDEA DE NEGOCIO ESTRUCTURADA

¿Cómo podemos ampliar la cobertura a nivel nacional siguiendo un plan de marketing digital?


usuarios
deportistas y personas que les gusta la actividad fisica edades entre los 14 y 50 años
verbo inspirador
generar
proposito inspirador
alcanzar las metas en cuanto a ventas anuales
verbo
crear
tema u objetivo
potenciar un canal de ventas digital
caracteristicas
crecimiento
mayor ventas
aprovechamiento de plataformas
rentabilidad

1. la competencia
2. poca variedad de proveedores
3. vulnerabilidad en materia de conectividad
4. limitar los clientes a la relacion online
1. prendas de alta calidad
2. el sector
3. proveedores nacionales
FODA
1. adecuacion de fabrica
2. el no uso de redes
3. la produccion no da basto para surtir los distribuidores
4. poco mercadeo
1. llegar al publico objetivo por medio del marketing digital
2.inversion en publicidad digital
3. facilidad de hacer transaciones en linea

ANÁLISIS DEL SECTOR

con esta idea de negocio se busca fortalecer el sector deportivo por medio de alianzas con empresas fabricantes (Natural sport) de prendas deportivas para ciclismo (uniformes) son prendas especiales para practicar deporte, en los últimos meses se ha visto el crecimiento en las cifras de personas pedaleando, haciendo deporte. De aquí nace la idea de distribuir marcas nacionales e internacionales (montecci) de muy buena calidad y un precio competitivo.

La tienda es virtual se llama mf_sport13, también tenemos tienda física que se encuentra ubicada en el municipio de el Cerrito en el departamento del valle del cauca, somos distribuidores directos de uniformes para ciclismo de una marca caleña que tiene gran impacto en el sector por su buen precio de venta y excelente calidad; en el sector donde está la tienda hay 7 bicicleterías y 3 tiendas deportivas pero ninguna enfocada solo en las prendas para práctica de ciclismo de aquí nace la idea de ser distribuidores identificando una necesidad.

Natural sport empresa caleña confecciona los uniformes para ciclismo y las prendas deportivas, se tiene una alianza con ellos para la compra de mercancía al por mayor (proveedor) y para la publicidad por parte de la tienda con la asesora que tiene una amplia experiencia en el ciclismo profesional de ruta y pista. La tienda cuenta con sus bolsas de empaque de la mercancía personalizada para el servicio y la buena atención al cliente.

Analizando las ventas que se han hecho desde el momento de la apertura de la tienda se ve que los dos primeros meses las ventas eran diarias (de 2 a 5 uniformes) luego de esto las ventas han sido semanal o quincenal, es de mucha paciencia el negocio pero en cuanto a rentabilidad da para seguir surtiendo con buena mercancía la tienda.

El análisis que se hace para escoger la empresa proveedora de las prendas deportivas y con la que mejor resultado se logra satisfaciendo las necesidades del cliente son las siguientes:

1. La calidad de las prendas
2. El precio de venta al por mayor
3. Rango de ganancia en cuanto a la venta al publico
4. La puntualidad de la empresa con la orden realizada por el distribuidor
5. La creación de nuevos diseños
6. Forma de pago del distribuidor
7. Cuantos días tarda en llegar el pedido a la tienda de distribución

En la tienda mf_sport también se cuenta con ventas de accesorios para pedalear como las medias que son un gran complemento en este deporte como es el ciclismo, el proveedor se llama liro sport y textimedias ambas empresas con sede principal en Bogotá.

¿Por qué se eligieron estos dos proveedores?

R/ la tienda inicio con textimedias por la calidad y buen precio que manejan para venta al por mayor, luego apareció liro sport es una empresa nueva en el sector con una excelente calidad y diseños realmente llamativos para el público manejan dos tipos de estampado que es el tejido y sublimada, el precio es un poco más alto, pero de igual forma deja muy buen rango de ganancias al ser vendidas.

En el lugar donde se tiene la tienda física ya hay varias tiendas deportivas donde se consiguen Prendas para ciclismo (uniformes), medias, cascos, bicicletas, gafas, guantes, etc.

A continuación, se nombran las más reconocidas:

1. Bicicletería ciclo scalar ubicada en el cerrito valle
2. Bicicletería Lauros ubicada en el cerrito valle
3. Raptor ubicado en el cerrito valle

ANÁLISIS DE LA OFERTA

En el sector se evidencian empresas que son la competencia como pro bike, kaffit y la Roue estas son empresas ya constituidas por varios años y con un alto % de ventas mensuales, ellos venden prendas para ciclismo de excelente calidad pero el precio es mucho más alto que el precio de venta de la tienda mf_sport13, esta tienda por estar ubicada en un pueblo donde hay mucho usuario de la bicicleta genera buenas ventas y el rango de ganancia es bueno, gracias a su buena demanda la tienda se sostiene para el surtido de mercancía.

NOMBRE DEL COMPETIDOR	PRODUCTO	PRECIO X MAYOR	SERVICIO	UBICACIÓN
Pro bike	uniformes para ciclismo	150	buena calidad	Tuluá
Kaffit	prendas deportivas	160	Control UV	Cali
La Roue	uniformes para ciclismo	145	badana italiana	palmira

Características del producto tienda mf_sport13

1. tela carbono de fácil lavado y secado
2. control rayos UV
3. badana en gel
4. antibacterial
5. costura de alta calidad
6. resorte antideslizante
7. reflectiva
8. badana antimicrobiano
9. en Gel recubierta en espuma de alta densidad
10. Secado rápido
11. Control de humedad
12. Tela Nylon
13. Buen precio
14. Asesoría de experto en ciclismo

Bayer persona

Mi cliente se llama Laura tiene 27 años vive en el departamento del valle del Cauca, es ciclista amateur, estudia y trabaja entre semana, los fines de semana dedica tiempo a su deporte haciendo rutas bastante largas y exigentes, Laura es de extracto medio y sueña con aprender más sobre su deporte dedicándole más tiempo en días de semana.

	Miedos, frustraciones y ansiedades: No encontrar en el sector una tienda especializada en ropa para ciclismo de buena calidad y bajos precio en uniformes y medias para la práctica deportiva.	Desea, necesita y sueña: Encontrar prendas para los entrenamientos en bicicleta de buena calidad, badana cómoda resistente a largas horas, buenos precios y estar bien asesorada para sentirse a gusto en sus rutas.
Demográficos y geográficos: Mujer de 27 años, ciclista, reside en el municipio de el cerrito valle, extracto 3, estudiante de pregrado, labora en una oficina de 8 a 5 pm de lunes a viernes.	¿Que están tratando de hacer y por qué es importante para ellos? Satisface una necesidad del sector que es la facilidad de encontrar prendas deportivas especializadas para la práctica de ciclismo a un solo clip y con avanzada tecnología.	¿Como alcanzan esas metas hoy? ¿hay alguna barrera en su camino? La comodidad en la bicicleta es notoria, las prendas son de excelente calidad, tienen facilidad de pago y lo mejor de todo es que llegan a casa los productos.
Frases que mejor describen sus experiencias: El deporte es la fuerza que mueve el mundo Amante de las bielas Comodidad en mis rodadas		

¿Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta? La competencia en precios, calidad y asesoría.		

Descripción teniendo en cuenta mi cliente ideal:

a. En los clubes deportivos, grupos de deportistas, empresas, alcaldías, ligas.
b. Perseverancia, tolerancia, paciencia, amor, paz, armonía.
c. Se relaciona muy bien todo el tiempo con las personas de su oficina que les gusta cuidarse y disfrutar el tiempo libre practicando deporte.
d. Encontrar un lugar agradable y con buena asesoría en cuanto a prendas para montar en bicicleta, busca calidad y buen precio en su uniforme.

Leyes

1. Ley 905 de 2004. Por medio de la cual se modifica la ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones.
2. Ley 590 de 2000. Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas
3. Ley 67 de 1979. “Por la cual se dictan las normas generales a las que deberá sujetarse el presidente de la República, para fomentar las exportaciones a través de las Sociedades de Comercialización internacional, y se dictan otras disposiciones para el fomento del comercio exterior" (Ministerio)

Leyes básicas que debe conocer todo emprendedor:

1. Ley General de Sociedades Mercantiles. “Es la norma básica que regula las sociedades mercantiles ya sean estas anónimas o no. Si por estrategia comercial el emprendedor tiene necesidad de asociarse con otras personas, con objetivos comerciales iguales o parecidos, es indispensable que conozca los tipos de sociedades mercantiles que existen y la forma en que distribuyen sus utilidades entre los socios, además de los alcances de la responsabilidad frente a terceros.”

2. Códigos o leyes estatales y normas municipales sobre la apertura de establecimientos. “El estado o municipio en donde el emprendedor desea abrir la empresa es el que regula el tema de las licencias. El local tiene que reunir una serie de requisitos, y deben cumplirse varios trámites para obtener el permiso respectivo. Si se opera sin éste el nuevo empresario puede enfrentarse al cierre del negocio y a sanciones diversas, generalmente expresadas en multas”

3. Ley del Impuesto al Valor Agregado. “Este impuesto tiene efectos sobre el consumidor final, pero también repercute en el emprendedor. Por un lado, en las facturas que emite, y por otro en los recibos que tiene que pagar. El empresario deberá realizar un balance entre lo que retiene y lo que pagó para ver que deberá pagar, así como cumplir con una serie de requisitos de forma” (online, 2012)

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Estudio idea de negocio	X				
Innovación	X				
Tamaño del mercado		X			
Diseño del producto			X		
Prototipado				X	
Lanzamiento del producto					X

Diseño de concepto

TECNOLOGIA	DESCRIPCION
Celular (redes sociales)	Para manejar las ventas
Cámara fotográfica	Para exponer las prendas en las redes y pagina

MATERIALES	DESCRIPCION
Prendas deportivas	Tener surtido de la ropa que se va vender
Lugar de exhibición	Repisas y ganchos

Diseño del producto

Ficha técnica

A. Nombre del producto: prendas deportivas
B. Composición del producto: telas de alta calidad elaboradas antifluido, badana antibacterial y control rayos UV
C. Prestaciones comerciales: variedad en uniformes para ciclismo y ropa deportiva

D. Tipo de empaque o embalaje: bolsas personalizadas
E. Material de empaque: reciclable
F. Condiciones de conservación: ninguna
G. Vida útil estimada: 6 meses a 1 año
H. Servicios adicionales: asesoramiento de un experto
Elaboró
Revisó
Aprobó

RUNNING LEAN

<table>
<tr><td rowspan="2">PROBLEMA

Poca cobertura en venta.

Potenciar un canal de ventas digitales.

Distribuir ropa para practica del ciclismo con alta calidad.</td><td>SOLUCION

Producción constante para satisfacer el cliente.

Elaboración de un plan de marketing digital.

Tener insumos de alta calidad para la elaboración de prendas deportivas.</td><td rowspan="2">PROPUESTA DE VALOR UNICA

Brindamos a nuestros clientes comodidad en los diseños y los ayudamos a que tenga una atención personalizada para que se sientan importantes y valorados.</td><td>VENTAJA ESPECIAL

Nuestra prioridad es la calidad, comodidad y bajo costo</td><td rowspan="2">SEGMENTO DE CLIENTES

Hombres y mujeres entre los 16 y 65 años que sean deportistas o personas que les gusta hacer actividad física (caminar, trotar, gym) con un nivel socioeconómico medio-alto que usualmente realicen compras por internet.</td></tr>
<tr><td>METRICAS CLAVE

Celular: Para atender las redes sociales y las ventas por este medio.

Cámara: para tomar fotos de optima calidad para nuestros clientes

Tener un buen surtido de la ropa que se va vender</td><td>CANALES

Contamos con tienda presencial en el cerrito valle, también tenemos tienda virtual en Instagram @mf_spot13 y por el WhatsApp 3103782109 en donde brindamos atención personalizada de acuerdo a la necesidad de nuestros clientes.</td></tr>
<tr><td colspan="3">ESTRUCTURA DE COSTOS

• Mantenimiento y asesoramiento de redes sociales que es nuestro medio de ventas.
• Pago a personal de costura y que atienden la tienda virtual</td><td colspan="2">FUENTES DE INGRESOS

• Venta nuestras prendas de manera virtual
• Pago anticipado de enviar el producto
• Alianzas con otras marcas
• Asesoramiento deportivo en ciclismo</td></tr>
</table>

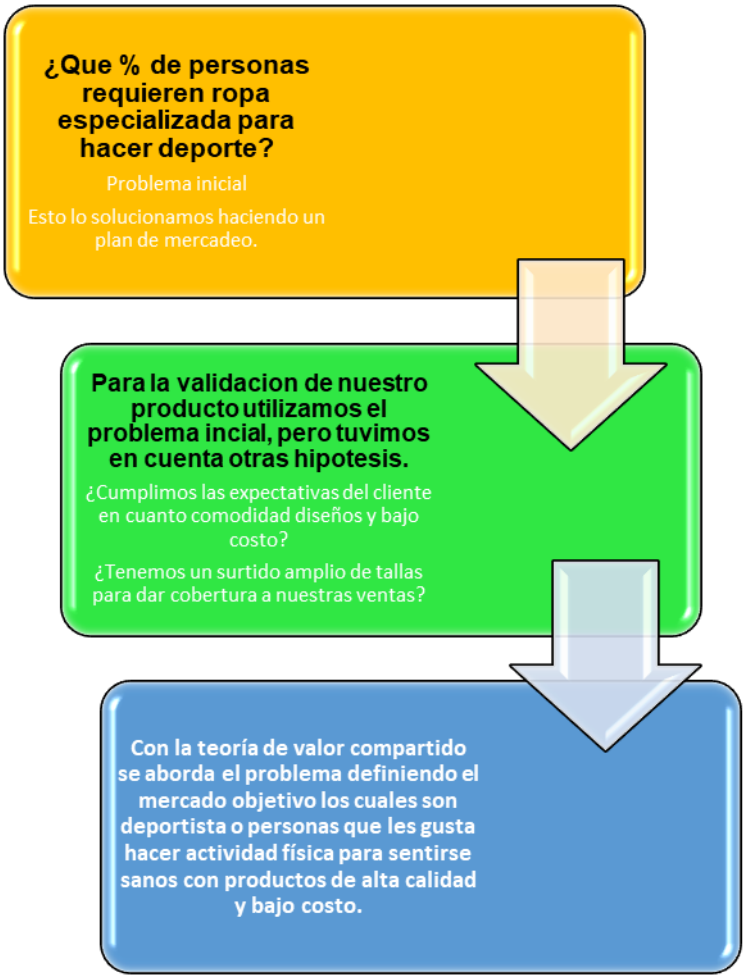
Tabla lean canvas: fuente: elaboración propia.

VALIDACION DE NUESTRO PRODUCTO

Lo que queremos lograr con la validación de nuestro producto es medir el alcance y la aceptación del público con nuestro producto, para lo cual realizamos un cuadro de validación.

Objetivo principal

Desarrollar un plan que le permita a la empresa de confección ser más productiva, hacer un estudio de mercadeo para conocer el aumento del % de personas que necesitan las prendas para andar en bicicleta.



INVESTIGACION

Objetivo principal de nuestra investigación es:

- Establecer el % de personas que necesitan ropa para realizar su actividad física.
    - ¿Qué necesidades tienen nuestros clientes con el tipo de ropa que utilizan para realizar deporte?
    - ¿Realizan compras por internet o solo de manera física?

Con esta investigación pretendemos analizar las necesidades de nuestros posibles clientes, conociendo el entorno de las marcas de ropa deportiva que más venden en la región, de esta manera podemos analizar la demanda del producto.

En esta investigación desarrollaremos el tipo de investigación cuantitativo, esto lo haremos por medio de una encuesta que les realizaremos a nuestros clientes y potenciales clientes en Instagram ya que esta red social es la que utilizamos para la venta de nuestros productos de ropa deportiva, La investigación cuantitativa nos va proporcionar cifras que demuestran los puntos generales de nuestra investigación.

Diseño de la encuesta

Esta encuesta la realizaremos por vía historias de Instagram ya que por allí se le facilita mucho al potencial cliente su respuesta.

TEMA: Establecer qué % de personas necesitan ropa deportiva para realizar su actividad física.

PREGUNTAS

1. ¿Practicas algún deporte?
    a. SI
    b. NO
2. ¿Cada cuánto?
    a. Todos los días
    b. Solo los fines de semana
    c. De manera ocasional
3. ¿Cuánto tiempo duras haciendo la actividad física?
    a. Media hora
    b. 1 hora
    c. 2 horas o mas
4. ¿Utilizas vestuario apropiado para tu actividad física?
    a. Si
    b. No ¿nos podrías contar por qué?
5. Que prioridad tienes al comprar la ropa de hacer deporte
    a. Comodidad
    b. Diseños modernos
    c. Bajos precios
6. ¿Si el producto es de buena calidad, pero tiene un precio alto lo comprarías?
    a. Si
    b. No
    c. Lo pensaría
    d.

7. Cuando has realizado compras con nosotros estas satisfecho con el producto
    a. Si
    b. No
8. ¿Te parece correcto su precio?
    a. Si
    b. No
9. ¿Qué opinión tienes de atención esta tienda virtual?
    a. Muy buena
    b. Buena
    c. Regular
    d. Mala
10. ¿Qué te parece el packing de nuestros ropa deportiva?
    a. Bueno porque puedo reutilizar su empaque
    b. Regular elegiría otro tipo de empaque
    c. No me gusta
11. ¿Qué ropa compras más en nuestra tienda?
    a. Línea ciclismo
    b. Línea sport
12. ¿Cuándo compras en otra marca ves diferencias en productos similares
    a. Si
    b. No
13. ¿Nos recomendarías a tus amigos?
    a. Si
    b. No
14. ¿Qué tan probable es que vuelvas a comprar uno de nuestros productos?
    a. Muy probable
    b. Algo probable
    c. Poco probable

Tamaño de la muestra

Población a la que va dirigida:	Hombres y mujeres de 16 a 65 años que realicen actividades deportivas.
Tipo de muestreo:	Muestreo localizado o incidental: Es la muestra que se obtiene al seleccionar a las personas que se encuentran en algún punto concreto o que tienen alguna característica en común (por ejemplo, clientes de un supermercado, aficionados a un deporte, turistas de cruceros). Se acude directamente donde se encuentra el colectivo y se le entrevista. También se habla de muestreo incidental cuando se utiliza como muestra a los individuos a los que se tiene fácil acceso (salvado, 2017)
Tamaño de la población:	El tamaño de la población en que nos basamos es el número de personas que han comprado nuestras prendas o han interactuado con nosotros por nuestra página de Instagram que son: 20 encuestados.

Decidimos hacer la encuesta por Instagram ya que es el medio que utilizamos para vender nuestros productos, también es una buena manera de dar a conocer nuestros productos por esta red social.

TABULACION Y ANALISIS DE LA INFORMACION

Análisis de datos

Realizaremos el análisis de cada pregunta.

PROYECTO EMPRESARIAL

ANALISIS DE MERCADO CUANTITATIVAMENTE (ENCUESTA)

PREGUNTAS

1. ¿Practicas algún deporte?

Tabla de frecuencia

1	1	1	1	1
1	1	1	2	1
1	1	1	1	1
1	1	2	1	1

SI	18
NO	2
MEDIA	1.1
MODA	1
DESV.ESTA.	0.308

Fuente: Elaboración propia.

Análisis: Podemos verificar que la mayoría de nuestros encuestados son personas que realizan actividades físicas, como pretendemos que sean nuestros potenciales clientes.

2.¿Cada cuánto haces deporte?

TABLA DE FRECUENCIA				
1	1	1	2	1
3	3	1	3	1
2	2	2	1	1
1	2	1	1	3

Todos los dias	11
Solo los fines de semana	5
De manera ocacional	4

MEDIA	1.65
MODA	1
DESV.EST	0.813

Fuente: Elaboración propia.

ANALISIS: Podemos determinar que el grupo de encuestados que son seguidores de nuestra marca son personas que hacen deporte todos los días, esto nos puede indicar que son posibles compradores.

3. ¿Cuánto tiempo duras haciendo la actividad física?

TABLA DE FRECUENCIA				
2	3	1	3	3
3	3	3	1	2
2	2	3	2	3
2	3	3	3	1

Media hora		3
1 hora		6
2 horas o mas		11
MEDIA	2.4	
MODA	3	
DESV.EST	0.754	

Fuente: Elaboración propia.

ANALISIS: EN ESTA PREGUNTA PODEMOS ANALIZAR QUE TENEMOS UN GRUPO AMPLIO DEPORTITAS QUE NOS SIGUEN EN NUESTRA RED SOCIAL, Y ESTOS PUEDEN SER POTENCIALES CLIENTES.

4.¿Utilizas vestuario apropiado para tu actividad física?

Tabla de frecuencia

1	1	1	1	1
1	1	1	2	1
1	2	1	1	1
1	1	2	1	1

SI	17
NO	3
MEDIA	1.15
MODA	1
DESV.EST	0.3663475

Fuente: Elaboración propia.

ANALISIS: LA MAYORIA DE NUESTROS ENCUESTADOS TIENEN EL VESTUARIO APROPIADO PARA REALIZAR SU ACTIVIDAD FISICA.

5.Que prioridad tienes al comprar la ropa de hacer deporte

TABLA DE FRECUENCIA				
1	3	1	2	3
1	3	3	1	1
2	1	3	1	3
3	1	3	3	1

Comodidad	9
Diseños Unicos	2
Bajos precios	9
MEDIA	2
MODA	1
DESV.EST	0.973

Fuente: Elaboración propia.

ANALISIS: NUESTROS ENCUESTADOS TIENEN COMO PRIORIDAD LA COMODIDAD Y LOS BAJOS PRECIOS AL REALIZAR LA COMPRA DE LA ROPA PARA LA REALIZACION DE SU DEPORTE.

6. ¿Si el producto es de buena calidad, pero tiene un precio alto lo comprarías?

TABLA DE FRECUENCIA				
3	3	1	2	3
1	3	3	1	3
2	1	3	1	3
3	3	3	3	3

Si		5
No		2
Lo pensaria		13
MEDIA	2.4	
MODA	3	
DESV.EST	0.883	

Fuente: Elaboración propia.

ANALISIS: MAS DE LA MITAD DE NUESTROS ENCUESTADOS SE PENSARIA COMPRAR EL PRODUCTO DE ALTA CALIDAD A UN PRECIO ALTO.

7. Cuando has realizado compras con nosotros estas satisfecho con el producto

Tabla de frecuencia

1	1	1	1	1
1	1	1	2	1
1	1	1	1	1
1	1	2	1	1

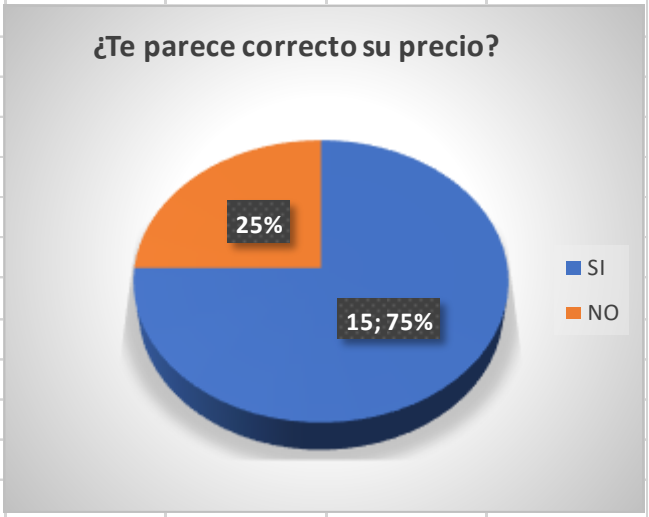
SI	18
NO	2
MEDIA	1.1
MODA	1
DESV.EST	0.308

Fuente: Elaboración propia.

ANALISIS: LA MAYORIA DE NUESTROS ENCUESTADOS DICEN QUE HAN REALIZADO COMPRAS CON NOSOTROS Y HAN QUEDADO SATISFECHOS.

8. ¿Te parece correcto su precio?

			Tabla de frecuencia				
			1	1	2	1	1
			2	1	1	2	1
			1	1	1	1	2
			1	1	2	1	1
SI	15						
NO	5						
MEDIA	1.25						
MODA	1						
DESV.EST	0.444						



Fuente: Elaboración propia.

ANALISIS: A MAS DE LA MITAD DE NUESTROS ENCUESTADOS LES PARECIO CORRECTO EL PRECIO QUE MANEJAMOS EN NUESTRAS PRENDAS.

9. ¿Qué opinión tienes de atención esta tienda virtual?

TABLA DE FRECUENCIA				
1	1	1	2	1
1	1	1	1	1
2	1	1	1	1
1	1	1	1	1

Muy buena		18
Regular		2
Mala		0
MEDIA	1.1	
MODA	1	
DESV.EST	0.308	

Fuente: Elaboración propia.

ANALISIS:LA MAYORIA DE NUESTROS ENCUESTADOS TIENE UNA BUENA OPINIO DE NUESTRA ATENCION EN LA TIENDA VIRTUAL.

10. ¿Qué te parece el packing de nuestros ropa deportiva?

TABLA DE FRECUENCIA				
1	3	1	2	1
1	1	1	1	1
2	1	1	1	1
1	1	1	1	1

Bueno porque puedo reu	17
Regular eligiria otro tipo d	2
No me gusta	1
MEDIA	1.2
MODA	1
DESV.EST	0.523

Fuente: Elaboración propia.

ANALISIS: A UNA GRAN CANTIDAD DE NUESTROS ENCUESTADOS LES GUSTA NUESTRO PACKING PORQUE LO PUEDEN REUTILIZAR ADEMAS DE SER MUY BONITO.

11. ¿Qué ropa compras más en nuestra tienda?

Tabla de frecuencia

1	1	2	1	2
2	1	2	2	1
1	2	1	2	2
1	1	2	2	1

Linea ciclist	10
Linea sport	10
MEDIA	1.5
MODA	1
DESV.EST	0.513

Fuente: Elaboración propia.

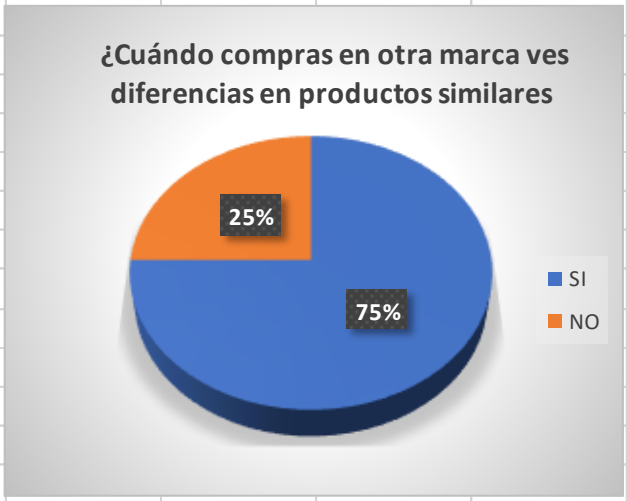
ANALISIS: NUESTROS ENCUESTADOS ESTAN DIVIDOS LA MITAD COMPRA NUESTRA LINEA CICLISTICA Y LA OTRA MITAD LA SPORT.

12. ¿Cuándo compras en otra marca ves diferencias en productos similares

Tabla de frecuencia

1	1	2	1	2
2	1	1	1	1
1	1	1	2	2
1	1	1	1	1

SI	15
NO	5
MEDIA	1.25
MODA	1
DESV.EST	0.444



Fuente: Elaboración propia.

ANALISIS: UNA MAYORIA DE NUESTROS ENCUESTADOS VEN DIFERENCIAS EN NUESTROS PRODUCTOS.

13. ¿Nos recomendarías a tus amigos?

Tabla de frecuencia

1	1	1	1	1
2	1	1	1	1
1	1	1	2	2
1	1	1	1	1

SI	17
NO	3
MEDIA	1.15
MODA	1
DESV.EST	0.366

Fuente: Elaboración propia.

ANALISIS: LA MAYORIA DE NUESTROS ENCUESTADOS NOS RECOMENDARIA CON SUS AMIGOS.

14. Qué tan probable es que vuelvas a comprar uno de nuestros productos

TABLA DE FRECUENCIA				
1	3	1	2	1
1	1	1	1	1
2	1	1	1	1
1	1	1	1	1

Muy probable		17
Algo probable		2
Poco probable		1
MEDIA	1.2	
MODA	1	
DESV.EST	0.523	

Fuente: Elaboración propia.

ANALISIS: LA MAYORIA DE NUESTROS ENCUESTADOS VOLVERIAN A COMPRAR NUESTROS PRODUCTOS.

LECCIONES APRENDIDAS Y RECOMENDACIONES

Ganamos entendimiento de nuestro mercado, validando nuestro producto con información útil, positiva e identificado las buenas prácticas del uso de las redes sociales, en marketing digital.

Identificado las lecciones aprendidas podemos definir nuestros factores de éxito, analizar la eficacia, la eficiencia y sostenibilidad de nuestra marca, para mejorar nuestras decisiones futuras.

La validación de nuestro producto con encuestas, entrevistas, foros etc, es una muy buena alternativa ya que la clave es hacerlo es una etapa muy temprana de nuestro producto y con esta validación nos evitaremos posibles fracasos rotundos.

Intentar ponerse en los zapatos de prospecto cliente para siempre estar en sintonía con nuestro negocio y que las cosas fluyan fácilmente.

Recordar que la validación de nuestro negocio es constante ya que el mercado siempre es variable y los potenciales clientes siempre están actualizándose.

BIBLIOGRAFIA Y ANEXOS

Escobar, P y Bilbao, J. (2020). Investigación y Educación Superior. 2da Edición. Editorial LULU. Colombia

dinero. (2017). Así va la competencia en el mercado de ropa deportiva en Colombia. Dinero.

Ministerio. (s.f.). facilitacion del comercio y defensa comercial. mincit.gov.co.

online, i. (2012). Leyes basicas que debe conocer todo emprendedor.

QuestionPro (2020) análisis de datos de https://www.questionpro.com/es/analisis-de-datos.html

QuestionPro (2020) Datos cuantitativos de https://www.questionpro.com/es/datos-cuantitativos.html

Imágenes del brochure

[Fotografías] de Cultura bike @mf_sport13 (2020) feed Instagram. Colombia, El cerrito Valle

ANEXOS

Autor: María Fernanda Paz

Autor: María Fernanda Paz

Autor: María Fernanda Paz

Autor: María Fernanda Paz