

PROYECTO OPCIÓN DE GRADO I

STEPHANY ACERO REYES
MARIA CAMILA FARFAN DIAZ

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR – CUN
OPCIÓN DE GRADO
BOGOTA, DC.
2017

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	3
1. JUSTIFICACIÓN	4
1. DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACION DE CLIENTES	5
2.1 IDENTIFICACIÓN DE LAS NECESIDADES DEL STAKEHOLDERS	5
2.2 IDENTIFICACIÓN DE BENEFICIOS Y EXPECTATIVAS	6
1.3 IDENTIFICACIÓN DE SOLUCIONES ACTUALES	7
2.4 ANÁLISIS DE INCONFORMIDADES, FRUSTRACIONES Y LIMITACIONES	8
2.5 MERCADO	9
3. VALIDACIÓN DEL MERCADO	9
3.1 ENTREVISTA	9
3.2 ANÁLISIS DE RESULTADOS	10
4. MATRIZ ESTRATEGICA	16
5.1 IDENTIDAD ESTRATÉGICA	16
5.2 FUTURO PREFERIDO	16
5.3 OBJETIVO GENERAL	16
5.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	16
5.5 VALORES	17
5.6 ANALISIS DE PESTEL	18
5.7 ANÁLISIS DE PORTER	19

INTRODUCCIÓN

Hoy en día son muchas las personas que van a los gimnasios, ya sea por vanidad, por salud, o por diversión, muchas de estas personas son mujeres, por lo tanto van al gimnasio en busca de resultados positivos en su cuerpo como reducir tallas, tonificar algunas partes del cuerpo entre otras, muchas de estas mujeres que asisten al gimnasio hacen uso de algunos complementos con los que sienten que aceleran los resultados para mejorar su cuerpo, otros para sentirse protegidas y evitar cualquier tipo de lesión y algunos solo para verse bien a la hora de hacer ejercicio, sin embargo ahí surge la necesidad con la que nosotros deseamos acabar esta necesidad es la de obtener un solo producto en el que se encuentren varios de los complementos que usan las mujeres.

Cuando hablamos de los complementos que usan las mujeres en el gimnasio podemos observar que aunque cada uno cumple con su respectiva función no cubren una necesidad por completo esta necesidad es la de comodidad total es decir en todos los sentidos, las mujeres ya no tendrían que ocupar espacio cargando cinturones para alzar peso, ni ocupar molestas e incómodas fajas en su cuerpo que pueden lastimar a la hora de ejercitarse, ni tener que ponerse primero la faja y luego la blusa deportiva una por una, esto quita tiempo y espacio en sus maletas, mientras que si hubiese un producto que no ocupara espacio, no generará incomodidad, genera seguridad y tranquilidad para ejercitarse esta necesidad estuviese cubierta y ahí es donde entra nuestro producto, intentado cubrir esta necesidad.

1. JUSTIFICACIÓN

La principal justificación de la elaboración de la blusa deportiva multifuncional es el impacto medioambiental positivo que se genera como consecuencia de la optimización de las materias primas que son útiles en función de diferentes actividades que en otras circunstancias demandarían una mayor cantidad de materiales. En segunda medida se optimiza económicamente la actividad gracias a que es más accesible adquirir un solo producto que adquirir varios y a su multifuncionalidad.

En cuanto a lo social, algunas mujeres hacen ejercicio para verse bien, otras que simplemente lo hacen por salud y por llevar una vida saludable, este producto sirve para todo tipo de mujer, es decir, no solo sirve para que las personas se vean mejor, sino que también ayuda en muchas situaciones, como a corregir la postura, evita lesiones, genera comodidad.

Básicamente este producto busca optimizar recursos, no solo de nuestros clientes si no también los nuestros a la hora de poner en pie este proyecto.

1. DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACION DE CLIENTES

2.1 IDENTIFICACIÓN DE LAS NECESIDADES DEL STAKEHOLDERS

Las siguientes son las posibles hipótesis halladas en cuanto a las necesidades que tienen las mujeres por cubrir a la hora de asistir al gimnasio.

Las necesidades actuales que demanda el mercado de mujeres deportivas

1. La seguridad, las mujeres que realizan algún tipo de deporte ya sea en gimnasio o fuera de él no están totalmente a salvo de lesionarse o causarse algún tipo de problema en su cuerpo ya que, aunque hacer deporte es sano, se deben tener ciertas precauciones a la hora de realizar cualquier tipo de deporte debido a que se puede tener una lesión por realizar mal algún ejercicio, las personas quienes realizan deporte siempre son propensas a tener alguna lesión en su cuerpo
2. La comodidad, es una de las necesidades que más insatisfecha está actualmente en el mercado ya que cuando las mujeres realizan algún tipo de actividad y usan productos que según el mercado les ayudará en su ejercicio como las fajas, la ropa deportiva, los correctores de postura entre otros, en realidad todos los anteriores productos causan algún tipo de incomodidad, una de las principales es que son estorbosos y causan molestia a la hora de usarlos o simplemente al cargarlos de un lugar a otro.
3. Eficacia, la eficacia es otra de las necesidades que se pueden identificar actualmente en los productos deportivos que usan las mujeres, no a todas las mujeres les funcionan las fajas, no ha todas les corrige su postura un corrector de

postura y no todas se sienten completamente atractivas a la hora de salir a la calle rumbo a realizar su deporte con sus trajes deportivos.

2.2 IDENTIFICACIÓN DE BENEFICIOS Y EXPECTATIVAS

A continuación, mostramos las posibles hipótesis encontradas en cuanto a los beneficios y las expectativas que buscan las mujeres que van al gimnasio a la hora de ejercitarse.

1. Cuando se habla de seguridad a la hora de hacer deporte, se refiere a que la mujer quien es la principal beneficiaria en este caso, se sienta segura haciendo sus ejercicios, pero no se habla de la seguridad dentro del gimnasio con las máquinas, se refiere a seguridad en su cuerpo es decir a que no vaya a obtener alguna clase de lesión en su cuerpo especialmente en su abdomen ya que puede causar una hernia, por lo tanto se espera que un producto logre evitar completamente estas clase de lesiones.
2. Cuando se habla de comodidad se quiere hacer referencia a el hecho de que por vanidad y querer mejorar por medio de productos complementarios al ejercicio el cuerpo de una mujer, no se debe correr en riesgo de molestarte o estresarse cargando cualquier tipo de producto de un lado a otro, y tampoco debe ser algo incómodo y molesto al estarse usando en el cuerpo, más bien debe ser algo que de seguridad, comodidad, que no sean notorios y haga sentir a las mujeres completamente atractivas llevando estos productos en el cuerpo.
3. Al hablar de eficacia se quiere dar a entender que, aunque en el mercado se encuentren actualmente varios productos complementarios los cuales se pueden

usar para cuidar el cuerpo, por seguridad, para moldear, o para verse bien, muchos de estos no logran cumplir las funciones para las que se supone están hechos, así que se desea encontrar un producto completamente eficaz que brinde, comodidad, seguridad, y haga sentir a las mujeres especiales y atractivas ante los ojos de los demás.

1.3 IDENTIFICACIÓN DE SOLUCIONES ACTUALES

Las soluciones encontradas para cubrir cada necesidad y expectativa anteriormente mencionada no son más que posibles hipótesis que hemos hallado conforme a las necesidades y beneficios anteriormente planteados

1. **cinturón para alzar peso:** sin embargo aunque el producto funciona en su totalidad y cubre esta necesidad de sentirse seguros a la hora de ejercitarse y protegidos de que durante el ejercicio se genere alguna lesión no logra cubrir la necesidad de comodidad a la hora de cargar este producto ya que es algo espacioso, su costo sin embargo no genera gran incomodidad ya que se puede conseguir en el mercado alrededor de unos \$60.000 pesos sin embargo eso dependiendo de la marca del producto o tienda en donde se consiga.
2. **Fajas:** hay diferentes tipos de fajas y todas como objetivo principal tienen el de moldear de forma fácil el cuerpo, pero, muchas de ellas generar incomodidad o molestia, y no generar muchas veces los resultados que se desean sin embargo a la hora de ejercitarse con una faja se puede hallar un punto a favor y es que corrige la postura y evita algunas lesiones que pueden causarse en la espalda al igual que lo hacen los cinturones de alzar peso, sin embargo no cubren por completo esa

necesidad de comodidad durante el ejercicio ya que muchas son muy apretadas y no permiten desarrollar bien los ejercicios y otras causan que la persona sude bastante y se sienta incómoda con la faja en su cuerpo, su costo en el mercado varía bastante desde las más económicas que cuestan alrededor de \$60.000 hasta las más caras que pueden llegar hasta \$300.000 muchas veces logrando el mismo resultado que las más económicas.

3. **Blusa deportiva:** también están las conocidas y casuales blusas deportivas, que son normalmente usadas por las chicas en los gimnasios es una simple blusa, diseñada en una tela que evita transpiración en exceso ya que cuenta con corriente de aire que hacen que el cuerpo se ventile y evite sudar, sin embargo no cubren ninguna necesidad más que la de sentirse bien a la hora de ejercitarse, su costo en el mercado viene desde precios tan económicos como \$20.000 pesos hasta de \$200.000 pesos sin embargo como en todo depende de la marca, del diseño, de la tela, y de la tienda donde se consiga la prenda.

2.4 ANÁLISIS DE INCONFORMIDADES, FRUSTRACIONES Y LIMITACIONES

1. Cinturón de alzar peso: la principal inconformidad de este producto es la incomodidad a la hora de cargarlo ya que ocupa espacio y al llevarlo puesto muchas veces también causa molestia, sin embargo, es uno de los productos más usados para evitar todo tipo de lesiones en el abdomen por la realización de ejercicios que demanden demasiada fuerza.
2. La faja: la principal inconformidad es que es muy molesta de usar ya que causa bastante inconformidad en la mujer al llevarla puesta, muchas mujeres no toleran ni 30 minutos con una faja en su abdomen ya que la forma de comprimir de las

fajas muchas veces es muy fuerte y lastima el abdomen, también está la inconformidad porque no se sabe si realmente funciona y se pueden obtener resultados, respecto a esta incógnita no hay una respuesta clara una sin embargo la mayoría opina negativamente hacia la eficacia de las fajas

3. Las blusas deportivas: muy comunes y muy usadas por las mujeres deportistas, las inconformidades principales es que muchas veces no ayudan a marcar la figura o no logran hacer lucir bella a la mujer que la usa, o simplemente que es solo una blusa y no causa un gran impacto.

2.5 MERCADO

Para realizar la segmentación del mercado nos basamos en las mujeres que asisten a gimnasios, en todas aquellas que usan complementos para el gimnasio y en las que desean suplir necesidades como la comodidad, la seguridad, y el sentirse bien a la hora de realizar deporte, nos podemos dar cuenta que la mayoría de mujeres que asisten a los gimnasios según una encuesta realizada por la empresa de estudios de mercado Napoleón Franco, las edades en las que más van al gimnasio las mujeres es después de los 30 años aproximadamente, sin embargo aunque en menor proporción también desde los 20 años en adelante.

3. VALIDACIÓN DEL MERCADO

3.1 ENTREVISTA

1. ¿Cuándo va al gimnasio se siente inseguro de alguna lesión por practicar algún ejercicio?
2. ¿Se siente incómodo respecto a la ropa deportiva que usa?
3. ¿Cuándo va al gimnasio desea sentirse cómoda y segura con la ropa que usa al hacer ejercicio?
4. ¿Siente que debería acompañar su rutina de ejercicios con alguna prenda de vestir que le brinde comodidad y seguridad?
5. ¿Qué productos deportivos complementarios usa para hacer ejercicio?
 - Faja
 - Cinturón para alzar peso
 - Blusas deportivas
 - Blusa-faja
 - Corrector de postura
 - Otro, ¿cuál?
6. ¿Qué tan cómoda y segura se siente con este complemento que usa?
7. ¿Tiene algún problema o inconformidad al usar su producto?
8. ¿Qué siente que le falta al producto para que se acomode a todas sus necesidades?

3.2 ANÁLISIS DE RESULTADOS

Pregunta 1

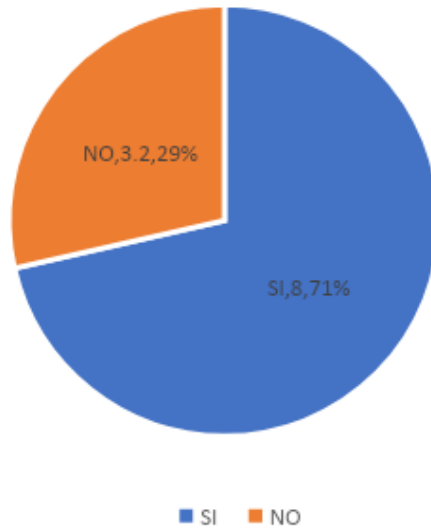
¿Se siente inseguro de una lesión a la hora de practicar algún ejercicio?	16 personas SI se sienten inseguras	4 personas NO se sienten inseguras
---	-------------------------------------	------------------------------------



PREGUNTA 2

¿se siente cómodo respecto a la ropa deportiva que usa?	12 personas no se sienten cómodas	8 personas si se sienten cómodas
---	-----------------------------------	----------------------------------

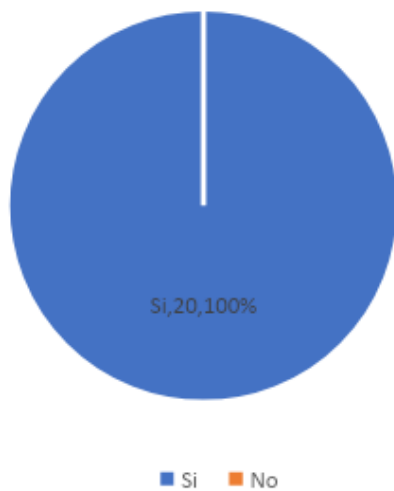
2. ¿Se siente cómodo respecto a la ropa deportiva que usa?



PREGUNTA 3

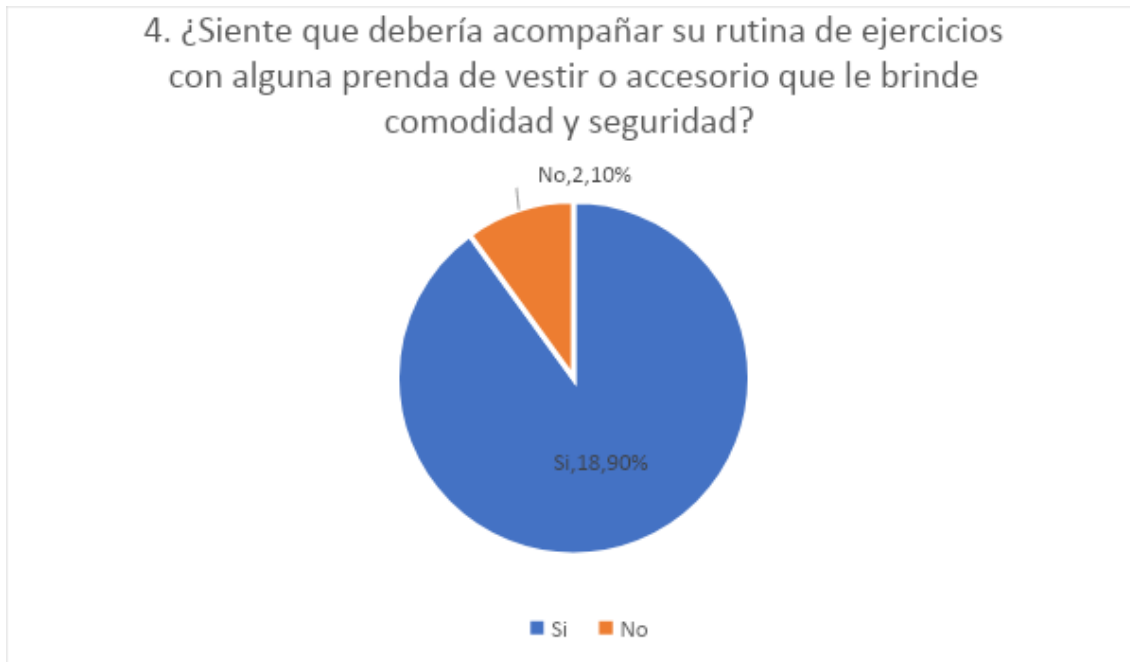
¿Cuándo va al gimnasio desea sentirse cómoda y segura al ejercitarse?	20 personas opinan que SI	0 opinan que no
---	---------------------------	-----------------

3. ¿Cuándo va al gimnasio desea sentirse cómoda y segura al ejercitarse?



PREGUNTA 4

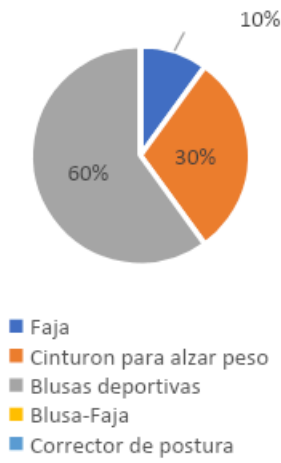
¿siente que debería acompañar su rutina de ejercicios con alguna prenda de vestir o accesorio que le brinde comodidad y seguridad?	17 personas opinan que si	3 personas opinan que no
--	---------------------------	--------------------------



PREGUNTA 5

¿Qué productos complementarios usa para hacer ejercicio?	12 personas dijeron que blusas deportivas	6 personas dijeron que usaban faja	2 personas dijeron cinturón para alzar peso
--	---	------------------------------------	---

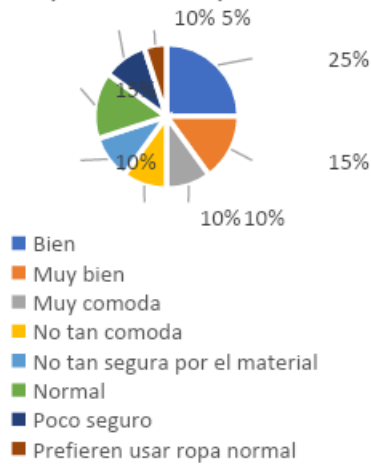
5. ¿Qué productos complementarios usa para hacer ejercicio?



PREGUNTA 6

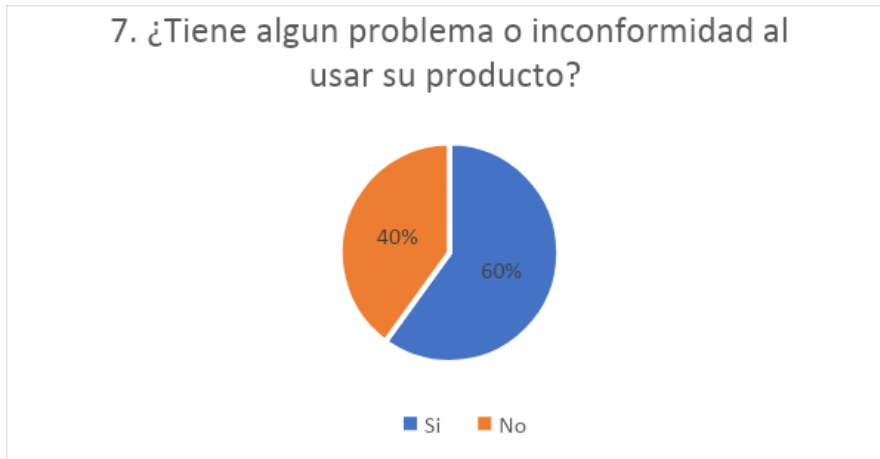
¿Qué tan cómoda y segura se siente con este complemento que usa?	10 personas dijeron que se sentían muy cómodas y a gusto con su producto	10 personas dijeron que no se sentían cómodas con su producto, por comodidad, seguridad, diseño y material
--	--	--

6. ¿Qué tan cómoda y segura se siente con este complemento que usa?



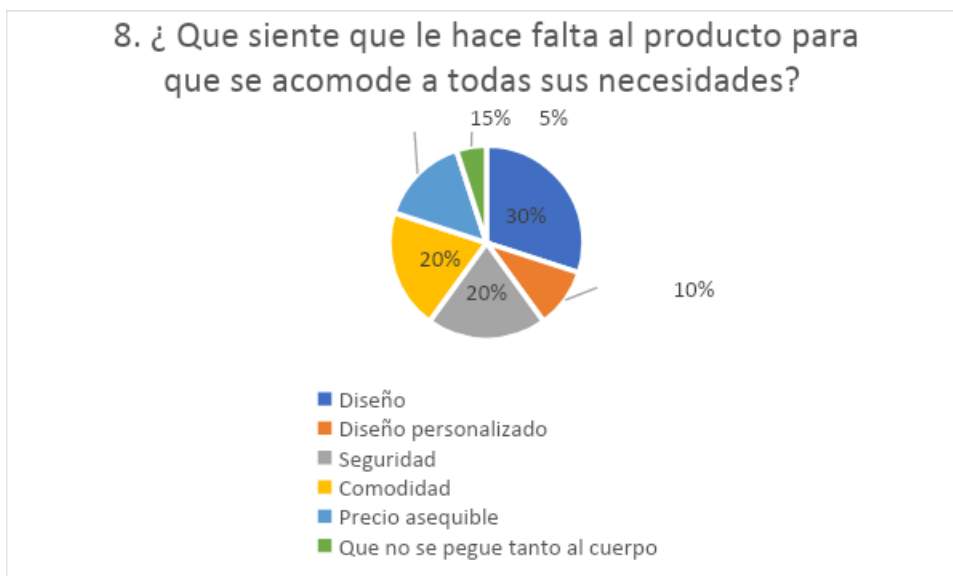
PREGUNTA 7

¿Tiene algún problema o inconformidad al usar su producto?	12 personas dijeron que no	8 personas dijeron que si
--	----------------------------	---------------------------



PREGUNTA 8

¿Qué siente que le hace falta al producto para que se acomode a todas sus necesidades?	13 personas dijeron que les gustaría más diseño, seguridad, diseños personalizados, que no sea tan pegada al cuerpo, precios más asequibles	7 personas dijeron que no le cambiarían nada a su producto de preferencia
--	---	---



4. MATRIZ ESTRATEGICA

5.1 IDENTIDAD ESTRATÉGICA

Nuestra empresa está dedicada a la fabricación y comercialización de blusas deportivas multifuncionales, estamos comprometidos con las mujeres que se dediquen a una actividad deportiva en su vida cotidiana, brindando con nuestro producto comodidad y seguridad.

5.2 FUTURO PREFERIDO

Nuestra proyección para el año 2021 es llevar nuestro producto por todo el territorio nacional, extendernos en todo el mercado deportivo con más ideas innovadoras y también brindar nuestro producto al género masculino.

5.3 OBJETIVO GENERAL

Con las mejoras que le damos a varios productos, crear uno que cubra todas las necesidades de nuestros clientes, implementando ideas innovadoras, multifuncionales para generar menores costos en nuestra producción sin descuidar la calidad y el diseño exclusivo por el que queremos que nos conozcan.

5.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Área comercial	Suministrar informes mensuales en los cuales se expliquen los movimientos de la actividad comercial de la empresa y así relacionarla con la actividad productiva para proporcionar mejores resultados en las dos áreas.
Área financiera	Organizar un presupuesto realista, que claramente describe por lo que la compañía va a pasar en el siguiente periodo para el cual se presupuesta

Área de marketing	Analizar y estudiar las posibilidades publicitarias que puede tener la empresa para realizar la comercialización de un producto o incluso darse a conocer como empresa.
Área de producción	Realizar modelos innovadores y de alta calidad, con base en estudios de mercado y análisis del mercado, para así proporcionar satisfacción a cada uno de nuestros clientes.
Área de recursos humanos	Motivar a cada uno de nuestros trabajadores para que realicen un trabajo limpio y de calidad demostrando que son empleados con valores, que hacen parte de esta compañía y que son parte funcional y necesaria para el desarrollo de nuestra actividad

5.5 VALORES

Honestidad: Ser totalmente honestos con nuestros clientes, en cuanto a productos, calidad, etc. Pero también internamente con las personas que vayan a trabajar con nosotros

Integridad: La integridad en una empresa es muy importante porque hay que ser transparentes no solo con nuestros clientes sino con nuestro grupo de trabajo, mostrarnos tal y como somos, no hacer promesas falsas, ahí está el éxito de los negocios.

Respeto: El respeto que se debe tener hacia las demás personas como nuestros trabajadores, clientes y demás personas con las que tengamos relaciones interpersonales.

Responsabilidad: Ser responsables con todos los procesos administrativos que se hagan dentro de la compañía, cumplir con todas las obligaciones que tengamos interna y externamente.

5.6 ANALISIS DE PESTEL

ANÁLISIS	SITUACIÓN
Político	Haciendo el análisis, los factores políticos podrían afectar en parte la rentabilidad de una empresa, cuando rigen políticas económicas que no brinden estabilidad, entre otras cosas, uno de los factores en contra es que para una empresa iniciar en un país como Colombia no es de mucha ayuda ya que una gran parte de la utilidad debe ser dada a impuestos tributarios por ley, en caso de que necesitemos importar algún producto los costos de una importación son altos y aunque se agregan al precio de venta del producto tampoco convendría venderlo a un precio tan alto.
Económico	Cuando no hay una estabilidad económica en el país donde se encuentre la empresa, es difícil que pueda surgir y dar la rentabilidad esperada, debido al poco empleo y los salarios bajos, se debe tener en cuenta la inflación del país ya que de eso más que nada depende nuestra empresa debido a que si la inflación es alta y el salario bajo, los clientes deberán cubrir otras necesidades dejando de últimas la vanidad, que es básicamente de lo que depende nuestra empresa
Social	El grado de formación y la calidad de vida de la sociedad influyen mucho en el consumo, ya que cuando no hay educación o formación las personas tienden a tener una calidad de vida baja y esto por supuesto puede afectar a una empresa, sin embargo demográficamente se tiene que en Bogotá un 16 % de las mujeres asisten al gimnasio y este porcentaje sería nuestro cliente directo, también principalmente se desea cambiar el estilo de vida social que llevan en Bogotá muchas mujeres y con esto se desea avivar a que las mujeres tengan una vida más activa, y esto conlleva a sentirse bien físicamente y es donde entra nuestro producto.
Tecnológico	La tecnología va evolucionando cada vez más, este puede ser un factor de riesgo si no se aplican todas las variables que puedan surgir dentro de la compañía, así que siempre hay que actualizarse y tener ideas innovadoras.
Ecológico	La parte ecológica en una compañía es muy importante ya que, así como generamos beneficios propios y para nuestros clientes, también hay que cuidar nuestro entorno, creando políticas y estrategias medioambientales dentro de la empresa, y actuando de manera ejemplar para nuestros empleados y clientes, se debe también tener en cuenta que en nuestra empresa no se ataca en ningún momento al medio ambiente ni a cualquier ley que cuide del mismo.
Legal	Nuestra compañía siempre se va a regir por las normas en las que se desarrolle nuestra actividad económica, también toda la parte de legislación laboral con los empleados, legalmente se planea regirnos por las leyes que dicta código sustantivo del trabajo principalmente ya que lo que hace que una empresa crezca son los empleados y la buena relación y trato con ellos, también se tendrán en cuenta el código de comercio ya que al realizar nuestra actividad es necesario estar familiarizados con este.

5.7 ANÁLISIS DE PORTER

Amenaza de productos entrantes

debido a que nosotros somos un producto nuevo en el mercado se debe estudiar a los ya existentes para saber como mejorar o superar con nuestro producto, aun no consideramos que tengamos un competidor potencial y directo sin embargo hay una posibilidad de encontrar pequeños competidores que aunque no tienen el mismo producto pueden convencer a nuestros posibles clientes de que compren su producto.

El poder de negociación en los compradores

consideramos que nuestros clientes tienen un poder de negociación alto en cuanto a que en el mercado se encuentran ya productos que cumplen funciones similares al nuestro, aunque ninguno se compara a nuestro producto la gente podría por medios de productos diferentes complementar los resultados que brinda nuestro producto.

Rivalidad entre los competidores

Actualmente no se encuentra un alto nivel de rivalidad ya que el producto se está dando a conocer hasta ahora siendo innovador y se creería que único en el mercado, sin embargo, se debe estar preparados para en un futuro conocer la posible rivalidad con las demás marcas.

el poder de negociación de los proveedores

No consideramos que haya un alto nivel de negociación con los proveedores ya que no se tiene facilidad de obtener los insumos necesarios y de alta calidad que se necesitan para nuestros productos, ya que en el mercado no se encuentran fácil los proveedores necesarios.

Amenaza de productos sustitutos

Un gran número de sustitutos están disponibles en el mercado, las fajas, las blusas deportivas, correctores de postura, cinturones de fuerza entre otros, sin embargo, para protegerse de estas empresas nuestra marca posee un producto único en el mercado que intenta cubrir todas las necesidades de una mujer deportista logrando su objetivo la gran mayoría de veces.