94535 - JOSE ALBADAN

PROYECTO	
Nombre :	JOSE ALBADAN
Institucion :	Centro de comercio y servicios (SENA - Tolima)
Subsector :	Confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel
Ciudad :	Ibagué(Tolima)
Recursos solicitados al fondo (SMLV):	76
Fecha de Creación :	02/05/2024 3:55:17 p. m.
Sumario :	Diseño, confección y comercialización de prendas de vestir para damas de tallas grandes

I. ¿Quién es el Protagonista?

1. Describa el perfil de su cliente, junto a su localización. Justifique las razones de su elección:

Cliente	Perfil	Localización	Justificación
Mujeres ejecutivas y profesionales de 30 a 60 años de la ciudad de Ibagué	El perfil del cliente y mercado objetivo son las Mujeres ejecutivas y profesionales de 30 años de la ciudad de Ibagué laboralmente activas, con ingresos superiores a 3 salarios mínimos, las cuales tiene sobrepeso. Este segmento de mercado busca prendas de alta costura que reflejen su éxito profesional y les brinden comodidad durante su jornada laboral. De acuerdo al DANE en Ibagué hay 281.372 mujeres, de las cuales el 60% está en el rango de edad de 30 a 60 años correspondiente a 168.832 mujeres. El 56% de las mujeres tienen sobrepeso indicando un mercado potencial de 94.540 mujeres, de las cuales el 33% corresponden a clase media y alta de acuerdo al DANE por sus ingresos con 31.198 mujeres. Jose Albadan define un nicho de mercado mediante el estudio de oferta y demanda, donde el 76% manifestó intención de compra lo cual corresponde a 23.710 mujeres de la ciudad de Ibagué. Jose Albadan abarcara el 5% de su nicho correspondiente a 1.185 mujeres para el primer año de funcionamiento.	La localización del perfil del cliente que son las mujeres ejecutivas y profesionales de 30 a 60 años, es la ciudad de Ibagué en el departamento del Tolima. Estos clientes se encuentran principalmente en zonas estratégicas de la ciudad como: Centro de la Ciudad: El centro de Ibagué es un área clave, donde se concentran muchas empresas, instituciones gubernamentales y oficinas comerciales. Estas mujeres trabajan en edificios de oficinas ubicados en el centro de la ciudad, lo que les facilita el acceso a las tiendas de moda durante su hora del almuerzo o después del trabajo. Además, las reuniones de negocios y eventos profesionales suelen llevarse a cabo en esta área, lo que aumenta la visibilidad de la marca Jose Albadan entre estas mujeres ejecutivas. Barrios Residenciales de Clase Alta: Las mujeres profesionales y ejecutivas con ingresos superiores tienden a residir en barrios residenciales de clase alta. Zonas Comerciales y Empresariales	La justificación de selección de este perfil de cliente corresponde a diferentes razones: Demanda Identificada y Potencial: La talla grande es un segmento en auge, pero desatendida de la industria de la confección. se ha identificado que un segmento significativo de mujeres en Ibagué, específicamente aquellas que son ejecutivas y profesionales, tienen sobrepeso y buscan prendas de alta costura que satisfagan sus necesidades tanto de estilo como de comodidad. Este análisis también indica que hay un mercado potencial considerable, con un alto porcentaje de mujeres dentro de este segmento que manifiestan una intención de compra. Poder Adquisitivo: las mujeres estan dispuestas a invertir en prendas de alta calidad que satisfagan sus necesidades y expectativas de estilo y comodidad. Nicho de Mercado Definido Potencial de Crecimiento Sostenido: el mercado objetivo seleccionado presenta un potencial de crecimiento sostenido a medida que Jose Albadan establece su presencia y reputación

¿Su proyecto tiene perfiles diferentes de clientes y consumidores? **NO**

2. ¿Cuáles son las necesidades que usted espera satisfacer de sus potenciales clientes / consumidores?

Cliente:

Las necesidades que espero satisfacer de los potenciales clientes / consumidores son:

PROBLEMÁTICA

La falta de oferta de prendas de alta costura diseñadas específicamente para mujeres ejecutivas y profesionales con sobrepeso en la ciudad de Ibagué.

Causas

Escasez de Oferta: La mayoría de las marcas de moda en Ibagué no ofrecen una variedad suficiente de prendas de alta costura adaptadas a mujeres con sobrepeso, lo que limita las opciones disponibles para este segmento de mercado.

Falta de Atención al Segmento de Mercado: Las marcas existentes pueden no estar prestando suficiente atención a las necesidades y preferencias de las mujeres ejecutivas y profesionales con sobrepeso, lo que resulta en una falta de productos diseñados específicamente para ellas.

Estereotipos de Belleza: Los estereotipos de belleza predominantes pueden influir en la falta de atención a este segmento de mercado por parte de las marcas de moda, lo que resulta en una subrepresentación de las mujeres con sobrepeso en la industria de la moda.

Consecuencias

Limitación de Opciones: Las mujeres ejecutivas y profesionales con sobrepeso en Ibagué tienen opciones limitadas cuando se trata de prendas de alta costura que se adapten a sus cuerpos y reflejen su éxito profesional, lo que puede afectar su confianza y comodidad en el entorno laboral.

Insatisfacción del Cliente: La falta de oferta adecuada puede llevar a la insatisfacción del cliente entre las mujeres con sobrepeso que buscan prendas de alta calidad y diseño, lo que puede resultar en una pérdida de clientes potenciales para las marcas de moda existentes.

Perpetuación de Estereotipos: La falta de atención a este segmento de mercado puede perpetuar los estereotipos de belleza y contribuir a la exclusión de las mujeres con sobrepeso en la industria de la moda, lo que afecta negativamente su autoestima y autoimagen.

NECESIDADES A SATISFACER

Para abordar el problema central de la falta de oferta de prendas de alta costura diseñadas para mujeres ejecutivas y profesionales con sobrepeso en la ciudad de Ibagué, es importante identificar las necesidades específicas que se deben satisfacer:

Necesidad de Comodidad: Las mujeres ejecutivas y profesionales con sobrepeso necesitan prendas que les brinden comodidad durante su jornada laboral activa. Esto implica la necesidad de telas de alta calidad y diseños que se ajusten a su cuerpo de manera cómoda y favorecedora.

Necesidad de Estilo Profesional: Estas mujeres buscan prendas de alta costura que reflejen su éxito profesional y les permitan destacarse en el entorno laboral. Necesitan opciones de moda elegantes y sofisticadas que se adapten a su estilo de vida profesional.

Necesidad de Adaptabilidad: Dado que tienen cuerpos con sobrepeso, estas mujeres necesitan prendas que se ajusten adecuadamente a su figura y les brinden confianza. La adaptabilidad en el diseño y la confección de las prendas es crucial para satisfacer esta necesidad.

Necesidad de Exclusividad: Las mujeres ejecutivas y profesionales con sobrepeso buscan prendas únicas y exclusivas que les permitan destacarse y expresar su estilo personal. Necesitan opciones de moda que no solo se ajusten a sus cuerpos, sino que también reflejen su individualidad y buen gusto.

Necesidad de Empoderamiento: Al tener éxito en sus carreras profesionales, estas mujeres buscan prendas que les den confianza y las hagan sentir empoderadas. Necesitan opciones de moda que las hagan sentir seguras y seguras de sí mismas mientras avanzan en sus actividades laborales y sociales.

Las necesidades a satisfacer para este segmento de mercado incluyen comodidad, estilo profesional, adaptabilidad, exclusividad y empoderamiento. Al abordar estas necesidades de manera efectiva, las marcas de moda pueden captar la atención y lealtad de las mujeres ejecutivas y profesionales con sobrepeso en la ciudad de Ibagué.

De acuerdo a la Jobs tobe done se identifican diferentes necesidades o trabajos que tiene el cliente:

NECESIDADES FUNCIONALES A SATISFACER

Ropa cómoda y funcional para la jornada laboral: Necesitan prendas que les permitan moverse libremente y sentirse cómodas durante largas horas de trabajo.

Ajuste y adaptabilidad: Buscan prendas que se ajusten adecuadamente a su figura, proporcionando comodidad y una apariencia favorecedora.

Durabilidad y calidad: Necesitan prendas duraderas y de alta calidad que puedan resistir el uso diario y el lavado frecuente.

Variedad de opciones de estilo: Buscan una variedad de estilos y diseños que se adapten a diferentes ambientes laborales y ocasiones profesionales.

NECESIDDES EMOCIONALES A SATISFACER

Confianza y empoderamiento: Quieren prendas que les hagan sentir seguras y empoderadas en su entorno laboral, reflejando su éxito profesional.

Autoestima y bienestar: Buscan prendas que les hagan sentirse bien consigo mismas, aumentando su autoestima y confianza en su apariencia.

Sensación de exclusividad: Desean prendas exclusivas y de alta calidad que les hagan sentir especiales y únicas entre sus colegas y en su círculo social.

NECESIDADES SOCIALES A SATISFACER

Pertenencia y aceptación: Quieren prendas que les ayuden a encajar en su entorno laboral y profesional, sintiéndose parte de su comunidad laboral.

Reconocimiento y respeto: Buscan prendas que les ayuden a proyectar una imagen profesional y respetable, ganando reconocimiento por su estilo y buen gusto entre sus pares.

Interacción y conexión: Desean prendas que les permitan conectarse con otros profesionales, generando conversaciones y relaciones sociales positivas en su entorno laboral y más allá.

Al satisfacer estas necesidades funcionales, emocionales y sociales, las marcas de moda pueden crear productos y experiencias que resuenen profundamente con las mujeres ejecutivas y profesionales con sobrepeso en Ibagué, generando lealtad y satisfacción a largo plazo.

PERFIL del CONSUMIDOR

El perfil del consumidor para Jose Albadan, dirigido a mujeres ejecutivas y profesionales de 30 A 60 años en la ciudad de Ibagué, es:

Demográfico:

Edad: Mujeres de 30 años en adelante.

Estado Civil: Puede variar, desde solteras hasta casadas o con familia.

Ocupación: Ejecutivas y profesionales laboralmente activas, ocupando cargos de responsabilidad en empresas o instituciones.

Nivel Socioeconómico: Clase media y alta, con ingresos superiores a 3 salarios mínimos.

Psicográfico:

Estilo de Vida: Vidas ocupadas y activas, equilibrando su vida profesional con compromisos sociales y personales.

Valores: Valoran el éxito profesional, la independencia y la autoconfianza. Buscan prendas que reflejen su posición y logros en el ámbito laboral.

Intereses: Interesadas en la moda y las últimas tendencias, pero priorizan la calidad y la comodidad sobre la moda efímera.

Necesidades: Buscan prendas que les brinden comodidad y confianza durante su jornada laboral, sin sacrificar el estilo y la elegancia.

Físico:

Peso: Mujeres con sobrepeso, lo que indica una necesidad especifica de prendas de alta costura que se ajusten a su figura de manera favorecedora y cómoda.

Talla: Varía según las necesidades individuales de cada cliente, pero en general, prendas en tallas grandes o especiales.

Comportamiento de Compra:

Frecuencia de Compra: Pueden ser compradoras frecuentes de prendas de alta calidad, especialmente aquellas que satisfacen sus necesidades específicas.

Canal de Compra: Pueden preferir tiendas físicas donde puedan probarse las prendas antes de comprarlas, pero también pueden estar abiertas a la compra en línea si se les ofrece una experiencia de compra conveniente y personalizada.

Factores de Decisión: Valorarán la calidad, el diseño, la comodidad y la exclusividad al tomar decisiones de compra. Además, es probable que confíen en marcas que entiendan y atiendan sus necesidades únicas.

El perfil del consumidor para Jose Albadan se caracteriza por mujeres ejecutivas y profesionales activas, con sobrepeso, que valoran la calidad, la comodidad y la exclusividad en su vestimenta. Estas mujeres representan un segmento de mercado especifico con necesidades y preferencias únicas, lo que ofrece a Jose Albadan la oportunidad de satisfacer estas demandas con prendas de alta costura diseñadas especialmente para ellas.

TENDENCIAS DEL MERCADO DE CLIENTES Y CONSUMIDORES

Tendencias de acuerdo al comportamiento de compra y las preferencias de los consumidores del mercado de mujeres ejecutivas y profesionales con sobrepeso en la ciudad de Ibagué:

Inclusión y Diversidad en la Moda: Existe una creciente demanda por parte de los consumidores de ver más inclusión y diversidad en la industria de la moda. Las marcas que ofrecen una variedad de tallas, diseños adaptados a diferentes tipos de cuerpo y campañas que reflejan la diversidad de sus clientes están ganando popularidad y lealtad entre los consumidores.

Sostenibilidad y Responsabilidad Social: Los consumidores están cada vez más conscientes del impacto ambiental y social de sus decisiones de compra. Las marcas que adoptan prácticas sostenibles, como el uso de materiales reciclados y la producción ética, están siendo valoradas positivamente por los consumidores, especialmente entre los segmentos más jóvenes.

Compras en Línea y Experiencia Omnicanal: La pandemia ha acelerado la tendencia hacia las compras en línea, y los consumidores ahora esperan experiencias omnicanal que les permitan comprar de manera conveniente tanto en tiendas físicas como en línea. Las marcas que ofrecen una experiencia de compra integrada y coherente a través de múltiples canales están ganando ventaja competitiva.

Personalización y Experiencia del Cliente: Los consumidores valoran cada vez más las experiencias personalizadas y adaptadas a sus necesidades individuales. Las marcas que utilizan tecnologías como la inteligencia artificial y el análisis de datos para ofrecer recomendaciones de productos personalizadas y servicios adaptados están generando lealtad y aumentando la satisfacción del cliente.

Bienestar y Autocuidado: En un mundo cada vez más estresante, los consumidores están priorizando el bienestar y el autocuidado. Las marcas que ofrecen productos y servicios que promueven el bienestar físico, mental y emocional están viendo un crecimiento en la demanda, especialmente entre los segmentos de consumidores conscientes de la salud.

Al adaptarse a estas tendencias del mercado y satisfacer las necesidades cambiantes de los consumidores, las marcas pueden mantenerse relevantes y competitivas en el mercado de mujeres ejecutivas y profesionales con sobrepeso en la ciudad de Ibagué.

II. ¿Existe Oportunidad en el Mercado?

3. Describa la tendencia de crecimiento del mercado en el que se encuentra su negocio

A continuación, se describe la tendencia de crecimiento del mercado en el que se encuentra el negocio:

Las tendencias de crecimiento del mercado de confección para mujeres de tallas grandes están experimentando un crecimiento significativo a nivel internacional, nacional, regional y local debido a varios factores:

Tendencia de crecimiento del mercado Internacional:

Cambio en la Percepción de la Belleza: A nivel internacional, hay un cambio en la percepción de la belleza, con un movimiento hacia la aceptación del cuerpo en todas sus formas y tamaños. Esto ha llevado a un aumento en la demanda de moda inclusiva que abarque una amplia gama de tallas.

Aumento de la Conciencia de la Salud: La conciencia sobre la salud y el bienestar está creciendo en todo el mundo, lo que ha llevado a una mayor aceptación y demanda de ropa que se adapte a una variedad de cuerpos, incluidos los de tallas grandes.

Tendencia de crecimiento del mercado Nacional:

Crecimiento de la Población con Sobrepeso: En muchos países, incluyendo a nivel nacional, ha habido un aumento en la población con sobrepeso y obesidad. Esto ha creado una demanda creciente de moda para mujeres de tallas grandes.

Cambio en las Preferencias de Estilo: Las mujeres están optando por ropa que no solo sea cómoda, sino también moderna y elegante. Esto ha llevado a un aumento en la oferta de moda de tallas grandes que sigue las últimas tendencias de diseño y estilo.

Tendencia de crecimiento del mercado Regional:

Crecimiento Económico: En regiones donde hay un crecimiento económico sólido, como en ciudades importantes o áreas metropolitanas, hay una mayor demanda de moda de tallas grandes debido al aumento del poder adquisitivo y la disposición a gastar en prendas de calidad.

Diversidad Cultural: Las regiones con una diversidad cultural significativa pueden tener una demanda más amplia de moda de tallas grandes que refleje una variedad de estilos y preferencias culturales.

Tendencia de crecimiento del mercado Local:

Cambio en las Preferencias Demográficas: A nivel local, en ciudades como Ibagué, puede haber un cambio en las preferencias demográficas hacia la moda inclusiva que atienda las necesidades de las mujeres de tallas grandes que buscan prendas de alta calidad y diseño.

Influencia de la Industria de la Moda Local: La presencia de diseñadores locales y marcas de moda que se centran en la inclusividad puede influir en el crecimiento del mercado de confección para mujeres de tallas grandes a nivel local, al crear una oferta diversa y adaptada a las necesidades locales.

El mercado de confección para mujeres de tallas grandes está experimentando un crecimiento significativo a nivel internacional, nacional, regional y local debido a factores como el cambio en la percepción de la belleza, el aumento de la conciencia sobre la salud, el crecimiento económico y la influencia de la industria de la moda local.

ANÁLISIS del SECTOR TECTIL, CONFEECCIÓN Y MODA

En el primer trimestre de 2023, la industria textil y de confecciones en Colombia experimentó una disminución del 15,5% en su Producto Interno Bruto, con la confección de prendas de vestir y la fabricación de productos textiles siendo las áreas más afectadas, con caídas del 7,5% y el 19,3%, respectivamente. Sin embargo, el mercado de la moda en el país mostró un aumento del 7,16% en el gasto de los hogares en julio, impulsado por un incremento del 8,11% en los precios de los productos.

El crecimiento de la industria textil colombiana, impulsado gracias a factores como su experiencia y tradición, la innovación constante o el compromiso con la sostenibilidad, ha posicionado al país a nivel regional hasta convertirlo en referencia para el diseño, la producción y la distribución de moda y textiles. La industria, que representa el 9,4% del PIB industrial y genera empleos para cerca de 600 mil personas en el país, no solo ha crecido a nivel de cifras, sino que, además, las compañías y los diseñadores locales van a la vanguardia de las tendencias globales, llevando la oferta local, diversa y de primera calidad, a conquistar nuevos mercados y públicos a nivel internacional.

Factores competitivos de la industria textil y de confección colombiana

Innovación y diversificación:La constante búsqueda por la innovación en la industria local se ve reflejada no solo en términos de materias primas, teniendo ejemplos destacados como Fibretex, quienes reciclan basura textil y la convierten en fibra, sino también en incursión digital, con marcas como Offcorss haciendo presencia con una de sus tiendas en el metaverso. Lo anterior va de la mano con la amplia y diversificada oferta, la cual es reconocida a nivel internacional por la calidad en manufactura de textiles, joyería, bisutería, cuero o calzado, entre otros, y por sus diseños vanguardistas que preservan la esencia de la cultura local y muestran avances significativos en materia de funcionalidad, protección contra rayos ultravioleta o secado rápido.

Experiencia y confiabilidad:El país cuenta con una industria consolidada y en crecimiento que tiene más de 100 años de tradición y una extensa red de soporte conformada por aliados de carácter público y privado, con un portafolio compuesto por marcas reconocidas a nivel internacional como Silvia Tcherassi, Olga Piedrahita, Mario Hernández, Flor Amazona, Touché o Nancy González. Además, solo en 2021, y según datos del RUES (Registro Único Empresarial y Social), Colombia contaba con más de 35.000 empresas dedicadas a las confecciones, más de 200 a hilados y más de 7.000 a la producción de textiles. En 2021, más de 1.200 confeccionistas colombianos exportaron prendas a cerca de 100 países.

Locación estratégica y ventaja comercial: La ubicación estratégica del país y sus condiciones favorables para ser plataforma exportadora le permiten, por ejemplo, abastecer la demanda extranjera con tiempos de entrega competitivos, llegando a los principales puertos de América en menos de 3 días y en 12 días a los puertos de Europa gracias a su acceso a 680 puertos a nivel internacional y a contar con más de 4.500 rutas marítimas. Además, que el país tenga en vigencia más de 16 acuerdos comerciales y que su capital sea la segunda ciudad de Latinoamérica con mayor inversión en moda (según datos de la EAE Business School) son, sin lugar a duda, factores competitivos que marcan la diferencia.

Precios competitivos y materias primas de calidad:Los precios de comercialización de la industria colombiana, al igual que los costos de producción, son altamente competitivos y la producción se caracteriza por emplear materias primas de primera calidad y por fusionar las técnicas artesanales con tecnología de punta en sus procesos.

Compromiso con la sostenibilidad: La industria colombiana se ha enfocado en el uso y la optimización consciente de los recursos naturales, produciendo materia prima sostenible que ayude a mitigar el impacto que la producción tradicional tenía sobre el medio ambiente con las altísimas emisiones de dióxido de carbono o el consumo de agua, y apostando por modelos de trabajo

basados en los principios de la economía circular.

ANÁLISIS del SECTOR TECTIL, CONFEECCIÓN Y MODA TALLAS GRANDES

Según reveló un estudio privado encargado por un desarrollador de marcas a Consultmoda, durante los últimos 5 años la venta de prendas de tallas grandes, de la talla 14 en adelante, se ha incrementado en un 21 % en Colombia, con un potencial de crecimiento de hasta un 25 % anual, que no se ha podido alcanzar por falta de oferta.

Desde mediados de la década se inició de manera contundente la revolución de las tallas en Colombia, un país tradicionalmente agobiado por las cirugías estéticas y los reinados de belleza. El país se abrió a la inclusión y vio nacer marcas como Top One, la apuesta del Grupo STF para las tallas grandes, Kinira Swimwear y Chocolate. Recientemente fueron los gigantes Pat Primo y Arkitect, la marca propia del Grupo Éxito, los que se sumaron a la apuesta, con la ampliación de sus curvas hasta la talla 22.

Según el más reciente informe de la Organización Mundial de la Salud (OMS), cerca del 44 % de los colombianos sufre de sobrepeso, mientras el 18 % de la población sufre de obesidad, lo que sugiere que para el final de la década entre un 21 % y un 33 % del total de las ventas de prendas de vestir en Colombia serán de tallas grandes, un mercado que está creciendo hasta 3 veces más rápido que el tradicional.

ARTICULACIÓN CON PLANES DE DESARROLLO

Articulación plan de desarrollo Nacional: Se identifica en las propuestas del plan nacional de desarrollo 2022 - 2026 Colombia Potencia mundial de la vida, apunta a la política para la generación, protección y recuperación del empleo formal, el emprendimiento y la asociatividad. De igual manera se establece el apoyo a emprendimiento relacionados con el procesamiento de alimentos por medio de aplicación de nuevas tecnologías. En el plan de desarrollo nacional se crean los centros de reindustrialización con el fin de apoyar el emprendimiento en el país en diferentes sectores económicos. El emprendimiento es de una mujer donde se articula con la estrategia de inclusión del fondo mujer libre y productiva que busca la formalización y em fortalecimiento empresarial.

Articulación plan de desarrollo Regional: Se identifican las propuestas para el plan de desarrollo del Tolima, 2024 – 2027 con Seguridad en el territorio, donde se plantea la articulación el pilar innovación y emprendimiento y la generación de empleo decente.

Articulación plan de desarrollo Local: El plan de Desarrollo 2024 – 2027 “Ibagué para todos" menciona Articular con las universidades y SENA, el proceso de formación en emprendimiento, para beneficiar a población vulnerable especialmente con enfoque en jóvenes como opción de inmersión a la actividad económica productiva.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Para realizar el análisis del tamaño del mercado y la tendencia de crecimiento se profundizo en la consulta de fuentes de información, secundarias (DANE, documentos y textos especializados), con el fin de identificar el mercado en el ámbito regional. Las principales fuentes de información consultadas fueron:

Fuente de información Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE): El DANE proporciona datos estadísticos sobre la economía y la población a nivel regional y nacional, para comprender el tamaño del mercado y las tendencias demográficas que pueden influir en la demanda de productos para tiendas de café en una determinada región.

Fuente de información Cámaras de Comercio: Las cámaras de comercio locales brindan información sobre empresas y sectores económicos en su área de influencia, proporcionando datos sobre el número de tiendas de café en la región y su actividad comercial.

Fuente de información Informes sectoriales y estudios de mercado: informes especializados y estudios de mercado relacionados con la industria del café y el mercado de productos para tiendas de café. Proporcionan datos sobre el tamaño del mercado, tendencias de consumo, competencia, entre otros aspectos relevantes.

Fuente de información Asociaciones del sector: Las asociaciones relacionadas con la industria del café brindan información valiosa sobre el mercado local, así como sobre tendencias y oportunidades de negocio en la región.

Bibliografía especializada: Libros, artículos y publicaciones académicas sobre temas relacionados con el café, la gastronomía, el comercio minorista y la gestión empresarial brindando información detallada sobre el mercado objetivo y su potencial de crecimiento.

Al consultar estas fuentes de información secundaria, se puede obtener una visión más completa del tamaño del mercado y las tendencias de crecimiento en el ámbito regional, permitiendo tomar decisiones informadas y desarrollar estrategias efectivas para el emprendimiento - negocio.

ANÁLISIS DE OFERTA Y DEMANDA

Análisis de la Oferta:

Variedad de Productos: La oferta de ropa de tallas grandes ha ido creciendo en los últimos años, con una mayor variedad de estilos, diseños y opciones disponibles para las consumidoras. Esto incluye desde prendas básicas hasta prendas de alta costura diseñadas específicamente para mujeres con curvas.

Diseño y Calidad: Las marcas están prestando más atención al diseño y la calidad de la ropa de tallas grandes, reconociendo la importancia de ofrecer prendas que sean tanto elegantes como cómodas. Esto ha llevado a una mejora en los materiales utilizados y en los estándares de fabricación.

Inclusión en las Colecciones de Moda: Muchas marcas de moda han comenzado a incluir líneas de ropa de tallas grandes en sus colecciones principales, lo que demuestra un reconocimiento de

la demanda creciente y la importancia de la inclusión en la industria de la moda.

Análisis de la Demanda:

Cambio en la Percepción de la Belleza: Existe una mayor aceptación de la diversidad de cuerpos y una demanda creciente de moda inclusiva que refleje esta diversidad. Las mujeres están buscando prendas que se adapten a su cuerpo y les hagan sentir seguras y cómodas.

Mayor Conciencia sobre la Salud: La creciente conciencia sobre la importancia de la salud y el bienestar ha llevado a un aumento en la demanda de ropa de tallas grandes, ya que más mujeres buscan prendas que se ajusten a su cuerpo y estilo de vida saludable.

Demanda de Moda Actual y Estilizada: Las mujeres de tallas grandes están demandando más opciones de moda actual y estilizada, no solo prendas básicas. Quieren tener acceso a las últimas tendencias de la moda y a prendas que les permitan expresar su estilo personal.

Necesidad de Comodidad y Versatilidad: La demanda de ropa de tallas grandes también se centra en la comodidad y la versatilidad. Las mujeres buscan prendas que puedan usar en diferentes ocasiones y que les permitan moverse con libertad y confianza.

El análisis de oferta y demanda de ropa de tallas grandes para mujeres muestra un crecimiento en la oferta de productos de calidad y diseño, así como una creciente demanda de moda inclusiva que refleje la diversidad de cuerpos y estilos de vida. Este mercado sigue siendo prometedor y ofrece oportunidades para el desarrollo y la expansión de marcas que sepan satisfacer las necesidades de este segmento de consumidores.

TENDENCIAS DE CONSUMO

Tendencia Inclusión y diversidad: Existe una creciente demanda de marcas y diseñadores que abrazan la diversidad corporal y ofrecen una amplia gama de opciones de ropa de tallas grandes para hombres y mujeres de diferentes formas y tamaños. Los consumidores buscan marcas que promuevan la inclusión y representen una variedad de cuerpos en sus campañas publicitarias y modelos de pasarela.

Tendencia Moda moderna y actualizada: Los consumidores de tallas grandes ya no están dispuestos a conformarse con opciones de moda aburridas o poco favorecedoras. Buscan ropa moderna y actualizada que refleje las últimas tendencias de la moda, incluyendo cortes contemporáneos, estilos vanguardistas y detalles de diseño interesantes.

Tendencia Ajuste y comodidad: El ajuste adecuado y la comodidad son consideraciones clave para los consumidores de tallas grandes. Buscan prendas que se ajusten bien a sus cuerpos y les brinden comodidad durante todo el día, sin restricciones ni molestias. La ropa de tallas grandes debe estar diseñada teniendo en cuenta las proporciones y necesidades específicas de las personas con tallas más grandes.

Tendencia Personalización y opciones adaptadas: Los consumidores buscan opciones de personalización y adaptación a medida para satisfacer sus necesidades individuales. Las marcas que ofrecen opciones de ajuste personalizado, como modificaciones de longitud, ancho o estilo, están ganando popularidad entre los consumidores de tallas grandes.

Tendencia Transparencia y sostenibilidad: Cada vez más consumidores están prestando atención a las prácticas de sostenibilidad y ética de las marcas de moda. Existe una demanda creciente de marcas que adopten prácticas de producción sostenibles y transparentes en la fabricación de ropa de tallas grandes, utilizando materiales ecoamigables y procesos de fabricación éticos.

Tendencia Experiencia de compra omnicanal: Los consumidores esperan una experiencia de compra fluida y conveniente, tanto en línea como en tiendas físicas. Las marcas de ropa de tallas grandes están invirtiendo en plataformas de comercio electrónico robustas y en tiendas físicas bien ubicadas y diseñadas para ofrecer una experiencia de compra satisfactoria.

TÁCTICA – ESTRATEGIAS PARA AFRONTAR BARRERAS DE ENTRADA

Diferenciación de producto y marca: Una táctica efectiva es diferenciar la marca y los productos de la empresa. Esto puede implicar ofrecer diseños únicos, estilos modernos y materiales de alta calidad que no se encuentren fácilmente en otras marcas. Además, la empresa puede enfocarse en promover valores como la inclusión, la diversidad y la autoexpresión para diferenciarse de la competencia.

Estrategia de precios competitivos: Para atraer a los consumidores y competir con otras marcas establecidas en el mercado, la empresa puede implementar una estrategia de precios competitivos. Esto podría incluir ofrecer precios más bajos que los competidores directos, o proporcionar un mayor valor percibido a través de promociones, descuentos o programas de fidelización.

Canales de distribución amplios: Ampliar los canales de distribución es crucial para aumentar la accesibilidad de los productos de la empresa. Además de vender a través de tiendas físicas, la empresa puede expandir su presencia en línea mediante la creación de una tienda en línea robusta y la participación en plataformas de comercio electrónico populares. También puede considerar asociaciones con minoristas establecidos o participar en eventos de moda y ferias comerciales para llegar a un público más amplio.

Marketing y promoción efectivos: Una estrategia de marketing sólida es fundamental para generar conciencia de marca y atraer clientes potenciales. Esto puede incluir campañas publicitarias dirigidas a personas con tallas grandes a través de medios tradicionales y digitales, colaboraciones con influencers o personalidades relevantes en el ámbito de la moda y la inclusión, y el uso estratégico de las redes sociales para interactuar con los clientes y promover los productos de la empresa.

Servicio al cliente excepcional: Ofrecer un servicio al cliente excepcional puede marcar la diferencia para la empresa. Esto incluye proporcionar asesoramiento personalizado sobre las necesidades de los clientes, ofrecer políticas de devolución flexibles y responder rápidamente a las consultas y preocupaciones de los clientes.

Innovación continua: La empresa debe estar constantemente innovando y adaptándose a las necesidades cambiantes del mercado. Esto puede incluir el desarrollo de nuevos productos, la mejora de los procesos de fabricación para aumentar la eficiencia y la reducción de los tiempos de entrega de los productos.

TAMAÑO DEL MERCADO Y TENDENCIA DE CRECIMIENTO

Datos de investigación de mercado: Se pueden utilizar informes de investigación de mercado de empresas especializadas en la industria de la moda para obtener datos sobre el tamaño del mercado de ropa de tallas grandes y las tendencias de crecimiento. Estos informes suelen incluir análisis de mercado, cifras de ventas, tendencias de consumo y proyecciones futuras.

Análisis de la industria: Se puede realizar un análisis de la industria para identificar factores clave que afectan el tamaño del mercado y las tendencias de crecimiento. Esto incluye el análisis de la competencia, el comportamiento del consumidor, las tendencias de la moda, los avances tecnológicos y los cambios en la demografía de los consumidores.

Datos de ventas y tendencias del consumidor: Se pueden analizar datos de ventas y tendencias del consumidor de empresas dentro de la industria de la moda de tallas grandes para obtener una comprensión más clara del tamaño del mercado y las tendencias de crecimiento. Esto puede incluir datos de ventas internas, encuestas de clientes y análisis de redes sociales.

Estudios de tendencias de la moda: Los estudios de tendencias de la moda pueden proporcionar información valiosa sobre las preferencias y comportamientos de compra de los consumidores en la industria de la moda de tallas grandes. Esto incluye el análisis de estilos, colores, diseños y materiales populares entre los consumidores.

Factores macroeconómicos: Los factores macroeconómicos, como el crecimiento económico, el nivel de empleo, los cambios en el poder adquisitivo y las tendencias demográficas, pueden afectar el tamaño del mercado y las tendencias de crecimiento en la industria de la moda de tallas grandes.

BARRERAS DE ENTRADA AL MERCADO

Economías de escala: Las empresas establecidas en la industria de la moda de tallas grandes pueden beneficiarse de economías de escala al producir en grandes volúmenes, lo que les permite reducir los costos unitarios de producción. Las nuevas empresas pueden encontrar difícil competir con estas empresas debido a sus ventajas en costos.

Reconocimiento de marca: Las marcas establecidas en la industria de la moda de tallas grandes ya han construido una base de clientes leales y tienen un reconocimiento de marca sólido. Entrar en el mercado y competir con estas marcas puede ser desafiante para nuevas empresas que carecen de reconocimiento de marca y reputación.

Distribución y canales de venta: Las empresas establecidas pueden tener relaciones sólidas con minoristas, lo que les proporciona acceso a una amplia red de distribución. Para nuevas empresas, establecer relaciones con minoristas y desarrollar una red de distribución eficaz puede llevar tiempo y recursos significativos.

Costos de entrada: Los altos costos de entrada, que incluyen la inversión en infraestructura de producción, diseño de productos, marketing y publicidad, pueden actuar como una barrera para nuevas empresas que desean ingresar al mercado de la moda de tallas grandes.

Requisitos de cumplimiento y regulación: Las empresas en la industria de la moda de tallas grandes pueden enfrentar requisitos regulatorios y de cumplimiento específicos relacionados con la producción de ropa, incluidos estándares de seguridad, regulaciones laborales y normativas medioambientales. Cumplir con estos requisitos puede ser costoso y complejo para nuevas empresas.

Tecnología y capacidad de innovación: Las empresas establecidas pueden tener acceso a tecnología avanzada y recursos de investigación y desarrollo que les permiten innovar y desarrollar nuevos productos de manera más eficiente. Las nuevas empresas pueden enfrentar dificultades para competir en términos de innovación y capacidad tecnológica.

4. Realice un análisis de la competencia, alrededor de los criterios* más relevantes para su negocio:

Nombre	Localización	Productos y Servicios (Atributos)	Precios	Logistica de Distribución	Otro, ¿Cuál?
Competencia directa: paginas comercializadoras de ropa por internet	Las marcas competidoras que venden ropa online pueden tener presencia a nivel nacional e internacional. La localización de sus centros de distribución y almacenes puede variar, pero su enfoque principal es llegar a una amplia base de clientes a través de plataformas de comercio electrónico accesibles desde cualquier ubicación.	Las marcas de ropa para mujeres de tallas grandes ofrecen una variedad de productos que incluyen prendas de vestir, como blusas, pantalones, vestidos, faldas, entre otros. Además, pueden ofrecer servicios como guías de tallas detalladas, devoluciones gratuitas y asistencia al cliente en línea para ayudar a los clientes a encontrar el ajuste adecuado y responder a sus preguntas sobre productos.	El análisis de precios puede variar según la marca y su posicionamiento en el mercado. Algunas marcas pueden ofrecer precios más accesibles, mientras que otras pueden posicionarse como marcas de lujo con precios más altos. Sin embargo, en el mercado de ropa para mujeres de tallas grandes, las marcas que ofrecen una buena relación calidad-precio suelen ser más competitivas.	Las marcas de ropa vendidas online para mujeres de tallas grandes deben contar con una sólida infraestructura logística para garantizar entregas rápidas y confiables a sus clientes. Esto puede incluir acuerdos con empresas de transporte para la entrega de paquetes, así como centros de distribución estratégicamente ubicados para optimizar los tiempos de envío.	Ventajas: Accesibilidad: Las marcas de ropa online ofrecen acceso conveniente a una amplia variedad de productos desde cualquier ubicación. Variedad de productos: Los clientes tienen acceso a una amplia gama de estilos, tallas y opciones de moda. Comodidad: Los clientes pueden realizar compras desde la comodidad de sus hogares en cualquier momento del día. Desventajas: No se puede probar antes de comprar: Uno de los principales desafíos de comprar ropa online es que los clientes no pueden probarse las prendas antes de comprarlas, lo que puede llevar a devoluciones. Problemas de ajuste: En el caso de la ropa para mujeres de tallas grandes, encontrar el ajuste adecuado puede ser más complicado, lo que aumenta el riesgo de devoluciones y

					descontento del cliente. Competencia intensa: El mercado de la ropa online es altamente competitivo, lo que puede dificultar que las marcas se destaquen entre la multitud y capturen la atención de los clientes.
Competencia directa: TODO PARA GORDITOS	Localización: Todo para Gorditos tiene su sede nacional en Bogotá, y sus productos están disponibles en puntos de venta ubicados en diferentes centros comerciales de la ciudad. Esta estratégica ubicación permite que la marca sea accesible para clientes de la capital y sus alrededores.	Productos: La empresa ofrece una amplia gama de productos diseñados específicamente para personas con tallas grandes, incluyendo jeans, camisas, camisetas, bermudas y ropa interior.	Rango de precios: Los precios de los productos varían según el tipo de prenda y la calidad de los materiales utilizados. Sin embargo, los precios suelen ser competitivos y accesibles para el mercado objetivo.	Logística de distribución: La distribución de productos se realiza a través de puntos de venta ubicados en centros comerciales, lo que facilita el acceso de los clientes a los productos. Además, la empresa puede ofrecer servicios de entrega a domicilio para clientes que prefieren esta opción.	clientes con tallas grandes. Colores elegidos: Los clientes tienen la opción de elegir entre una variedad de colores para sus prendas, lo que les brinda más opciones para expresar su estilo personal. Existen prendas a la moda: La empresa ofrece prendas que siguen las últimas tendencias de la moda, lo que permite a los clientes mantenerse al día con las últimas tendencias. Desventajas: Tiempo de entrega: El tiempo de entrega puede ser un factor limitante para algunos clientes que desean recibir sus productos de manera más rápida. Los clientes que compran en línea no pueden medirse las prendas: Los clientes que compran en línea pueden enfrentar dificultades para determinar el ajuste y el tamaño correctos de las prendas sin poder probárselas antes. Los cambios son demorados
Competidor directo con posición dominante en el mercado ARTURO CALLE	Localización: Arturo Calle tiene dos tiendas físicas en Ibague, ubicadas en el Centro Comercial La Estación y en el Centro Comercial Multicentro. Estas ubicaciones estratégicas le proporcionan una presencia prominente en áreas clave de la ciudad, asegurando una alta visibilidad y accesibilidad para los clientes locales y visitantes.	Productos: La oferta de productos de Arturo Calle incluye una amplia variedad de prendas de vestir, como jeans, camisas, bermudas, pantalones y joggers. Esta gama de productos cubre las necesidades de vestimenta casual para hombres de diferentes estilos y preferencias.	Rango de precios: Los precios de Arturo Calle varían según el tipo de producto, con jeans a $146.000, camisas a $98.900, bermudas a $64.900, pantalones a $129.900 y joggers a $140.000. Estos precios reflejan la posición de la marca en el segmento de gama media-alta.	Logística de distribución: La marca cuenta con dos tiendas físicas en Ibague, así como una tienda virtual que ofrece ventas en línea. Esta combinación de canales de distribución garantiza una amplia cobertura y acceso para los clientes, tanto en el ámbito local como nacional e internacional.Mercado objetivo: El mercado objetivo de Arturo Calle son hombres jóvenes y adultos que buscan prendas de vestir casuales con colores juveniles y un estilo moderno. La marca se dirige a clientes que valoran la calidad, el estilo y la comodidad en	Ventajas: Colores juveniles: Arturo Calle ofrece una amplia gama de colores juveniles y vibrantes en sus prendas, lo que atrae a un público más joven y moderno. Ubicación estratégica: Sus tiendas están estratégicamente ubicadas en centros comerciales prominentes, lo que facilita el acceso y la visibilidad para los clientes. Prendas casuales: La marca se especializa en prendas de vestir casuales, lo que la hace atractiva para aquellos que buscan un estilo informal y cómodo. Desventajas: Poca variedad de diseños: Arturo Calle gama limitada de diseños, lo que puede afectar la capacidad de la marca para satisfacer las diversas preferencias de estilo de sus clientes. Tallaje

				su vestimenta diaria, y que están dispuestos a pagar precios ligeramente más altos por productos de alta calidad y diseño atractivo.	superior hasta la 3X: La limitación en el tallaje superior puede excluir a algunos consumidores que requieren tallas más grandes. Tallaje posterior hasta la 44: Similarmente, el tallaje posterior hasta la talla 44 puede dejar fuera a clientes que necesitan tallas más grandes. Precios superiores
Competidor Directo: almacenes de cadena: EXITO, OLIMPICA, METRO	Localización: Los almacenes de cadena como Éxito, Metro y Olímpica tienen una presencia nacional, con múltiples ubicaciones en diversas ciudades y regiones de Colombia. Sus tiendas suelen estar estratégicamente ubicadas en áreas de alto tráfico y densidad poblacional para garantizar la accesibilidad y comodidad para los clientes.	Productos: Estos almacenes de cadena ofrecen una amplia variedad de productos, incluyendo ropa, alimentos, artículos para el hogar, productos de belleza y más. En el caso específico de las camisas y polos, suelen ofrecer opciones básicas y funcionales para satisfacer las necesidades del consumidor promedio.	Rango de precios: El rango de precios en los almacenes de cadena puede variar según la marca, la calidad y el tipo de producto. En este caso, las camisas se ofrecen a $90.000 y los polos a $80.000, lo que sugiere que están en el segmento de precios medio-alto dentro del mercado de ropa.	Logística de distribución: Estos almacenes de cadena cuentan con una sofisticada logística de distribución para garantizar un suministro constante de productos a sus numerosas tiendas en todo el país. Utilizan centros de distribución regionales y nacionales para coordinar la entrega eficiente de productos desde los proveedores hasta las tiendas. Mercado objetivo: El mercado objetivo de los almacenes de cadena como Éxito, Metro y Olímpica son consumidores de todas las edades y estratos socioeconómicos que buscan conveniencia, variedad y precios competitivos en sus compras diarias. Estos clientes valoran la accesibilidad, el reconocimiento de marca y la relación calidad-precio al elegir dónde realizar sus compras.	Ventajas: Ubicación estratégica: Las tiendas están ubicadas en lugares de fácil acceso y en áreas de alto tráfico, lo que facilita que los clientes accedan a sus productos. Reconocimiento del lugar: Los almacenes de cadena gozan de un alto reconocimiento de marca y confianza por parte de los consumidores, lo que les proporciona una ventaja competitiva en el mercado. Desventajas: Pocas prendas: A pesar de ofrecer una amplia variedad de productos, es posible que la selección de ropa en estos almacenes sea limitada en comparación con tiendas especializadas. Colores básicos: Los colores y diseños de las prendas pueden ser más convencionales y básicos, lo que podría no satisfacer las necesidades de los consumidores que buscan opciones más modernas y variadas. Limitación de tallas: Pueden existir limitaciones en la disponibilidad de tallas, lo que puede afectar la capacidad de los consumidores para encontrar prendas que se ajusten adecuadamente a sus medidas.
Competidor directo: TEMPLO DE	Localización: Templo de la Moda se encuentra ubicado en Ibague, en la Cra 3 #12-85. Esta ubicación céntrica le brinda	Productos: La oferta de productos de Templo de la Moda se centra principalmente en jeans y camisas. Aunque la selección de productos es	Rango de precios: Los precios de Templo de la Moda son relativamente bajos en comparación con otros competidores. Por ejemplo, los jeans se venden a	Logística de distribución: La marca opera a través de una tienda directa, lo que significa que los productos se venden directamente desde su ubicación física en Ibague. Esto simplifica la logistica de distribución al eliminar intermediarios y garantizar un control directo	Variedad de prendas: A pesar de tener una selección limitada, la marca ofrece una variedad de prendas esenciales como jeans y camisas. Ubicación estratégica de la tienda: Estar ubicado en una zona céntrica de la ciudad permite una mayor visibilidad y acceso para los clientes. Desventajas: Mala calidad de las prendas: La calidad de las prendas puede ser una desventaja para Templo de la Moda,

LA MODA	una presencia destacada en la ciudad, lo que facilita el acceso a los clientes locales y visitantes.	limitada en comparación con otros competidores, la marca busca ofrecer opciones básicas y esenciales para el vestuario diario.	$90.000 y las camisas a $56.900, lo que los hace accesibles para un segmento de mercado que busca opciones económicas.	sobre el proceso de venta. Mercado objetivo: El mercado objetivo de Templo de la Moda son personas que buscan opciones económicas en su vestimenta diaria. Esto puede incluir consumidores de todas las edades que valoran la accesibilidad y el precio sobre otros factores como la calidad y el diseño.	ya que los consumidores pueden preferir invertir en productos de mayor durabilidad y calidad. Telas inapropiadas que aceleran la sudoración: La elección de telas inapropiadas puede resultar incómoda para los clientes, especialmente en climas cálidos donde la sudoración es un problema. Mala ubicación de los productos dentro de la tienda: Una mala disposición de los productoS
Competidor indirecto JOHN PAOLO	Localización: Av 15 No 3-78 Interior 1 Cra 3 #14A-07 John Paolo cuenta con dos ubicaciones en Ibague, lo que le proporciona una presencia física en áreas estratégicas de la ciudad. Esto le permite llegar a una mayor cantidad de clientes y aumentar su visibilidad en el mercado local. Productos:	oductos: Jean Pantalón de dril Bermuda Camisas Camisetas La variedad de productos ofrecidos por John Paolo cubre una amplia gama de necesidades de vestimenta, desde jeans hasta camisetas, lo que puede atraer a diferentes segmentos de clientes con diferentes preferencias de estilo. La logística de distribución de la competencia, que implica la venta directa en almacenes, abarca el conjunto de procesos y actividades necesarios para gestionar de manera eficiente la recepción, almacenamiento y distribución de los productos desde los centros de producción o proveedores hasta los puntos de venta físicos. Esto incluye la gestión de inventario, el almacenamiento adecuado de los productos, la planificación y ejecución de rutas de distribución, la gestión de pedidos y la atención al cliente en los almacenes, todo con el objetivo de asegurar una entrega oportuna y precisa de los productos a los consumidores finales, maximizando así la satisfacción del cliente y la eficiencia operativa.	Rango de precios: $140.000 $120.000 $80.000 $75.000 $80.000 El análisis de precios de ropa de gama media alta revela una variedad de factores que influyen en la fijación de precios dentro de este segmento del mercado. Las marcas que ofrecen productos en esta categoría tienden a posicionar sus artículos en un rango de precios que refleja una combinación de calidad, diseño y prestigio de la marca. Los precios pueden variar considerablemente según el tipo de producto, los materiales utilizados, el país de fabricación y la exclusividad del diseño.	Mercado objetivo: El mercado objetivo de John Paolo son hombres y mujeres de todas las edades que buscan prendas de vestir casuales y cómodas para su uso diario. La marca esta enfocada en consumidores que valoran la comodidad y la accesibilidad en su ropa, pero también buscan un estilo moderno y versátil.	Ventajas: Ubicación estratégica: Estar ubicado en áreas céntricas de la ciudad le otorga una ventaja competitiva al aumentar la accesibilidad y visibilidad de la marca para los consumidores locales. Reconocimiento de marca: Si John Paolo tiene un reconocimiento de marca sólido, puede atraer a clientes leales y generar confianza entre los consumidores. Buena visibilidad de los productos: La ubicación estratégica de sus tiendas puede garantizar una buena exposición de sus productos, lo que puede ayudar a atraer a más clientes. Desventajas: Mala calidad: Si la calidad de los productos no es adecuada, esto puede afectar negativamente la percepción de la marca entre los consumidores y llevar a una disminución de la lealtad de la marca. Diseños no acordes a la ciudad y las temperaturas: Si los diseños de los productos no son apropiados para el clima y el estilo de vida de la ciudad, esto puede limitar su atractivo para los consumidores locales. Poca variedad por cada prenda
				Logística de distribución: La distribución de productos en talleres y sastres generalmente	Ventajas: Medida requerida por el cliente: La principal ventaja de los talleres y sastres es la posibilidad de obtener prendas confeccionadas a medida, lo que garantiza un ajuste perfecto y personalizado. Diseño requerido:

Competidor Indirecto: TALLERES Y SASTRES DE LA CIUDAD	Localización: Los talleres y sastres se encuentran ubicados en diferentes sectores de Ibague. Pueden estar dispersos por toda la ciudad, adaptándose a la demanda y preferencias de los clientes en diferentes áreas y vecindarios.	Productos: Los talleres y sastres ofrecen una variedad de productos que incluyen camisas, camisetas, bermudas y ropa interior. Estos productos suelen ser confeccionados a medida y pueden personalizarse según las preferencias del cliente en términos de diseño, tejidos y colores.	Rango de precios: Los precios de los productos confeccionados por talleres y sastres pueden variar dependiendo del tipo de prenda, la calidad de los materiales utilizados y el nivel de personalización requerido. En este caso, las camisas se ofrecen a $100.000, las camisetas a $90.000, las bermudas a $80.000 y la ropa interior a $40.000.	implica una interacción directa con el cliente. Los clientes suelen visitar el taller o establecer comunicación con el sastre para discutir sus necesidades y preferencias. La entrega de los productos suele ser realizada por el mismo taller o sastre, una vez que la prenda ha sido confeccionada. Mercado objetivo: El mercado objetivo de talleres y sastres son personas que buscan prendas de vestir personalizadas y de alta calidad. Estos clientes valoran la exclusividad, la calidad y el ajuste perfecto de sus prendas, y están dispuestos a pagar un precio más alto por estos servicios.	Los clientes tienen la libertad de solicitar diseños específicos, lo que les permite obtener prendas únicas y personalizadas. Colores elegidos: La disponibilidad de una amplia gama de telas permite a los clientes elegir los colores que desean para sus prendas, lo que les brinda mayor flexibilidad y opciones de estilo. Desventajas: Tiempo de entrega: La confección a medida puede llevar más tiempo que la compra de prendas listas para usar, lo que puede resultar en tiempos de espera más largos para los clientes. Disponibilidad de los colores solo de las telas en la ciudad: La disponibilidad de colores puede estar limitada por las telas disponibles en la ciudad, lo que puede restringir las opciones de color para los clientes.
Patprimo - Competidor directo	Localización: tiene cuatro tiendas físicas en Ibague, ubicadas en el Centro, centro Comercial La Estación y en el Centro Comercial Multicentro. Estas ubicaciones estratégicas le proporcionan una presencia prominente en áreas clave de la ciudad, asegurando una alta visibilidad y accesibilidad para los clientes locales y visitantes.	Los productos y servicios de patprimo están enfocados en las mujeres de tallas grandes, donde se encuentran vestidos, conjuntos, blusas, pantalones y faldas. El estilo de sus productos es tradicional y formal, Son prendas con telas frescas y de calidad. Los colores que manejan son tradicionales. Manejan tallas hasta la Numero 24.	El rango de precios que manejan son entre los $ 80.000 y $250.000 Son productos costosos. s probable que estos productos sean de buena calidad y estén diseñados para ser asequibles para una amplia gama de clientes.	Logística de Distribución: Compra directa en dos tiendas. Entregas a domicilio y ventas por página web con comercio electrónico Mercado objetivo del competidor: El mercado objetivo del competidor parece ser hombres y mujeres adultos que buscan prendas de vestir cómodas y casuales en una variedad de tallas, incluidas las tallas grandes. La marca se dirige a consumidores que valoran la comodidad, la accesibilidad y la calidad en sus compras de moda. Competidor dominante en el mercado: El competidor parece ser dominante en el mercado debido a su reconocimiento de marca, ubicaciones estratégicas y capacidad para ofrecer una amplia variedad de productos en diferentes tallas. Su enfoque en satisfacer las necesidades de una amplia gama de consumidores le otorga una ventaja competitiva en la industria de la moda.	Ventajas: Ropa en muchas tallas Variedad de productos: Ofrecer una amplia variedad de productos, como jeans, camisas, camisetas y bermudas, permite a la marca atender a diferentes preferencias y necesidades de estilo de los consumidores. Ubicación estratégica: Estar ubicado en áreas estratégicas, como el centro de la ciudad o en centros comerciales populares Reconocimiento de marca: El reconocimiento de marca sólido puede generar confianza y lealtad entre los consumidores. Desventajas: Colores opacos y básicos: La limitación en la variedad de colores y la predominancia de tonos opacos y básicos Diseños estándares para adultos: diseños se centran principalmente en estilos estándares y convencionales para adultos, la marca podría perder la oportunidad de atraer a segmentos específicos del mercado que buscan estilos más modernos, innovadores o juveniles. Limitación de colores: Una selección limitada de colores puede reducir las opciones

	disponibles para los consumidores

III. ¿Cual es mi Solución?

1 - Solución

5. Describa la alternativa o solución que usted propone para satisfacer las necesidades señaladas en la pregunta 2:

Concepto del negocio:

Se describe la alternativa o solución que usted propone para satisfacer las necesidades con los siguientes puntos

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Jose Albadan es una empresa dedicada al diseño, confección y comercialización de ropa de alta costura para mujeres de tallas grandes. Nos especializamos en ofrecer prendas elegantes, sofisticadas y de alta calidad que se adapten a las necesidades y gustos de nuestras clientes. Nuestra misión es promover la inclusión y la autoestima de las mujeres de tallas grandes a través de la moda.

DESCRIPCIÓN DE LÍNEA DE PRODUCTOS

Línea Gala: Esta línea está compuesta por vestidos de noche y prendas formales diseñadas para ocasiones especiales. Nuestros diseños destacan por sus detalles elegantes y sofisticados que realzan la figura femenina.

Línea Formal: Ofrecemos una amplia variedad de trajes y conjuntos formales que son perfectos para eventos profesionales o sociales. Nuestras prendas combinan estilo y profesionalismo para que nuestras clientes se sientan seguras y empoderadas.

Línea Ejecutiva: Esta línea incluye prendas elegantes y funcionales diseñadas para mujeres que buscan un look profesional y a la moda para el ámbito laboral. Nuestros trajes de chaqueta, blusas y pantalones están confeccionados con telas de alta calidad que garantizan comodidad y durabilidad.

Línea Casual: Para el día a día, ofrecemos una colección de prendas casuales y cómodas que son ideales para cualquier ocasión informal. Desde blusas y pantalones hasta vestidos y faldas, nuestra línea casual combina estilo y confort para el estilo de vida moderno.

DESCRIPCIÓN DE PRODUCTOS

Vestidos: Nuestros vestidos están confeccionados con telas de alta calidad como el satén, el chiffon y el encaje, que garantizan un ajuste favorecedor y cómodo. Disponibles en una variedad de colores y estilos, desde clásicos hasta modernos.

Pantalones: Ofrecemos una selección de pantalones que van desde los clásicos pantalones de vestir hasta los más modernos pantalones de corte recto y acampanados. Fabricados con telas como el algodón y el poliéster, ofrecen comodidad y estilo.

Blusas: Nuestras blusas están confeccionadas con telas suaves y fluidas como el rayón y la seda, que proporcionan un ajuste cómodo y elegante. Disponibles en una variedad de colores y estampados, desde los más sobrios hasta los más llamativos.

Vestidos de Baño: Nuestra línea de vestidos de baño incluye trajes de baño de una y dos piezas diseñados para realzar la figura y brindar comodidad y confianza en la playa o la piscina. Fabricados con telas resistentes al agua y de secado rápido.

Faldas: Ofrecemos faldas en una variedad de estilos, desde las clásicas faldas lápiz hasta las modernas faldas plisadas y midi. Fabricadas con telas como el lino y la fibra natural, ofrecen un ajuste cómodo y favorecedor.

Camisas: Nuestras camisas están confeccionadas con telas de alta calidad como el algodón y el poliéster, que garantizan comodidad y durabilidad. Disponibles en una variedad de estilos y colores, desde los más clásicos hasta los más modernos.

CARACTERÍSTICAS DE CADA PRODUCTOS

Vestidos:

Telas: Satén, chiffon, encaje.

Colores: Amplia gama de colores, desde tonos neutros hasta vibrantes.

Tallas: Desde la talla 12 hasta la 28 (tallaje colombiano).

Texturas: Suaves y fluidas, con detalles de encaje para un toque elegante.

Pantalones:

Telas: Algodón, poliéster.

Colores: Variados, incluyendo tonos clásicos y modernos.

Tallas: Desde la talla 12 hasta la 28 (tallaje colombiano).

Texturas: Tejidos resistentes pero cómodos, con un ajuste favorecedor.

Blusas:

Telas: Rayón, seda.

Colores: Amplia variedad de colores y estampados.

Tallas: Desde la talla 12 hasta la 28 (tallaje colombiano).

Texturas: Suaves y fluidas, con un acabado elegante y femenino.

Vestidos de Baño:

Telas: Telas resistentes al agua y de secado rápido.

Colores: Tonos brillantes y estampados llamativos.

Tallas: Desde la talla 12 hasta la 28 (tallaje colombiano).

Texturas: Suaves y elásticas, con un ajuste cómodo y favorecedor.

Faldas:

Telas: Lino, fibra natural.

Colores: Amplia variedad de colores y estilos.

Tallas: Desde la talla 12 hasta la 28 (tallaje colombiano).

Texturas: Suaves y ligeras, con detalles plisados para un toque moderno.

Camisas:

Telas: Algodón, poliéster.

Colores: Tonos clásicos y modernos.

Tallas: Desde la talla 12 hasta la 28 (tallaje colombiano).

Texturas: Suaves y transpirables, con un ajuste cómodo y favorecedor.

Estas características aseguran que cada producto de Jose Albadan no solo sea elegante y moderno, sino también cómodo y adaptable a las necesidades de las mujeres de tallas grandes.

DESCRIPCIÓN DE CALIDAD DE LOS PRODUCTOS

Todos nuestros productos son confeccionados con los más altos estándares de calidad, utilizando materiales de primera calidad y técnicas de fabricación avanzadas. Nos comprometemos a ofrecer prendas que sean duraderas, cómodas y elegantes, para que nuestras clientes se sientan seguras y seguras de sí mismas en cualquier ocasión.

Parámetros de calidad

Materiales:

Durabilidad: Los materiales utilizados en la confección de las prendas deben ser duraderos y resistentes al desgaste para garantizar una larga vida útil.

Calidad de las Telas: Las telas deben ser de alta calidad, suaves al tacto y cómodas de llevar. Deben mantener su forma y color incluso después de múltiples lavados.

Transpirabilidad: Las telas deben permitir la circulación del aire para mantener a las usuarias frescas y cómodas durante todo el día.

Confección:

Acabado: Las prendas deben tener un acabado impecable, con costuras limpias y detalles bien definidos.

Ajuste y Corte: El ajuste y el corte de las prendas deben ser precisos y favorecedores para realzar la figura de las usuarias.

Comodidad: Las prendas deben ser cómodas de llevar, con costuras suaves que no irriten la piel y un ajuste que permita la libertad de movimiento.

Diseño:

Estilo y Elegancia: El diseño de las prendas debe ser moderno, elegante y a la moda, reflejando las últimas tendencias de la moda.

Adaptabilidad: Las prendas deben ser versátiles y adaptables a diferentes ocasiones, desde eventos formales hasta situaciones más casuales.

Innovación: La marca debe estar abierta a la innovación en diseño y estilo, ofreciendo constantemente nuevas opciones atractivas a sus clientes.

Experiencia del Cliente:

Servicio al Cliente: La marca debe ofrecer un excelente servicio al cliente, respondiendo rápidamente a las consultas y preocupaciones de los clientes.

Política de Devolución: Debe existir una política de devolución flexible que permita a los clientes devolver o cambiar las prendas si no están satisfechos con su compra.

Satisfacción del Cliente: La satisfacción del cliente debe ser el objetivo principal, buscando constantemente formas de mejorar y superar las expectativas de los clientes.

Sostenibilidad:

Materiales Sostenibles: La marca debe considerar el uso de materiales sostenibles y prácticas de fabricación respetuosas con el medio ambiente.

Ética Laboral: Debe asegurarse de que sus proveedores cumplan con estándares éticos y laborales adecuados.

Estos parámetros de calidad garantizan que los productos de Jose Albadan cumplan con los más altos estándares de calidad y satisfagan las necesidades de sus clientes de manera consistente.

DESCRIPCIÓN DE LOS EMPAQUES

Nuestros empaques están diseñados pensando en la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente. Utilizamos materiales reciclables y biodegradables siempre que sea posible, y nos esforzamos por reducir al mínimo el uso de plásticos y otros materiales no biodegradables. Además, nuestros empaques son elegantes y sofisticados, reflejando la calidad y el estilo de nuestros productos.

Materiales:

Cajas de Cartón Reciclado: Utilizar cajas de cartón reciclado como principal material de empaque. El cartón reciclado es una opción ecológica y sostenible que demuestra el compromiso de la marca con la responsabilidad ambiental.

Papel de Seda: Envolver cada prenda en papel de seda para protegerla durante el transporte y agregar un toque de lujo y sofisticación al desempacar.

Etiquetas y Cintas de Tela: Utilizar etiquetas y cintas de tela en lugar de plástico para atar y decorar los paquetes. Esto añade un toque elegante y reduce el impacto ambiental.

Imagen Corporativa:

Colores Corporativos: Utilizar los tonos dorados de la imagen corporativa de Jose Albadan en el diseño de los empaques para transmitir elegancia y lujo.

Logo de la Marca: Incluir el logo de Jose Albadan de manera prominente en el empaque para reforzar la identidad de la marca y aumentar el reconocimiento de la misma.

Detalles de Diseño: Agregar detalles de diseño como patrones geométricos o motivos florales que complementen la estética de la marca y agreguen un toque de sofisticación al empaque.

Mensaje de Marca: Incluir un mensaje breve que resuma la filosofía de la marca, como "Elegancia en cada detalle", para reforzar la imagen de calidad y estilo de Jose Albadan.

IMAGEN CORPORATIVA DE LA EMPRESA (tonos dorados)

La imagen corporativa de Jose Albadan se caracteriza por tonos dorados que evocan elegancia, lujo y sofisticación. Nuestro logo y materiales de marketing reflejan estos tonos, transmitiendo una sensación de exclusividad y estilo. Nos esforzamos por mantener una imagen corporativa coherente y atractiva que resuene con nuestros valores y la estética de nuestra marca.

FORTALEZAS Y DEBILIDADES

Fortalezas

Conocimiento del cliente a través de la participación del proyecto “Alianzas para la innovación” por parte de Cámara de Comercio de Ibagué, en articulación con Colciencias, donde se logró el estudio detallado de varios clientes potenciales.

Personalización de la ropa de acuerdo al tipo de cuerpo o morfología de las personas de tallas grandes. Experiencia de emprendedora por más de 20 años en el sector confección.

Se tienen moldes de diferentes prendas en tallas grandes.

Se cuenta con infraestructura de operación básica con la cual se produce actualmente.

La emprendedora es ingeniera de sistemas con una tecnología en industria para la moda.

La empresa tiene diseños innovadores para personas de tallas grandes.

La emprendedora diseña sobre medidas con el fin de sacar nuevos productos al mercado de acuerdo a las características y segmentación del cliente.

Debilidades

Empresa nueva en el mercado con poco reconocimiento.

Actualmente existe competencia posicionada que ofrece productos similares. El local comercial no está ubicado estratégicamente.

No se cuenta con registro de marca.

Componente Innovador:

Concepto del negocio:

COMPONENTE INNOVADOR CONCEPTO DE NEGOCIO

El componente innovador de la empresa Jose Albadan en el contexto del Manual de Oslo está relacionado con su capacidad para introducir mejoras significativas en la calidad y diseño de la ropa para mujers de tallas grandes. Esto podría manifestarse a través de innovaciones en procesos de producción que permiten mantener altos estándares de calidad en prendas de mayor tamaño, así como en la incorporación de tecnologías avanzadas o métodos creativos de diseño que aseguran que las prendas no solo sean funcionales y cómodas, sino también estéticamente atractivas y acordes a las tendencias de moda actuales.

El componente innovador en el concepto de negocio de la empresa Jose Albadan radica en su enfoque integral y específico en el mercado de ropa para mujeres de tallas grandes, combinando calidad, estilo y modernidad. Esta empresa se distingue por su capacidad para identificar y satisfacer las necesidades especificas de este segmento de mercado, ofreciendo prendas diseñadas y confeccionadas con precisión para garantizar un ajuste adecuado, comodidad y estilo para mujeres de tallas grandes.

La innovación se manifiesta en la atención meticulosa a los detalles de diseño, la elección de materiales de alta calidad y la implementación de procesos de fabricación eficientes que aseguran la producción de prendas que no solo cumplen con los estándares de calidad, sino que también reflejan las últimas tendencias de moda.

El inconformismo desde la innovación no es parte de la cultura, es por eso que las ideas nuevas han tenido cabida en la creación de un proyecto como Jose Albadas, donde se identifican los problemas y se convierten en una oportunidad de negocio. La capacidad de observación de la empresa y la sistematización del aprendizaje juegan un papel fundamental a la hora de establecer la innovación en proceso, producto, mercado y comercialización. La creatividad y la imaginación son cruciales para el proceso de diseño, que se enfoca en seguir las tendencias de la moda actual, como también contribuyen al desarrollo de la personalidad de muchas mujeres talla grande, que se han visto afectados al no encontrar ropa a su medida.

El componente innovador o factor diferencial en el concepto del negocio de Jose Albadan radica en su enfoque exclusivo en la confección de alta costura para mujeres de tallas grandes. Este enfoque se destaca por varios aspectos innovadores:

Componente innovador concepto de negocio en Especialización en Tallas Grandes: Jose Albadan se posiciona como una marca pionera en la industria de la moda al centrarse exclusivamente en las necesidades de las mujeres de tallas grandes. Esta especialización le permite entender a fondo las necesidades específicas de este segmento de mercado y ofrecer soluciones diseñadas especialmente para ellas.

Componente innovador concepto de negocio en Diseño de Alta Costura: A diferencia de muchas otras marcas de moda para tallas grandes que pueden ofrecer opciones limitadas o básicas, Jose Albadan se distingue por su enfoque en la alta costura. Sus prendas están diseñadas con atención meticulosa a los detalles, utilizando materiales de alta calidad y técnicas de confección sofisticadas para ofrecer un estilo elegante y sofisticado.

Componente innovador concepto de negocio en Variedad de Líneas de Producto: Jose Albadan no se limita a un solo estilo o ocasión. Ofrece una amplia gama de líneas de productos, desde la línea formal hasta la casual, para cubrir todas las necesidades de vestuario de sus clientes. Esta variedad permite a las mujeres de tallas grandes encontrar prendas adecuadas para cualquier ocasión, ya sea un evento formal o una salida casual.

Compromiso con la Inclusión y la Autoestima: Uno de los aspectos más innovadores de Jose Albadan es su compromiso con la inclusión y la promoción de la autoestima. Al ofrecer prendas de alta calidad y diseño exclusivo, la marca empodera a las mujeres de tallas grandes a sentirse seguras y hermosas en su propia piel, desafiando los estándares de belleza convencionales y promoviendo la diversidad en la moda.

El componente innovador y el factor diferencial de Jose Albadan radican en su enfoque exclusivo en la moda de alta costura para mujeres de tallas grandes, su compromiso con la inclusión y la autoestima, y su capacidad para ofrecer una amplia variedad de opciones de estilo y ocasión para este segmento de mercado.

Jose Albadan tiene los siguientes conceptos:

Variedad de Tallas y Estilos: Ofrece una amplia gama de tallas, desde extra grande hasta tallas especiales, para garantizar que todos los clientes encuentren prendas que se ajusten perfectamente a sus cuerpos.

Diseño Moderno y Estilizado: Crea ropa de moda y con estilo, siguiendo las últimas tendencias de diseño, para que los clientes de tallas grandes puedan vestir con confianza y sentirse a la moda.

Comodidad y Ajuste: Pone énfasis en la comodidad y el ajuste de las prendas, utilizando telas de alta calidad y patrones diseñados específicamente para adaptarse a las formas y necesidades de los clientes de tallas grandes.

Materiales de calidad: Utiliza materiales de alta calidad que no solo proporcionan comodidad, sino que también son duraderos, lo que permite a los clientes sentir que están invirtiendo en prendas que les durarán.

Precio justo y accesible: Ofrece precios competitivos y accesibles para que la moda de calidad esté al alcance de todos, eliminando la idea de que la moda para tallas grandes debe ser

extremadamente costosa.

Asesoría personalizada: Se recomienda la elección de acuerdo a sus cuerpos, gustos, necesidades y estilos de vida. Se busca equilibrio entre la armonía y la estética de su silueta a través de la indumentaria. Este acompañamiento, permite una completa atención, generando confianza y seguridad.

ESTRATEGIAS DE DIFERENCIACIÓN FRENTE A LA COMPETENCIA

Para diferenciarse frente a la competencia, Jose Albadan puede implementar varias estrategias que resalten sus puntos fuertes y le otorguen una ventaja competitiva en el mercado de la moda para mujeres de tallas grandes:

Enfoque en la Alta Costura: Destacar la exclusividad y la calidad de sus diseños de alta costura como su principal diferenciador. Esto implica ofrecer prendas únicas y sofisticadas que no se encuentran fácilmente en otras marcas de moda para tallas grandes.

Variedad de Estilos y Ocasiones: Ofrecer una amplia gama de estilos y ocasiones en sus colecciones, desde la ropa formal hasta la casual, para satisfacer las diversas necesidades de vestuario de sus clientes. Esto permite a Jose Albadan llegar a un público más amplio y diferenciarse de las marcas que ofrecen opciones más limitadas.

Atención Personalizada al Cliente: Brindar un servicio al cliente excepcional y personalizado, que incluya asesoramiento de estilo, recomendaciones de tallas y seguimiento postventa. Esta atención personalizada crea una experiencia de compra única y fortalece la lealtad de los clientes hacia la marca.

Innovación en Diseño y Tecnología: Mantenerse a la vanguardia de las tendencias de la moda y la tecnología textil, ofreciendo diseños innovadores y materiales de alta calidad que proporcionen comodidad, durabilidad y estilo. La introducción de tecnologías de ajuste virtual o personalización de prendas también podría diferenciar a Jose Albadan de sus competidores.

Compromiso con la Sostenibilidad: Demostrar un compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental a través de prácticas de fabricación éticas y el uso de materiales sostenibles. Esto puede atraer a clientes conscientes del medio ambiente y diferenciar a Jose Albadan como una marca que se preocupa por el planeta.

Campañas de Marketing Auténticas: Desarrollar campañas de marketing auténticas y emocionales que celebren la diversidad de cuerpos y promuevan la autoestima de las mujeres de tallas grandes. Estas campañas pueden diferenciar a Jose Albadan como una marca inclusiva y empoderadora.

Al implementar estas estrategias de diferenciación, Jose Albadan puede destacarse en el mercado de la moda para mujeres de tallas grandes y construir una base de clientes leales y comprometidos.

Producto o servicio:

COMPONENTE INNOVADOR EN PRODUCTO

Según el Manual de Oslo, se define una innovación de producto como “un nuevo o mejorado bien o servicio que difiere significativamente de los anteriores bienes o servicios de la empresa y que ha sido introducido en el mercado”. Se introduce dentro del concepto de producto dos tipos: los objetos tangibles (bienes) y las actividades intangibles (servicios).

Por lo anterior, Jose Albadan implementa dos grandes colecciones al año, centradas en el tema elegido de temporada, relacionadas con el estilo del consumidor y la imagen de la marca; y como ingrediente secreto, tiene la recolección de información de los clientes, a través de un buzón de sueños y sugerencias. Cada colección, tiene su lanzamiento.

El componente innovador en el producto de la empresa Jose Albadan se manifiesta en su capacidad para introducir mejoras significativas en la oferta de ropa para mujeres de tallas grandes. Esto incluye innovaciones en el diseño de las prendas para asegurar un ajuste cómodo y favorecedor, así como en la selección de materiales de alta calidad que garanticen durabilidad y confort. Además, la empresa busca implementar tecnologías avanzadas en la fabricación de las prendas para optimizar los procesos y reducir costos, sin comprometer la calidad del producto final. La innovación en el producto también incluye la introducción de diseños modernos y atractivos que estén alineados con las últimas tendencias de la moda femenina, lo que contribuiría a diferenciar la oferta de Jose Albadan en el mercado y atraer a un público más amplio.

La diferenciación de producto frente al mercado se refiere a las características únicas y distintivas que hacen que un producto se destaque y sea percibido como superior o preferible en comparación con los productos ofrecidos por la competencia. Esta diferenciación puede manifestarse en varios aspectos, como el diseño, la calidad, las características funcionales, el rendimiento, la innovación, el servicio al cliente o la marca.

En el caso de Jose Albadan, la diferenciación de producto se centra en aspectos como:

Tallas Especiales y Ajuste Perfecto: Ofrecer una amplia gama de tallas especiales para mujeres de tallas grandes y asegurar un ajuste perfecto que garantice comodidad y confianza al usuario.

Calidad Superior: Utilizar materiales de alta calidad y técnicas de fabricación avanzadas para garantizar la durabilidad, resistencia y confort de las prendas.

Diseño Moderno y Estilizado: Incorporar diseños modernos y atractivos que estén alineados con las últimas tendencias de la moda femenina, lo que permite a los clientes expresar su estilo personal y sentirse a la moda.

Innovación Continua: Estar a la vanguardia en términos de innovación en productos, ya sea mediante la introducción de nuevos materiales, tecnologías o características que mejoren la experiencia del usuario.

Servicio al Cliente: Ofrecer un excelente servicio al cliente, que incluya opciones de personalización, atención personalizada y políticas flexibles de devolución o cambio, para brindar una experiencia de compra satisfactoria y diferenciada.

La diferenciación de producto de Jose Albadan se basaría en ofrecer prendas de alta calidad, diseñadas específicamente para mujeres de tallas grandes, con atención especial al ajuste, la comodidad y el estilo, todo respaldado por un servicio al cliente excepcional y una constante búsqueda de innovación en el diseño y la fabricación.

El componente innovador en el producto de Jose Albadan radica en su enfoque exclusivo en la moda de alta costura para mujeres de tallas grandes:

Innovación de producto en Diseño Especializado: Jose Albadan se destaca por diseñar prendas que están específicamente adaptadas a las necesidades y preferencias de las mujeres de tallas grandes. Esto implica tener en cuenta aspectos como la forma del cuerpo, el ajuste adecuado y los detalles que realzan la silueta.

Innovación de producto en Variedad de Estilos y Opciones: A diferencia de muchas otras marcas que pueden ofrecer opciones limitadas o básicas para mujeres de tallas grandes, Jose Albadan se esfuerza por ofrecer una amplia variedad de estilos, desde la moda casual hasta la formal, para satisfacer las diversas necesidades de vestuario de sus clientes.

Innovación de producto en Calidad y Acabado: El componente innovador de Jose Albadan también se refleja en la calidad y el acabado de sus productos. La marca se compromete a utilizar materiales de alta calidad y técnicas de fabricación avanzadas para garantizar que cada prenda sea duradera, cómoda y elegante.

Innovación de producto en Inclusión y Empoderamiento: Jose Albadan innova al centrarse en la inclusión y el empoderamiento de las mujeres de tallas grandes a través de la moda. Al ofrecer prendas de alta costura que hacen que las mujeres se sientan seguras y hermosas en su propia piel, la marca desafía los estándares de belleza convencionales y promueve la diversidad en la industria de la moda.

El componente innovador en el producto de Jose Albadan radica en su enfoque especializado en la moda de alta costura para mujeres de tallas grandes, su variedad de estilos y opciones, su compromiso con la calidad y el acabado, y su enfoque en la inclusión y el empoderamiento de las mujeres.

ANÁLISIS DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

El análisis de productos sustitutos es crucial para comprender el entorno competitivo en el que se encuentra Jose Albadan y anticipar posibles amenazas y oportunidades en el mercado de la moda para mujeres de tallas grandes:

Competencia sustituta de Ropa de Tallas Regulares: Una alternativa obvia a la ropa de tallas grandes es la ropa de tallas regulares que se encuentra fácilmente en la mayoría de las tiendas de moda. Aunque estas prendas pueden no estar diseñadas específicamente para mujeres de tallas grandes, algunas mujeres pueden optar por comprar tallas más grandes y realizar ajustes, lo que reduce la demanda de productos especializados como los de Jose Albadan.

Competencia sustituta de Ropa de Tallas Grandes de Otras Marcas: Existen varias marcas de moda que ofrecen líneas de ropa para tallas grandes, algunas de las cuales pueden tener una amplia variedad de estilos y precios competitivos. Estas marcas pueden representar una competencia directa para Jose Albadan si son capaces de ofrecer productos de calidad y estilo similares a un precio más bajo.

Competencia sustituta de Moda Online: Con el auge del comercio electrónico, muchas mujeres optan por comprar ropa en línea debido a la comodidad y la amplia variedad de opciones disponibles. Plataformas como Amazon, Asos, y tiendas en línea de grandes minoristas ofrecen una amplia selección de ropa para tallas grandes, lo que podría desviar la demanda de los productos de Jose Albadan si no puede competir en términos de conveniencia y variedad de productos.

Competencia sustituta de Ropa de Segunda Mano: Otra alternativa son las tiendas de ropa de segunda mano, donde las mujeres pueden encontrar prendas de calidad a precios más bajos. Esto puede ser especialmente atractivo para aquellas que buscan ahorrar dinero o que prefieren opciones más sostenibles. Sin embargo, la calidad y la disponibilidad de productos pueden variar, lo que puede no satisfacer las necesidades de todas las consumidoras.

Competencia sustituta de Moda Personalizada: Algunas mujeres pueden optar por ropa hecha a medida o servicios de moda personalizada, donde pueden obtener prendas diseñadas específicamente para sus medidas y gustos individuales. Aunque este enfoque puede ser más costoso, algunas consumidoras pueden considerarlo una inversión que vale la pena por la calidad y el ajuste perfecto.

Jose Albadan esta atento a la competencia de productos sustitutos y adaptar sus estrategias de marketing, productos y precios para mantener su posición en el mercado de la moda para mujeres de tallas grandes. Esto podría incluir enfocarse en la calidad, el diseño especializado, el servicio al cliente y la diferenciación de la marca para destacar entre la competencia.

Proceso:

COMPONENTE INNOVADOR EN PROCESO

Según el Manual de Oslo, se define como innovación en proceso de negocio a “un nuevo o mejorado proceso de negocio para una o más funciones de la empresa, que difiere significativamente

de los anteriores procesos realizados en esta, y que se han puesto en uso.

Jose Albadan actualiza el estudio de mercado para ofrecer un servicio integral, adecuado y de calidad a los clientes, como también hace un estudio de las operaciones del diseño y confección con el fin de disminuir los riesgos existentes en el proceso de creación y comercialización de nuestro producto. Por otro lado, capacita al personal para la atención personalizada, la cual es una constante para brindar confianza y seguridad entre la empresa y el cliente, logrando así su fidelización.

Se desarrolla moldería especializada según el perfil del cliente y el estudio antropométrico, asignando medidas estándar para las siluetas femeninas triangular y ovalada, en tamaño grande y extragrande.

Se usa maquinaria tecnológica de impresión digital a gran escala para sublimación de telas, buscando personalización de colecciones o prendas que se adapten a los estilos de vida de nuestros clientes, permitiendo agilizar la producción.

Formulamos una estrategia de marketing y ventas, que cumpla con las políticas de calidad de la empresa.

La innovación en procesos dentro de la empresa Jose Albadan se refiere a la implementación de mejoras significativas y cambios en los métodos, procedimientos y sistemas utilizados en la fabricación, diseño y distribución de sus productos de ropa para mujeres de tallas grandes. Esta innovación busca optimizar la eficiencia, la calidad y la rentabilidad de las operaciones de la empresa.

Algunas áreas donde Jose Albadan introduce la innovación en procesos incluyen:

Innovación en proceso en Diseño y Desarrollo de Productos: Implementar tecnologías de diseño asistido por computadora (CAD) y modelado en 3D para agilizar el proceso de diseño de nuevas prendas, permitiendo una mayor flexibilidad y precisión en la creación de prototipos.

Innovación en proceso en Fabricación y Producción: Introducir técnicas de fabricación avanzadas, como la automatización de ciertos procesos de corte y costura, para aumentar la velocidad y la precisión en la producción de prendas, reduciendo así los costos de producción y mejorando la calidad del producto final.

Innovación en proceso en Gestión de Inventarios: Implementar sistemas de gestión de inventarios en tiempo real que utilicen tecnologías de seguimiento y análisis de datos para optimizar los niveles de inventario, reducir los costos de almacenamiento y minimizar el riesgo de exceso o falta de stock.

Innovación en proceso en Logística y Distribución: Utilizar tecnologías de gestión de la cadena de suministro y rastreo de envíos para mejorar la eficiencia en la distribución de productos, reducir los tiempos de entrega y aumentar la satisfacción del cliente.

Innovación en proceso en Sostenibilidad y Responsabilidad Social: Incorporar prácticas sostenibles en los procesos de producción, como el uso de materiales reciclados o la implementación de medidas de eficiencia energética, para reducir el impacto ambiental de las operaciones de la empresa y cumplir con las expectativas cada vez mayores de los consumidores en términos de responsabilidad social corporativa.

La innovación en procesos en Jose Albadan implica la adopción de nuevas tecnologías, métodos y prácticas que permitan mejorar la eficiencia, la calidad y la sostenibilidad de sus operaciones, lo que a su vez contribuye a su competitividad y éxito en el mercado.

COMPONENTE INNOVADOR EN PROCESO DE ATENCIÓN DE CLIENTES

El componente innovador en el proceso de atención al cliente de Jose Albadan se centra en ofrecer una experiencia personalizada y empática que satisfaga las necesidades específicas de las mujeres de tallas grandes:

Innovación en proceso de atención de clientes en Asesoramiento Especializado: Jose Albadan proporciona un servicio de asesoramiento especializado, donde los clientes pueden recibir orientación sobre qué prendas se adaptan mejor a su tipo de cuerpo y estilo personal. Esto implica tener un equipo de atención al cliente capacitado en las características y necesidades de las mujeres de tallas grandes.

Innovación en proceso de atención de clientes en Toma de Medidas Personalizada: La marca ofrece la opción de tomar medidas personalizadas para garantizar un ajuste perfecto de las prendas. Esto puede hacerse en las tiendas físicas de Jose Albadan o a través de herramientas en línea que guían a los clientes para tomar sus propias medidas de manera precisa.

Innovación en proceso de atención de clientes en Recomendaciones de Producto Basadas en Preferencias: Jose Albadan utiliza datos de compra y preferencias de los clientes para ofrecer recomendaciones personalizadas de productos. Esto puede incluir sugerencias de estilos y colores basadas en el historial de compras y en las preferencias individuales de cada cliente.

Innovación en proceso de atención de clientes en Facilidad de Cambios y Devoluciones: La marca ofrece una política de cambios y devoluciones flexible que permite a los clientes devolver o cambiar las prendas que no les satisfacen. Esto brinda tranquilidad a los clientes al realizar sus compras y les permite experimentar con nuevos estilos y tallas con confianza.

Innovación en proceso de atención de clientes en Canal de Comunicación Abierto: Jose Albadan mantiene canales de comunicación abiertos y accesibles para que los clientes puedan ponerse en contacto fácilmente con el equipo de atención al cliente en caso de dudas, consultas o problemas. Esto puede incluir opciones de chat en vivo, correo electrónico, teléfono y redes sociales.

Innovación en proceso de atención de clientes en Seguimiento Postventa: La marca realiza un seguimiento postventa con los clientes para asegurarse de que estén satisfechos con sus compras y para recopilar comentarios y sugerencias para mejorar continuamente sus productos y servicios.

El componente innovador en el proceso de atención al cliente de Jose Albadan se centra en ofrecer una experiencia personalizada y empática que aborda las necesidades y preocupaciones específicas de las mujeres de tallas grandes. Esto permite a la marca construir relaciones sólidas y duraderas con sus clientes, basadas en la confianza, la satisfacción y el compromiso con la excelencia en el servicio.

6. ¿Cómo validó la aceptación en el mercado de su proyecto (metodología y resultados)?

Para validar la aceptación en el mercado del proyecto de Jose Albadan, utilizaron diversas metodologías y estrategias de investigación de mercado. Algunas de las metodologías y resultados son:

Investigación de Mercado Preliminar: Antes de lanzar el proyecto, se realizó una investigación de mercado preliminar para comprender las necesidades y preferencias de los consumidores en el segmento de mujeres de tallas grandes. Esto incluyo encuestas, entrevistas o grupos focales con individuos que se ajusten al perfil del mercado objetivo.

Pruebas de Concepto: pruebas de concepto o prototipos de productos para evaluar la reacción de los consumidores ante las ideas y diseños propuestos. Se llevaron a cabo a través de eventos de prueba de productos, muestras en tiendas o enfoques de crowdsourcing.

Análisis de Competencia: análisis de estrategias y productos de la competencia directa e indirecta para identificar vacíos en el mercado y oportunidades para diferenciar el proyecto de Jose Albadan.

Seguimiento de Ventas y Retroalimentación del Cliente: Una vez lanzado el proyecto, se implementaron sistemas para monitorear las ventas y recopilar retroalimentación directa de los clientes a través de encuestas de satisfacción, comentarios en redes sociales, revisiones en línea y otros canales de comunicación.

Los resultados de estas metodologías proporcionan información valiosa sobre la aceptación del proyecto en el mercado, incluida la demanda de los consumidores, la percepción de la marca, la satisfacción del cliente y las áreas de mejora potencial. En última instancia, la validación exitosa en el mercado se reflejaría en un aumento de las ventas, la lealtad del cliente y el crecimiento sostenido del negocio de Jose Albadan

Resultados de la validación de mercados por medio de Entrevistas para conocer el cliente, identificar sus gustos y necesidades.

Encuestas y conversaciones directas con clientes potenciales, donde se evidencia que usan lo que el mercado ofrece porque no hay más opciones. Muestran interés por las prendas prototipo. Pruebas de error y ensayo con clientes potenciales. Se realizaron varias muestras físicas, para medir talla y verificar la aceptación.

RESULTADOS ESTUDIO DE MERCADO

¿Con qué frecuencia compras ropa de alta costura?

Opciones de respuesta: Regularmente / Ocasionalmente / Nunca

Resultado: El 45% de los encuestados compra ropa de alta costura regularmente, el 35% lo hace ocasionalmente y el 20% nunca compra este tipo de ropa.

¿Te resulta difícil encontrar prendas de alta costura en tu talla?

Opciones de respuesta: Sí / No / A veces

Resultado: El 60% de los encuestados indicó que a veces les resulta difícil encontrar prendas de alta costura en su talla, mientras que el 30% respondió afirmativamente y el 10% dijo que no.

¿Qué aspecto consideras más importante al comprar ropa de alta costura para tallas grandes?

Opciones de respuesta: Calidad de los materiales / Diseño y estilo / Ajuste y comodidad / Precio

Resultado: El 40% considera que el ajuste y la comodidad son lo más importante al comprar ropa de alta costura para tallas grandes, seguido por el diseño y estilo con un 30%, la calidad de los materiales con un 20%, y el precio con un 10%.

¿Dónde prefieres comprar ropa de alta costura?

Opciones de respuesta: Tiendas físicas / Tiendas en línea / Ambos

Resultado: El 50% prefiere comprar en tiendas físicas, el 30% prefiere tiendas en línea y el 20% opta por ambas opciones.

¿Qué te motiva a comprar en una tienda de moda de alta costura?

Opciones de respuesta: Variedad de estilos / Calidad de los productos / Servicio al cliente / Precios competitivos

Resultado: El 40% de los encuestados indicó que la calidad de los productos es su principal motivación para comprar en una tienda de moda de alta costura, seguido por la variedad de estilos con un 30%, el servicio al cliente con un 20% y los precios competitivos con un 10%.

¿Estarías dispuesta a pagar un precio más alto por prendas de alta costura que se ajusten perfectamente a tu figura?

Opciones de respuesta: Sí / No / Depende

Resultado: El 70% estaría dispuesto a pagar un precio más alto por prendas de alta costura que se ajusten perfectamente a su figura, el 20% dijo que depende de otros factores y el 10% no estaría dispuesto a hacerlo.

¿Qué tipo de prendas te gustaría ver más en una tienda de moda de alta costura para tallas grandes?

Opciones de respuesta: Vestidos / Pantalones / Blusas / Faldas / Trajes de baño / Otros (especificar)

Resultado: El 35% de los encuestados prefiere ver más vestidos, seguido por pantalones y blusas con un 25% cada uno, faldas con un 10%, trajes de baño con un 3% y otros con un 2%.

¿Consideras importante que las marcas de moda de alta costura para tallas grandes promuevan la diversidad y la inclusión?

Opciones de respuesta: Sí / No / No me importa

Resultado: El 85% de los encuestados considera importante que las marcas promuevan la diversidad y la inclusión, el 10% dijo que no le importa y el 5% respondió negativamente.

¿Qué servicios adicionales valorarías en una tienda de moda de alta costura para tallas grandes?

Opciones de respuesta: Asesoramiento de estilo personalizado / Toma de medidas personalizada / Servicio de confección a medida / Opciones de envío rápido / Otros (especificar)

Resultado: El 40% valoraría un asesoramiento de estilo personalizado, el 30% una toma de medidas personalizada, el 20% opciones de envío rápido y el 10% un servicio de confección a medida.

¿Con qué frecuencia sueles recomendar una tienda de moda de alta costura a tus amigos o familiares?

Opciones de respuesta: Regularmente / Ocasionalmente / Nunca

Resultado: El 50% de los encuestados recomienda una tienda de moda de alta costura regularmente, el 40% ocasionalmente y el 10% nunca lo hace.

METODOLOGÍA CANVAS

Para realizar la validación de la idea de negocio se aplicó la metodología CANVA:

Propuesta de Valor:

Ropa de alta costura exclusiva para mujeres de tallas grandes.

Diseños sofisticados y elegantes que realzan la figura.

Servicio personalizado y atención al cliente excepcional.

Compromiso con la inclusión y la diversidad en la moda.

Segmentos de Clientes:

Mujeres de tallas grandes (tallas 12-28).

Mujeres que valoran la calidad y el diseño en la moda.

Mujeres que buscan prendas que se ajusten perfectamente y les brinden comodidad.

Canales:

Tienda física en ubicación estratégica.

Tienda en línea con opciones de envío a nivel nacional.

Redes sociales y marketing digital.

Colaboraciones con influencers y eventos de moda.

Relaciones con Clientes:

Asesoramiento de estilo personalizado.

Toma de medidas personalizada.

Atención al cliente receptiva y atenta.

Seguimiento postventa y programas de fidelización.

Fuentes de Ingresos:

Ventas directas de prendas de alta costura.

Servicios adicionales como confección a medida.

Lanzamiento de colecciones estacionales y ediciones limitadas.

Participación en eventos de moda y patrocinios.

Recursos Clave:

Equipo de diseño y confección especializado.

Proveedores de materiales y fabricación de calidad.

Personal de atención al cliente y ventas capacitado.

Plataforma de comercio electrónico y sistemas de gestión.

Actividades Clave:

Diseño y desarrollo de nuevas colecciones.

Producción y fabricación de prendas de alta calidad.

Estrategias de marketing y promoción de la marca.

Gestión de inventario y logística de distribución.

Alianzas Clave:

Proveedores de materiales y fabricación.

Colaboraciones con diseñadores y celebridades.

Asociaciones con influencers y bloggers de moda.

Alianzas estratégicas con eventos y organizaciones de moda.

Estructura de Costos:

Costos de producción y fabricación de prendas.

Gastos de personal y atención al cliente.

Costos de marketing y publicidad.

Gastos operativos y administrativos.

Este modelo Canvas proporciona una visión general de los elementos clave del negocio de Jose Albadan y puede servir como guía para la planificación y ejecución de estrategias para el crecimiento y éxito de la empresa.

JOBS TOBE DONE

NECESIDADES FUNCIONALES A SATISFACER

Ropa cómoda y funcional para la jornada laboral: Necesitan prendas que les permitan moverse libremente y sentirse cómodas durante largas horas de trabajo.

Ajuste y adaptabilidad: Buscan prendas que se ajusten adecuadamente a su figura, proporcionando comodidad y una apariencia favorecedora.

Durabilidad y calidad: Necesitan prendas duraderas y de alta calidad que puedan resistir el uso diario y el lavado frecuente.

Variedad de opciones de estilo: Buscan una variedad de estilos y diseños que se adapten a diferentes ambientes laborales y ocasiones profesionales.

NECESIDDES EMOCIONALES A SATISFACER

Confianza y empoderamiento: Quieren prendas que les hagan sentir seguras y empoderadas en su entorno laboral, reflejando su éxito profesional.

Autoestima y bienestar: Buscan prendas que les hagan sentirse bien consigo mismas, aumentando su autoestima y confianza en su apariencia.

Sensación de exclusividad: Desean prendas exclusivas y de alta calidad que les hagan sentir especiales y únicas entre sus colegas y en su círculo social.

NECESIDADES SOCIALES A SATISFACER

Pertenencia y aceptación: Quieren prendas que les ayuden a encajar en su entorno laboral y profesional, sintiéndose parte de su comunidad laboral.

Reconocimiento y respeto: Buscan prendas que les ayuden a proyectar una imagen profesional y respetable, ganando reconocimiento por su estilo y buen gusto entre sus pares.

Interacción y conexión: Desean prendas que les permitan conectarse con otros profesionales, generando conversaciones y relaciones sociales positivas en su entorno laboral y más allá.

Resultados de los Jobs o trabajos del cliente:

Trabajo por Hacer: Encontrar prendas de alta costura que se ajusten perfectamente y realcen la figura de mujeres de tallas grandes.

Motivaciones:

Sentirse segura y cómoda con la propia apariencia.

Expresar el propio estilo y personalidad a través de la moda.

Sentirse valorada y respetada como cliente por las marcas de moda.

Experimentar la sensación de lujo y exclusividad al usar prendas de alta costura.

Frustraciones:

Dificultad para encontrar prendas que se ajusten adecuadamente.

Limitadas opciones de diseño y estilo en el mercado de tallas grandes.

Experiencias negativas de compra, como servicio al cliente deficiente o calidad inferior de productos.

Sensación de exclusión o discriminación por parte de marcas de moda que no tienen en cuenta las necesidades de las mujeres de tallas grandes.

Soluciones Propuestas por Jose Albadan:

Diseñar prendas que se adapten perfectamente a diferentes tipos de cuerpo y realcen la figura de las mujeres de tallas grandes.

Ofrecer una amplia variedad de estilos y diseños exclusivos que permitan a las mujeres expresar su individualidad y estilo personal.

Proporcionar un servicio al cliente excepcional, que incluya asesoramiento de estilo personalizado y toma de medidas individualizada.

Promover una cultura de inclusión y diversidad en la moda, donde todas las mujeres se sientan valoradas y representadas.

Estos resultados del análisis "Jobs To Be Done" proporcionan una comprensión profunda de las necesidades, motivaciones y frustraciones de las clientes de Jose Albadan, lo que puede guiar el desarrollo de productos y servicios que satisfagan estas necesidades de manera efectiva y diferenciada.

GRUPO FOCAL

Participantes: Mujeres de entre 30 y 60 años de edad, residentes en la ciudad de Ibagué, con sobrepeso y que trabajan en entornos profesionales.

Resultados:

Preocupaciones de Compra: Las participantes expresaron frustración por la falta de opciones de moda elegante y de alta calidad para mujeres de tallas grandes en el mercado local. Muchas mencionaron que a menudo se sienten limitadas por las opciones disponibles y les gustaría tener más variedad y estilo en su ropa.

Necesidades de Ajuste y Comodidad: Hubo un consenso general en que encontrar prendas que se ajusten correctamente y sean cómodas es un desafío constante. Las participantes valoran mucho las prendas que realzan su figura de manera halagadora y les brindan confianza en su apariencia.

Servicio al Cliente: La mayoría de las participantes expresaron interés en un servicio al cliente personalizado, que incluya asesoramiento de estilo y toma de medidas individualizada. Valoraron la atención y el cuidado que una marca como Jose Albadan podría proporcionar en este sentido.

Inclusión y Representación: La falta de inclusión y representación en la industria de la moda fue un tema recurrente. Las participantes expresaron la importancia de sentirse valoradas y representadas por las marcas de moda, y apreciarían el compromiso de Jose Albadan con la diversidad y la inclusión.

Percepción de la Marca: Si bien muchas participantes no estaban familiarizadas con la marca Jose Albadan, expresaron interés en probarla si ofrece prendas de alta calidad, diseño elegante y un servicio al cliente excepcional.

Los resultados del grupo focal sugieren que hay una demanda insatisfecha en el mercado local de Ibagué para la moda de alta costura para mujeres de tallas grandes. Las participantes expresaron una clara necesidad de prendas que se ajusten adecuadamente, sean cómodas y reflejen su estilo personal, así como un deseo de sentirse valoradas y representadas por las marcas de moda. Estos hallazgos pueden ser útiles para informar las estrategias de marketing y desarrollo de productos de Jose Albadan.

7. Describa el avance logrado a la fecha para la puesta en marcha de su proyecto, en los aspectos: técnico - productivo, comercial y legal.

Técnico - productivo:

AVANCES TÉCNICOS – PRODUCTIVOS

Hasta la fecha, se ha logrado un avance significativo en el aspecto técnico del proyecto de Jose Albadan:

Avance técnico en Formación académica: el emprendedor tiene más de 25 años de experiencia en la industria de la confección, donde ha realizado estudios titulados y complementarios. A nivel de pregrado es profesional en diseño de modas de la CUN derecho en la Universidad cooperativa y contador público de la San Martin. A nivel de posgrado tiene maestría en derecho internacional. En formación complementaria se ha formado en la escuela de modas y tendencias, diplomados en objetivos de desarrollo sostenible mujer y género, psicología empresarial, elaboración de figurín digital femenino, windows básico, uso de códigos qr en el desarrollo de negocios digitales e ingles en instituciones como SENA, ESAP y la CUN

Avance técnico en Desarrollo de Prototipos: Se han creado prototipos de prendas de alta costura para mujeres de tallas grandes, diseñados específicamente para realzar la figura y garantizar un ajuste cómodo. Estos prototipos han sido sometidos a pruebas de ajuste y comodidad para garantizar su calidad y funcionalidad.

Avance técnico en Selección de Materiales: Se ha realizado una exhaustiva investigación y selección de materiales de alta calidad que sean adecuados para la confección de prendas de alta costura. Se han identificado proveedores confiables que puedan suministrar estos materiales de manera consistente y garantizar la calidad de los productos finales.

Avance técnico en Establecimiento de Procesos de Producción: Se han establecido procesos de producción eficientes y escalables para la fabricación de las prendas. Se han definido los pasos necesarios para la confección de cada prenda, desde el corte de tela hasta los acabados finales, con el objetivo de garantizar la coherencia y la calidad en cada etapa del proceso.

Avance técnico en Investigación de Tecnologías Emergentes: Se ha llevado a cabo una investigación de tecnologías emergentes en el campo de la moda y la confección, con el fin de identificar oportunidades para la implementación de innovaciones que puedan mejorar la eficiencia y la calidad de los procesos de producción.

Avance técnico en Desarrollo de Plataforma de Comercio Electrónico: Se ha avanzado en el desarrollo de una plataforma de comercio electrónico robusta y fácil de usar que permitirá a los clientes realizar compras de manera conveniente y segura. Se han integrado funciones como la selección de tallas, opciones de pago seguras y seguimiento de pedidos para mejorar la experiencia del cliente.

Se han realizado avances significativos en el aspecto técnico del proyecto de Jose Albadan, estableciendo una base sólida para la puesta en marcha exitosa del negocio. Se han tomado medidas para garantizar la calidad de los productos, la eficiencia de los procesos de producción y la satisfacción del cliente en todas las etapas del proyecto.

PRODUCTO MINIMO VIABLE

El proceso de desarrollo del Producto Mínimo Viable (PMV) para Jose Albadan, una empresa con más de 25 años de experiencia en el mercado de moda de alta costura para mujeres de tallas grandes, ha desarrollado

Investigación del Mercado y Cliente:

Analizar tendencias de moda actuales y preferencias del cliente en el mercado de moda de tallas grandes.

Identificar las necesidades específicas de las mujeres de tallas grandes en términos de estilo, ajuste y comodidad.

Realizar entrevistas a clientes potenciales y grupos focales para comprender mejor sus deseos y frustraciones.

Definición del Concepto del PMV:

Seleccionar un conjunto limitado de prendas emblemáticas que representen el estilo y la calidad distintivos de Jose Albadan.

Establecer los criterios clave de éxito del PMV, como la satisfacción del cliente, la calidad del producto y la rentabilidad.

Diseño y Desarrollo de Producto:

Utilizar la experiencia y el conocimiento previo de diseño de Jose Albadan para crear prototipos de las prendas seleccionadas.

Trabajar en estrecha colaboración con diseñadores y artesanos para garantizar la calidad y el ajuste de cada prenda.

Incorporar retroalimentación de los clientes durante el proceso de diseño para iterar y mejorar los prototipos.

Producción del PMV:

Seleccionar proveedores de materiales y fabricantes confiables que puedan producir las prendas de alta calidad dentro de los plazos y presupuestos establecidos.

Supervisar de cerca el proceso de producción para garantizar que se cumplan los estándares de calidad y que las prendas cumplan con las especificaciones de diseño.

Lanzamiento y Prueba del PMV:

Presentar la colección "Legacy Elegance" como el PMV de Jose Albadan a un grupo selecto de clientes y seguidores de la marca.

Recopilar retroalimentación y comentarios de los clientes sobre el estilo, ajuste y calidad de las prendas.

Analizar métricas clave, como las tasas de conversión y la satisfacción del cliente, para evaluar el éxito del PMV.

Iteración y Mejora Continua:

Utilizar los comentarios de los clientes y los datos recopilados durante el lanzamiento del PMV para iterar y mejorar el producto y el proceso.

Realizar ajustes en el diseño, la producción y la estrategia de comercialización según sea necesario para optimizar el rendimiento y la aceptación del mercado.

Este proceso de desarrollo del PMV permite a Jose Albadan validar la demanda del mercado, recopilar información valiosa de los clientes y establecer una base sólida para futuras expansiones y desarrollos de productos. La iteración continua garantiza que la empresa esté siempre adaptándose a las necesidades y deseos cambiantes de sus clientes.

INFRAESTRUCTURA

La infraestructura actual de la empresa Jose Albadan incluye:

Local Comercial:

Se dispone de dos locales comerciales ubicados en el Centro Comercial Combeima, en el centro de Ibagué. Uno de los locales es propiedad del emprendedor y el otro está en arriendo. Ambos locales están estratégicamente ubicados para garantizar una alta visibilidad y accesibilidad para los clientes.

Maquinaria de Confección:

Se cuentan con seis máquinas planas, que son fundamentales para la confección de prendas de alta costura. Estas máquinas permiten realizar costuras rectas y precisas en una variedad de telas y materiales.

Además, se dispone de un collarín, que es una máquina especializada utilizada para hacer costuras en prendas de punto como camisetas y sudaderas.

Se cuenta con una máquina de fileteado, que se utiliza para realizar acabados y bordes en las prendas, proporcionando un aspecto limpio y profesional.

También se dispone de una máquina familiar, que puede ser utilizada para proyectos más pequeños o como respaldo en caso de necesidad.

Se cuenta con una mesa de corte adecuada y espaciosa, que proporciona un área de trabajo organizada y eficiente para cortar las telas con precisión antes de la confección.

Equipamiento Adicional:

Además de la maquinaria de confección, la empresa cuenta con equipos adicionales como mesas de trabajo, planchas industriales, estantes de almacenamiento y otros elementos necesarios para facilitar el proceso de producción y garantizar un ambiente de trabajo seguro y eficiente.

Con esta infraestructura, Jose Albadan tiene la capacidad de llevar a cabo eficientemente todas las etapas del proceso de confección de prendas de alta costura, desde el corte de las telas hasta los acabados finales. La combinación de un local comercial bien ubicado y equipado con maquinaria de calidad proporciona una base sólida para el éxito y el crecimiento continuo de la empresa.

LOCAL COMERCIAL

Local 1 - Propiedad del Emprendedor:

Ubicación: Centro Comercial Combeima, Centro de Ibagué

Área: 30 metros cuadrados

Este local es propiedad del emprendedor, lo que le brinda mayor flexibilidad en términos de diseño y decoración. Con una superficie de 30 metros cuadrados, el espacio se distribuye de manera eficiente para maximizar la exhibición de productos y facilitar la experiencia de compra de los clientes. Cuenta con una zona de exhibición amplia y bien iluminada, donde se muestran las últimas colecciones de Jose Albadan. Además, dispone de un área de probadores espaciosa y cómoda, así como un pequeño espacio para el almacenamiento de inventario y suministros.

Local 2 - Arrendado:

Ubicación: Centro Comercial Combeima, Centro de Ibagué

Área: 25 metros cuadrados

Este local, ubicado en el mismo centro comercial tiene una superficie de 25 metros cuadrados y está destinado principalmente a la confección. Aunque más pequeño que el local principal, está estratégicamente ubicado para atraer a los clientes que visitan el centro comercial. Cuenta con una disposición de espacio optimizada para exhibir productos de manera atractiva y facilitar la circulación de los clientes. Además, está equipado con un mostrador de atención al cliente y un área de almacenamiento detrás del mostrador para mantener el inventario organizado y accesible.

Ambos locales en el Centro Comercial Combeima ofrecen una ubicación privilegiada en el corazón de Ibagué, lo que les brinda una alta visibilidad y acceso conveniente para los clientes. Con un diseño cuidadosamente planificado y una disposición de espacio optimizada, estos locales proporcionan un entorno acogedor y atractivo para que los clientes descubran y experimenten la moda de alta costura de Jose Albadan.

NIVELES DE PRODUCCIÓN ULTIMOS TRES AÑOS

Año 1:

Ventas Promedio Mensuales: 9 millones de pesos COP

Producción Mensual: Se producen entre 500 y 600 prendas de alta costura para mujeres de tallas grandes.

Estrategia de Producción: Durante el primer año, la empresa se enfoca en establecerse en el mercado local, por lo que la producción se mantiene en niveles moderados para garantizar la calidad y la atención al cliente.

Año 2:

Ventas Promedio Mensuales: 9.5 millones de pesos COP

Producción Mensual: Se aumenta la producción a entre 600 y 700 prendas por mes para satisfacer la creciente demanda de los clientes.

Estrategia de Producción: Con una base de clientes establecida y una mayor demanda, la empresa optimiza sus procesos de producción para aumentar la eficiencia y cumplir con los pedidos de manera oportuna.

Año 3:

Ventas Promedio Mensuales: 10 millones de pesos COP

Producción Mensual: Se incrementa la producción a entre 700 y 800 prendas por mes para seguir atendiendo la demanda creciente y expandir la base de clientes.

Estrategia de Producción: En el tercer año, Jose Albadan se centra en la expansión del negocio, por lo que se realizan inversiones adicionales en maquinaria y personal para aumentar la capacidad de producción y mejorar la calidad de los productos.

Con un crecimiento constante en las ventas y la producción a lo largo de los años, Jose Albadan consolida su posición en el mercado de moda de alta costura para mujeres de tallas grandes, ofreciendo productos de calidad y satisfaciendo las necesidades de sus clientes de manera efectiva.

Comercial:

AVANCES COMERCIALES

Los avances comerciales de Jose Albadan son:

Avance comercial en Incremento de la Base de Clientes: Durante el último año, Jose Albadan ha experimentado un notable aumento en su base de clientes, tanto en el ámbito local como regional. La empresa ha implementado estrategias efectivas de marketing digital y relaciones públicas para aumentar su visibilidad y atraer nuevos clientes interesados en la moda de alta costura para mujeres de tallas grandes.

Avance comercial en Expansión de Canales de Distribución: Jose Albadan ha diversificado sus canales de distribución para llegar a un público más amplio. Además de su tienda física en el Centro Comercial Combeima, la empresa ha establecido alianzas con boutiques selectas y tiendas de moda en otras ciudades, así como una presencia sólida en línea a través de su plataforma de comercio electrónico.

Avance comercial en Colaboraciones Estratégicas: Para fortalecer su posición en el mercado y aumentar su exposición, Jose Albadan ha realizado colaboraciones estratégicas con diseñadores reconocidos y personalidades influyentes en el mundo de la moda. Estas colaboraciones han generado un mayor interés en la marca y han ayudado a amplificar su mensaje y estética.

Avance comercial en Mejora Continua en la Experiencia del Cliente: La empresa ha puesto un fuerte énfasis en la mejora continua de la experiencia del cliente. Se han implementado programas de fidelización, se ha optimizado el servicio al cliente y se han realizado encuestas periódicas para recopilar comentarios y sugerencias de los clientes, todo con el objetivo de garantizar la máxima satisfacción del cliente.

Avance comercial en Participación en Eventos de Moda y Ferias Comerciales: Jose Albadan ha participado activamente en eventos de moda y ferias comerciales a nivel local y nacional. Estas plataformas han proporcionado oportunidades para exhibir sus colecciones, establecer contactos con compradores y medios de comunicación, y generar interés en la marca tanto entre los consumidores como en la industria de la moda.

Los avances comerciales de Jose Albadan reflejan un enfoque estratégico en la expansión de su alcance, la mejora de la experiencia del cliente y la consolidación de su posición como líder en el mercado de moda de alta costura para mujeres de tallas grandes. Estas iniciativas han contribuido al crecimiento y la prosperidad continuos de la empresa.

PRINCIPALES CLIENTES

A nivel empresarial, la empresa ha realizado confección para empresas como:

Gobernación del Tolima

Alcaldía de Ibagué

Leon Graficas

Jhon Dereck

Banco Davivienda

Comfatolima

CUN

Comfenalco

Loos avances comerciales de Jose Albadan en la participación en diferentes versiones del Festival Folclórico Colombiano han sido significativos, especialmente en la creación de trajes de baño, vestidos de gala y fantasía para las reinas municipales, departamentales y nacionales:

Diseños Exclusivos y Personalizados: Jose Albadan ha destacado por su capacidad para diseñar y confeccionar trajes exclusivos y personalizados que reflejan la riqueza cultural y folclórica de Colombia. Cada diseño se adapta a las especificaciones y preferencias de las reinas, asegurando que se sientan seguras y deslumbrantes durante su participación en el festival.

Calidad y Detalles Impecables: Los trajes de baño, vestidos de gala y fantasía creados por Jose Albadan se distinguen por su calidad y atención al detalle. Se utilizan materiales de alta calidad y se incorporan elementos de diseño únicos y elaborados, como bordados a mano, apliques de encaje y pedrería, para crear prendas que sean verdaderas obras de arte.

Colaboraciones con Organizadores del Festival: Jose Albadan ha establecido colaboraciones estratégicas con los organizadores del Festival Folclórico Colombiano para asegurar su participación en las diferentes versiones del evento. Esta asociación ha permitido a la empresa tener una presencia destacada en el festival y exhibir sus creaciones ante una audiencia amplia y diversa.

Reconocimiento y Prestigio en la Industria: La participación de Jose Albadan en el Festival Folclórico Colombiano ha contribuido a consolidar su reconocimiento y prestigio en la industria de la moda colombiana. Sus diseños han sido elogiados por su originalidad, creatividad y excelencia artesanal, lo que ha generado una mayor demanda de sus productos tanto a nivel nacional como internacional.

Incremento en las Ventas y Expansión del Mercado: La exposición en el Festival Folclórico Colombiano ha generado un aumento significativo en las ventas de Jose Albadan, tanto de sus colecciones de moda festiva como de otras líneas de productos. Además, la participación en el festival ha contribuido a la expansión del mercado de la empresa, atrayendo nuevos clientes y oportunidades de negocio.

En resumen, los avances comerciales de Jose Albadan en el Festival Folclórico Colombiano han sido clave para su posicionamiento como una marca líder en el diseño y confección de trajes de baño, vestidos de gala y fantasía para reinas de belleza en Colombia. La participación en este evento ha proporcionado una plataforma invaluable para mostrar su talento y creatividad, así como para impulsar su crecimiento y éxito en la industria de la moda.

NIVELES DE VENTAS ULTIMOS TRES AÑOS

Año 1:

Ventas Promedio Mensuales: 9 millones de pesos COP

Producción Mensual: Se producen entre 500 y 600 prendas de alta costura para mujeres de tallas grandes.

Estrategia de Producción: Durante el primer año, la empresa se enfoca en establecerse en el mercado local, por lo que la producción se mantiene en niveles moderados para garantizar la calidad y la atención al cliente.

Año 2:

Ventas Promedio Mensuales: 9.5 millones de pesos COP

Producción Mensual: Se aumenta la producción a entre 600 y 700 prendas por mes para satisfacer la creciente demanda de los clientes.

Estrategia de Producción: Con una base de clientes establecida y una mayor demanda, la empresa optimiza sus procesos de producción para aumentar la eficiencia y cumplir con los pedidos de manera oportuna.

Año 3:

Ventas Promedio Mensuales: 10 millones de pesos COP

Producción Mensual: Se incrementa la producción a entre 700 y 800 prendas por mes para seguir atendiendo la demanda creciente y expandir la base de clientes.

Estrategia de Producción: En el tercer año, Jose Albadan se centra en la expansión del negocio, por lo que se realizan inversiones adicionales en maquinaria y personal para aumentar la capacidad de producción y mejorar la calidad de los productos.

Con un crecimiento constante en las ventas y la producción a lo largo de los años, Jose Albadan consolida su posición en el mercado de moda de alta costura para mujeres de tallas grandes, ofreciendo productos de calidad y satisfaciendo las necesidades de sus clientes de manera efectiva.

Legal:

AVANCES LEGALES

Los avances legales de Jose Albadan corresponden a:

En el ámbito legal, Jose Albadan ha experimentado avances significativos que han fortalecido su posición como empresa en la industria de la moda de alta costura para mujeres de tallas grandes. Aquí hay una descripción de los avances legales más relevantes:

Registro de Marca: Jose Albadan ha realizado las respectivas averiguaciones y capacitaciones para el registro de su marca ante las autoridades competentes, asegurando así la protección legal de su nombre comercial y logotipo. Este registro le otorga exclusividad sobre su marca y le permite protegerse contra el uso no autorizado por parte de terceros.

Cumplimiento Normativo: La empresa se ha dedicado a cumplir con todas las normativas legales aplicables en el ámbito comercial y de la moda. Esto incluye el cumplimiento de regulaciones sobre seguridad laboral, normas de calidad de productos textiles, protección del medio ambiente y cualquier otra legislación relevante para su actividad empresarial.

Contratos y Acuerdos Comerciales: Jose Albadan ha establecido contratos y acuerdos comerciales con proveedores, fabricantes, distribuidores y otros socios comerciales. Estos contratos están diseñados para proteger los intereses de la empresa y garantizar relaciones comerciales sólidas y beneficiosas para ambas partes.

Protección de Propiedad Intelectual: La empresa ha tomado medidas para proteger su propiedad intelectual, incluyendo diseños únicos, patrones de prendas, y otros activos creativos. Esto puede incluir el registro de diseños industriales y la firma de acuerdos de confidencialidad con empleados y colaboradores para proteger la información confidencial de la empresa.

Cumplimiento Fiscal y Contable: Jose Albadan se ha comprometido a cumplir con todas las obligaciones fiscales y contables establecidas por las autoridades tributarias locales y nacionales. Esto incluye la presentación oportuna de declaraciones de impuestos como persona natural.

Los avances legales de Jose Albadan han sido fundamentales para garantizar su operación legal y sostenible en el mercado de la moda. El cumplimiento normativo, la protección de la propiedad intelectual y el establecimiento de relaciones comerciales sólidas son aspectos clave que han contribuido al crecimiento y éxito continuo de la empresa.

Los avances legales de Jose Albadan con la creación de la empresa como persona natural en la Cámara de Comercio de Ibagué en los años 1999 y 2020 han sido fundamentales para establecer su presencia legal en el mercado y garantizar su operación dentro del marco legal establecido:

Creación de la Empresa en 1999:

En el año 1999, Jose Albadan dio un paso importante al registrar su empresa como persona natural en la Cámara de Comercio de Ibagué. Esto implicó el cumplimiento de todos los requisitos legales para la constitución de la empresa, incluyendo la presentación de los documentos necesarios y el pago de las tasas correspondientes.

La creación de la empresa como persona natural le otorgó a Jose Albadan un estatus legal y la capacidad de realizar actividades comerciales de manera formal. Esto le permitió establecer relaciones comerciales, emitir facturas, firmar contratos y cumplir con otras obligaciones legales y comerciales.

Renovación y Actualización en 2020:

En el año 2020, Jose Albadan llevó a cabo la renovación y actualización de su registro empresarial en la Cámara de Comercio de Ibagué. Esta renovación implicó la actualización de la información de la empresa, como cambios en la dirección, actividades comerciales, representantes legales, entre otros.

La renovación y actualización del registro empresarial garantizó que Jose Albadan siguiera operando dentro del marco legal actualizado y que cumpliera con todas las obligaciones legales vigentes.

Estos avances legales han sido fundamentales para establecer la presencia legal de Jose Albadan en el mercado y para garantizar su operación dentro de un marco legal establecido. La creación y actualización de la empresa en la Cámara de Comercio de Ibagué le han proporcionado a Jose Albadan la legitimidad necesaria para llevar a cabo sus actividades comerciales y han sentado las bases para su crecimiento y desarrollo continuo en la industria de la moda.

2 - Ficha técnica

8. Elabore la ficha técnica para cada uno de los productos(Bienes o servicios) que componen su portafolio :

Nombre especifico	Nombre comercial	Unidad de medida	Descripción	Condiciones especiales	Composición	Otros
Vestido línea de gala	Vestido elegante	Unidad	prenda de vestir elegante y sofisticada diseñada para ocasiones formales y ceremoniales, como eventos de gala, ceremonias de premios, bodas de noche, cenas de gala, bailes de graduación - etiqueta.	Limpieza profesional Plancha a temperatura baja evitar perfumes y cosméticos conservación en bolsa	Tela en blondas y encajes Hilos 100% algodon forro en tela de algodón 100% Empaque bolsas biodragradables Ambiente fresco y seco	Tallas: de la 12 a la 28 Prenda elaborada sobre medidas Materiales de alta calidad contiene adornos y detalles a mano Variedad de diseños y tonos
Conjunto linea ejecutiva	Conjunto ejecutivo	Unidad	diseñada para entornos profesionales y de negocios. Se compone típicamente de una chaqueta y una falda o pantalón a juego, combinados para crear un conjunto elegante y pulido.	Limpieza profesional Plancha a temperatura baja evitar perfumes y cosméticos conservación en bolsa	tela en algodón, fibras naturales, linos Hilos 100% algodon forro en tela de algodón 100% Empaque bolsas biodragradables Ambiente fresco y seco	Tallas: de la 12 a la 28 Prenda elaborada sobre medidas Materiales de alta calidad contiene adornos y detalles a mano Variedad de diseños y tonos
Blusa linea casual	Blusa casual	Unidad	prenda de vestir versátil y elegante que se adapta a una variedad de estilos y ocasiones	Limpieza profesional Plancha a temperatura baja evitar perfumes y cosméticos conservación en bolsa	tela en algodón, fibras naturales, linos Hilos 100% algodon forro en tela de algodón 100% Empaque bolsas biodragradables Ambiente fresco y seco	Tallas: de la 12 a la 28 Prenda elaborada sobre medidas Materiales de alta calidad contiene adornos y detalles a mano Variedad de diseños y tonos

IV. ¿Cómo desarrollo mi solución?

1 - Ingreso y condiciones comerciales

9. ¿Cómo obtendrá ingresos? Describa la estrategia de generación de ingresos para su proyecto

Se describen las estrategias de generación de ingresos para el proyecto Jose Albadan

ESTRATEGIAS DE PENETRACIÓN AL MERCADO

Para ingresar al mercado, luego de analizar la competencia y los clientes, cómo también identificar los componentes comunicativos para establecer los objetivos, metas a corto y largo plazo y así realizar una campaña de expectativa de la nueva colección. Además, se inicia una búsqueda detallada de clientes, a través de visitas y optimización de las redes sociales. Finalmente se realizará el lanzamiento de la segunda colección y de la marca.

ESTRATEGIAS DE VENTAS EN LAS REDES SOCIALES

Estrategia publicitaria en Redes Sociales: Actualmente, se tiene creada una fan page en facebook e Instagram y se proyecta a nuevas redes sociales como tik tok, donde se tendrá un cronograma editorial, para construir contenido según temas de interés, promociones, concursos, catálogo de productos y recomendaciones generales en diferentes temáticas tres veces a la semana.

ESTRATEGIAS DE VENTAS POR EMAIL

Luego de tener bases de datos, actualizada y autorizada por los clientes, se procederá a enviar a sus respectivos correos electrónicos información de la empresa, promociones y catálogos de productos.

VISITAS DE CLIENTES POTENCIALES

Se realizará mínimo dos visitas a clientes potenciales cada mes, donde se promocionará la marca, se dará a conocer el catálogo y muestras de los productos y se les invitará a conocer nuestras instalaciones.

LOCAL COMERCIAL

El punto de venta será un ambiente armonioso, estará ubicado estratégicamente, contará con adecuaciones y vestidores amplios, buena iluminación para que los clientes y consumidores puedan sentirse en un espacio agradable.

CREAR ALIANZAS O SINERGIAS CON OTRAS MARCAS

Se crearán alianzas comerciales con otras marcas, para complementar las prendas que no serán confeccionadas en nuestra empresa como jeans y los accesorios que se quieren ofrecer.

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

Debido a las exigencias del mercado comercial actual, Jose Albadan busca seguir expandiendo su línea comercial de manera eficiente y clara. Por tal razón se hace necesario crear la estrategia de comunicación que responda a

1)Identificación del público objetivo

2) Definición de los objetivo de comunicación

3)Diseños del mensaje

4) Selección de los medios de comunicación

5) Establecimiento del presupuesto de comunicación

6) Medición de los resultados de comunicación

7)Dirección y coordinación de todo el proceso.

ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN

Tienda física: Jose Albadan tendrá un espacio físico, acondicionado con espacios armoniosos y amplios, donde se realiza la exhibición de las prendas y venta de los productos. Contará con vestidores amplios, que faciliten la postura de las prendas.

Se contará con canales de distribución de manera indirecta para que nuestras prendas puedan llegar a cualquier parte del país. Y directa en los puntos de venta habilitados. Es de anotar que el empaque de nuestros productos, es amigable con el medio ambiente.

Tienda Virtual: Jose Albadan contará con un sitio web con carrito de compras que permita que los clientes realicen sus compras las 24 horas del día, los 7 días de la semana a través de internet. Anclado a las redes sociales como Facebook, Instagram, X, Tik Tok y Whatsapp Business.

ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

Promoción de ventas: un mes antes de cada lanzamiento de colección, por compra de dos prendas se dará el 50% de descuento en la prenda de menor valor. Por compras superiores a $400.000, se otorgará un 30% de descuento en prendas seleccionadas durante el mes de agosto. En fechas especiales se hará descuento del 15%, en prendas seleccionadas.

De igual manera para las clientes con vestidos de la línea gala, se les obsequiara un empaque especial para la conservación de sus productos.

ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD

Aviso publicitario con el nombre y el logo.

Portafolio digital

Participación en ferias locales y nacionales

Tarjetas de presentación

Ferias de emprendimiento locales y nacionales

Redes sociales

ESTRATEGIAS PARA LA GENERACIÓN DE INGRESOS

Venta de productos de ropa para mujeres de tallas grandes: La principal fuente de ingresos será la venta directa de prendas diseñadas y fabricadas por Jose Albadan. Esto incluye una amplia gama de ropa dirigidos específicamente a mujeres con problemas de sobrepeso y obesidad.

Venta en línea (e-commerce): A través de la tienda en línea de Jose Albadan, los clientes podrán realizar compras desde la comodidad de sus hogares. Se ofrecerá una experiencia de compra fácil y segura, con opciones de pago en línea y envío a domicilio.

Venta en puntos de venta físicos: Además de la tienda en línea, Jose Albadan planea establecer puntos de venta físicos en ubicaciones estratégicas, como centros comerciales o tiendas especializadas en moda para tallas grandes.

Servicios complementarios: Se podrían ofrecer servicios complementarios, como personalización de prendas o asesoramiento de estilo, por un costo adicional. Esto podría incluir la posibilidad de ajustar las prendas según las preferencias del cliente o crear prendas a medida.

Alianzas y colaboraciones: Jose Albadan podría establecer alianzas y colaboraciones con otras marcas, diseñadores o influencers en la industria de la moda para crear colecciones exclusivas o promociones especiales, generando ingresos adicionales a través de acuerdos de colaboración.

Eventos y promociones: La realización de eventos especiales, como desfiles de moda o lanzamientos de nuevas colecciones, así como la implementación de promociones y descuentos periódicos, podrían ayudar a impulsar las ventas y aumentar los ingresos.

La estrategia de generación de ingresos de Jose Albadan se basa en diversificar sus fuentes de ingresos a través de la venta de productos principales, servicios complementarios, canales de distribución en línea y físicos, así como mediante alianzas estratégicas y actividades promocionales. Esto le permitirá maximizar su potencial de ingresos y alcanzar una base de clientes más amplia en el mercado de moda para mujeres de tallas grandes.

PROTOCOLO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

Atención personalizada: Todos los empleados de Jose Albadan recibirán capacitación en atención al cliente para brindar un trato amable, cortés y profesional en todo momento. Se promoverá la empatía y la escucha activa para comprender las necesidades individuales de cada cliente.

Canal de comunicación: Se establecerán múltiples canales de comunicación para que los clientes puedan contactar a Jose Albadan, incluyendo teléfono, correo electrónico, chat en línea y redes sociales. Se garantizará una respuesta oportuna a todas las consultas y solicitudes de los clientes.

Resolución de problemas: Se implementarán procesos claros y eficientes para la resolución de problemas y la gestión de quejas. Se asignará a un equipo específico para manejar las quejas de los clientes de manera rápida y efectiva, buscando siempre soluciones satisfactorias.

Política de devoluciones y cambios: Se establecerán políticas claras y justas para devoluciones y cambios de productos. Se brindará información detallada sobre los procedimientos y requisitos para realizar devoluciones o cambios, garantizando la satisfacción del cliente.

Seguimiento postventa: Se realizará un seguimiento con los clientes después de realizar una compra para asegurarse de que estén satisfechos con su experiencia. Se recopilará retroalimentación para identificar áreas de mejora y oportunidades para fortalecer la relación con el cliente.

Capacitación continua: Se proporcionará capacitación regular al personal de atención al cliente para mantenerlos actualizados sobre los productos, políticas y procedimientos de la empresa. Se fomentará la mejora continua y la excelencia en el servicio al cliente

TACTICAS Y ESTRATEGIAS DE MERCADO

Marketing en redes sociales: Utilizar plataformas como Instagram, Facebook y Twitter para promocionar los productos de Jose Albadan, compartir contenido relevante y atractivo, interactuar con los seguidores y generar interés en la marca.

Campañas de publicidad digital: Llevar a cabo campañas de publicidad pagada en línea, como anuncios de Google, anuncios en redes sociales y marketing por correo electrónico, para llegar a una audiencia más amplia y dirigida, aumentar el conocimiento de la marca y generar conversiones de ventas.

Participación en eventos de moda: Participar en eventos de moda locales o regionales, desfiles de moda, ferias comerciales y otras actividades del sector para mostrar los productos de Jose Albadan, establecer contactos con clientes potenciales y fortalecer la presencia de la marca en la industria.

Programas de afiliados: Implementar un programa de afiliados donde influencers, bloggers de moda y otros socios puedan promocionar los productos de Jose Albadan a cambio de comisiones por ventas generadas, ampliando así el alcance de la marca a nuevas audiencias.

Alianzas estratégicas: Establecer alianzas con otras marcas, diseñadores o empresas complementarias en la industria de la moda para colaboraciones en productos, eventos conjuntos o promociones cruzadas que beneficien a ambas partes y aumenten la visibilidad

Ofertas y promociones: Lanzar ofertas especiales, descuentos, promociones de temporada y programas de fidelización para incentivar las compras y premiar la lealtad de los clientes.

Optimización de la experiencia de compra: Mejorar continuamente la experiencia de compra en línea y en tiendas físicas mediante la optimización del sitio web, la simplificación del proceso de compra, la mejora del servicio al cliente y la creación de un ambiente acogedor en las tiendas.

Marketing de contenido: Crear y compartir contenido relevante y valioso relacionado con la moda, consejos de estilo, guías de tallas, entre otros, a través del blog de la empresa y otros canales para establecer la marca como una autoridad en el mercado y generar confianza entre los clientes.

ESTRATEGIA DE APROVICIONAMIENTO

La estrategia de aprovisionamiento para Jose Albadan se centrará en asegurar el suministro constante de materiales de alta calidad necesarios para la fabricación de sus productos de ropa para mujeres de tallas grandes. Esta estrategia se basará en la eficiencia, la calidad y la sostenibilidad. A continuación, se describen elementos clave de la estrategia de aprovisionamiento:

Selección de proveedores confiables: Identificar y establecer relaciones sólidas con proveedores de tela, materiales y otros insumos que cumplan con los estándares de calidad y sostenibilidad establecidos por Jose Albadan. Se priorizarán los proveedores que ofrezcan materiales duraderos, de alta calidad y respetuosos con el medio ambiente.

Diversificación de proveedores: Diversificar las fuentes de aprovisionamiento para reducir el riesgo de interrupciones en el suministro. Se buscarán proveedores tanto locales como internacionales que puedan ofrecer una amplia gama de opciones de materiales y precios competitivos.

Negociación de contratos: Negociar contratos a largo plazo con los proveedores clave para garantizar precios estables y condiciones favorables de pago. Se buscarán acuerdos que permitan a Jose Albadan obtener descuentos por volumen y acceso a nuevos productos o tecnologías.

Control de calidad: Establecer procesos de control de calidad rigurosos para verificar la calidad de los materiales recibidos. Se realizarán inspecciones periódicas para garantizar que los materiales cumplan con los estándares de calidad y especificaciones técnicas requeridas.

Gestión de inventarios: Implementar sistemas de gestión de inventarios eficientes para optimizar los niveles de stock y minimizar los costos de almacenamiento. Se realizarán pronósticos de demanda precisos para evitar excesos o faltantes de inventario.

Sostenibilidad: Priorizar proveedores que sigan prácticas sostenibles en la producción de materiales y que estén comprometidos con la reducción del impacto ambiental. Se buscarán materiales reciclados, orgánicos o de origen ético siempre que sea posible.

Comunicación y colaboración: Mantener una comunicación abierta y colaborativa con los proveedores para resolver rápidamente cualquier problema que surja y buscar oportunidades de mejora continua en la cadena de suministro.

POLÍTICA DE GARANTIA

La política de garantía de Jose Albadan está diseñada para garantizar la satisfacción del cliente y respaldar la calidad de nuestros productos:

Garantía de Calidad: Nos comprometemos a ofrecer productos de alta calidad que cumplan con los más altos estándares de diseño y confección. Todos nuestros productos son sometidos a rigurosos controles de calidad durante el proceso de fabricación para garantizar su durabilidad y fiabilidad.

Garantía de Producto: Garantizamos que todos nuestros productos están libres de defectos de fabricación y materiales. En caso de que un producto presente algún defecto dentro del período de garantía, ofrecemos reparación, reemplazo o reembolso, según corresponda, de acuerdo con nuestras políticas y procedimientos establecidos.

Período de Garantía: El período de garantía para nuestros productos es de 1 MES, a partir de la fecha de compra. Durante este período, nos comprometemos a brindar asistencia y soluciones rápidas y eficientes para cualquier problema relacionado con la calidad o el funcionamiento de nuestros productos.

Procedimiento de Reclamación: Para hacer valer la garantía, el cliente debe presentar el comprobante de compra y describir detalladamente el problema o defecto del producto. Nuestro equipo de servicio al cliente evaluará la reclamación y tomará las medidas necesarias para resolver el problema de manera oportuna y satisfactoria para el cliente.

Exclusiones de la Garantía: Nuestra garantía no cubre daños causados por un uso indebido, negligencia, accidentes, modificaciones no autorizadas, exposición a condiciones extremas o cualquier otra circunstancia fuera de nuestro control. Además, la garantía no cubre el desgaste normal de los productos debido al uso regular.

Atención al Cliente: Nos comprometemos a brindar un servicio al cliente excepcional y a responder de manera rápida y eficiente a todas las consultas y reclamaciones relacionadas con la garantía de nuestros productos. Nuestro objetivo es garantizar la plena satisfacción del cliente en todo momento.

10. Describa las condiciones comerciales que aplican para el portafolio de sus productos:

Cliente	Volúmenes y Frecuencia	Características Compra	Sitio de Compra	Forma de Pago	Precio	Requisitos Post-Venta	Garantías	Margen de Comercialización
Mujeres ejecutivas y profesionales de 30 a 60 años de la ciudad de Ibagué	Volumen de compra y frecuencia: 6 prendas en promedio al año. Se compra en fechas especiales o de forma ocasional.	Características de la compra: Calidad, diseño de la prenda, favorecimiento con la figura, tendencias, precio, textura de la tela. Empaque: amigable con el ambiente y funcional para segundos usos	Sitios de compra: Almacenes donde venden tallas grandes o por internet	Forma de pago, de contado o por tarjetas electronicas	$ 300,000.00	Requisitos posventa: Prenda de buena calidad Durabilidad, atención de asesoria posventa	Garantías en: calidad, producto, tiempo de la garantía, procedimiento de reclamación	No aplica el margen de comercialización, debido a que el canal de comercialización es directo

2 - Proyección

11. Realice la proyección de cantidades y precios de venta (mensual). Justifique los resultados y señala la forma de pago:

Listado de productos

Nombre de Producto	Unidad de medida	Forma de pago	Justificacion	Iva
Vestido línea de gala	Unidad	Forma de pago: contado	La proyección de ventas se realizó teniendo en cuenta la validación de la empresa y el estudio de mercado. De igual manera se hizo un estudio de la estacionalidad	0
Conjunto linea ejecutiva	Unidad	Forma de pago: contado	La proyección de ventas se realizó teniendo en cuenta la validación de la empresa y el estudio de mercado. De igual manera se hizo un estudio de la estacionalidad	0
Blusa linea casual	Unidad	Forma de pago: contado	La proyección de ventas se realizó teniendo en cuenta la validación de la empresa y el estudio de mercado. De igual manera se hizo un estudio de la estacionalidad	0

Ingresos por ventas

Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Vestido línea de gala	$ 25,600,000	$ 45,320,000	$ 53,724,000	$ 63,888,000	$ 76,133,200
Conjunto linea ejecutiva	$ 33,600,000	$ 59,829,000	$ 70,893,900	$ 84,412,020	$ 100,232,286
Blusa linea casual	$ 31,200,000	$ 55,484,000	$ 65,908,700	$ 78,382,590	$ 93,072,837
Total	**$ 90,400,000**	**$ 160,633,000**	**$ 190,526,600**	**$ 226,682,610**	**$ 269,438,323**
Iva	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
Total mas Iva	**$ 90,400,000**	**$ 160,633,000**	**$ 190,526,600**	**$ 226,682,610**	**$ 269,438,323**

3 - Normatividad y condiciones técnicas

12. Describa la normatividad que debe cumplirse para el portafolio definido anteriormente: Identificación de la norma, procesos, costos y tiempos asociados al cumplimiento de la normatividad.

Normatividad empresarial (constitución empresa):

NORMATIVIDAD EMPRESARIAL

A continuación, se describe la normatividad que debe cumplirse para el portafolio definido, identificando la norma, proceso, costos y tiempos asociados al cumplimiento de la normatividad

Se relaciona la normatividad empresarial

La empresa JOSE ALBADAN, se constituirá como S.A.S.

Constitución: El trámite de constitución de la empresa será 7 días hábiles y se tramitará ante la Cámara de Comercio de Ibagué. La empresa se constituirá con un capital de $ 11.500.000 COP, como Capital Suscrito y pagado, de acuerdo con aporte social del emprendedor.

El Gerente y representante legal de la empresa Jose Albadan, será el emprendedor Jose Albada, se estima un costo de $700.000 setecientos mil pesos para realizar los trámites de constitución.

Registro Mercantil:

Es una instancia legal que deben efectuar todas las personas naturales, sociedades comerciales y civiles, establecimientos de comercio, sucursales o agencias, sucursales de sociedades extranjeras y empresas asociativas de trabajo, que ejerzan actividades comerciales. Para formalizar la empresa se requieren los siguientes documentos: cédula, copia del último pago de servicios públicos, llevar el número de registro catastral, predial, consulta previa de viabilidad verificación nombre del establecimiento, y diligenciar el formulario.

Se realiza ante DIAN, la solicitud de la resolución de autorización de facturación y firma digital del representante legal y contador para presentación de declaraciones. Este proceso tiene una duración de 2 horas.

Renovación del registro mercantil

De conformidad con el artículo 33 del Código de Comercio, es obligación de los comerciantes renovar su matrícula anualmente e informar a la correspondiente cámara de comercio la pérdida de su calidad de comerciante, así como las demás mutaciones referentes a su actividad comercial a fin de que se tome nota de ello en el registro correspondiente.

Normatividad tributaria:

NORMATIVIDAD TRIBUTARIA

A continuación, se describe la normatividad que debe cumplirse para el portafolio definido, identificando la norma, proceso, costos y tiempos asociados al cumplimiento de la normatividad

Se relaciona la normatividad tributaria

Las obligaciones formales son cinco básicamente:

Inscribirse y actualizar la información contenida en el Registro Único Tributario - RUT

Informar la actividad económica desarrollada y la dirección en el RUT, y actualizar la información. Certificar las retenciones en la fuente hechas por concepto del impuesto sobre la renta.

Informar y atender los requerimientos de la Administración de Impuestos.

Exigir por la compra de bienes y servicios, las facturas o documentos equivalentes

Las obligaciones sustanciales

Hacen referencia a cumplir con el deber de liquidar y pagar el impuesto que les corresponda, o de efectuar las retenciones en caso de ser agentes de retención.

Jose Albadan, tiene la obligación de liquidar y presentar los siguientes impuestos:

Información exógena: esta deberá ser presentada a la DIAN anualmente. Consiste en informar acerca de las transacciones realizadas por la empresa en el año inmediatamente anterior.

Impuesto de Industria y comercio: Este es un impuesto Municipal que se debe pagar mediante la declaración de Industria y Comercio anualmente, el cual se liquida con base en los ingresos obtenido en el año inmediatamente anterior. Este impuesto fue calculado en los gastos administrativos y será pagadero a partir del segundo año de funcionamiento de la empresa.

Retención en la Fuente: la empresa está obligada igualmente a practicar retención sobre aquellas compras cuyos topes superen las respectivas tablas de retención aplicando las tarifas según corresponda. Se contará con la asesoría por parte del contador de la empresa quien será vinculado a través de la modalidad de prestación de servicios.

Impuesto de Renta: Exención de renta por 7 años para empresas de Economía Naranja - Sector moda y confección

Decreto 286 de 2020

Este incentivo fiscal está dirigido a empresas, cuyo objeto social esté exclusivamente ligado al desarrollo de actividades culturales, creativas y/o de base tecnológica. Los interesados en aplicar a este beneficio deben ser contribuyentes del impuesto sobre la renta y complementarios del régimen ordinario, y tener su domicilio principal dentro del territorio colombiano.

Art. 476. Servicios excluidos del impuesto sobre las ventas.

Los servicios de publicidad en periódicos que registren ventas en publicidad a 31 de diciembre del año inmediatamente anterior inferiores a 180.000 UVT.

Las exclusiones previstas en este numeral no se aplicarán a las empresas que surjan como consecuencia de la escisión de sociedades que antes de la expedición de la presente Ley conformen una sola empresa ni a las nuevas empresas que se creen cuya matriz o empresa dominante se encuentre gravada con el IVA por este concepto.

Normatividad técnica (Permisos, licencias de funcionamiento, registros, reglamentos):

NORMATIVIDAD TÉCNICA

A continuación, se describe la normatividad que debe cumplirse para el portafolio definido, identificando la norma, proceso, costos y tiempos asociados al cumplimiento de la normatividad

Se relaciona la normatividad técnica de permisos, licencias de funcionamiento, registros y reglamentos: Declaración de industria y comercio y complementarios (Avisos y tableros y sobre tasa de bomberos)

Certificado de uso de suelos: Para desarrollar la actividad económica se debe diligenciar solicitar en la oficina de planeación Municipal el certificado de uso de suelos donde el concepto debe ser Compatible.

Bomberos: se solicitará la visita técnica ante la Alcaldía Municipal de Ibagué con el fin de que los funcionarios verifiquen que la empresa cumple con la normatividad de seguridad industrial.

Ley de Protección de Datos Personales

Esta Ley reconoce y protege el derecho que tienen todas las personas a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bases de datos o archivos que sean susceptibles de tratamiento por entidades de naturaleza pública o privada.

Según la SIC, los datos personales son toda aquella información asociada a una persona y que permite su identificación. Estos datos se recogen cuando ocurren interacciones de las personas con empresas y/o entidades y son necesarios de recolectar para contribuir al desarrollo económico y el mejoramiento de los bienes y servicios.

De forma específica, para CDM, esta Ley aplica en su labor de nutrición de bases de datos con información de leads, prospectos y clientes. Por tanto, el procedimiento para proteger estos datos indica que deben registrarse dichas bases de información anualmente ante el Directorio Público RNBD.

De igual manera, se sugiere que, las bases de datos a registrar son las que contengan datos personales cuyo tratamiento automatizado o manual se realice por personas naturales o jurídicas, de naturaleza pública o privada, en el territorio colombiano o fuera de él, en este último caso, siempre que al Responsable del Tratamiento o al Encargado del Tratamiento le sea aplicable la legislación colombiana en virtud de normas y tratados internacionales.

NORMATIVIDAD TÉCNICA del SECTOR CONFECCIÓN

En Colombia, existen normas técnicas sectoriales específicas para la industria de confecciones, las cuales establecen los requisitos y especificaciones técnicas que deben cumplir los productos textiles y de vestuario. Estas normas son elaboradas por entidades como el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC) y se basan en estándares internacionales y buenas prácticas de la industria. Algunas de las normas técnicas sectoriales más relevantes para las empresas de confección en Colombia incluyen:

NTC 1313: Esta norma establece los requisitos para la confección y el etiquetado de prendas de vestir, incluyendo especificaciones sobre materiales, acabados, tallas, y etiquetado informativo.

NTC 1669: Norma que establece los requisitos de calidad para la confección de camisas de algodón y poliéster, incluyendo aspectos como las costuras, los botones, y la resistencia de los materiales.

NTC 1624: Especifica los requisitos para la confección de pantalones, tanto en términos de diseño y acabado como de materiales utilizados.

NTC 1730: Norma que establece los requisitos de calidad para la confección de ropa interior, incluyendo aspectos como el ajuste, la elasticidad de los tejidos y la resistencia de las costuras.

NTC 1822: Esta norma establece los requisitos para la confección de trajes de baño, incluyendo especificaciones sobre los materiales utilizados, el diseño, y las pruebas de resistencia al agua y al cloro.

NTC 2045: Norma que establece los requisitos de calidad para la confección de prendas de protección contra riesgos térmicos, como uniformes para trabajadores expuestos a altas temperaturas.

NTC 2878: Especifica los requisitos para la confección de uniformes escolares, incluyendo aspectos como el diseño, los materiales utilizados y el etiquetado.

Estas normas técnicas sectoriales son de aplicación voluntaria, pero su cumplimiento puede ser requerido por clientes o reguladores como parte de los estándares de calidad y seguridad. Las empresas de confección que deseen garantizar la calidad y la competitividad de sus productos suelen adoptar estas normas como parte de sus procesos de producción y control de calidad.

Normatividad laboral:

NORMATIVIDAD LABORAL

A continuación, se describe la normatividad que debe cumplirse para el portafolio definido, identificando la norma, proceso, costos y tiempos asociados al cumplimiento de la normatividad

Se relaciona la normatividad laboral

Se acoge al Decreto 1828 de 2013

“Que adicionalmente, a partir del 1 de enero de 2014, la ley 1607 de 2012 exonera del pago de las cotizaciones al sistema general de seguridad social en salud a las sociedades y personas jurídicas y asimiladas contribuyentes declarantes del impuesto sobre la renta y complementarios y sujetos pasivos del impuesto sobre la renta para la equidad – cree, y a las personas naturales empleadoras de al menos dos (2) trabajadores, por sus empleados que devenguen, individualmente considerados, menos de diez (10) salarios mínimos mensuales legales vigentes.”

Para realizar un proceso de reclutamiento de personal idóneo para la empresa, se realizará el siguiente proceso:

1. Consecución: Teniendo en cuenta las necesidades de personal identificadas para la ejecución del proyecto. 2. Reclutamiento: Se realizará un proceso de reclutamiento externo

3. Selección: Teniendo en cuenta el perfil de cada puesto de trabajo

El proceso de selección a realizar será:

Recepción de hojas de vida: Estas serán entregadas por los candidatos postulados a través del proceso de reclutamiento.

Preselección: Teniendo en cuenta el perfil de cada puesto de trabajo se realizará una comparación de lo solicitado contra lo ofertado por los candidatos, con el fin de seleccionar las hojas de vida que más se ajusten al perfil solicitado.

Entrevista: el emprendedor realizara la entrevista a las personas seleccionadas.

Selección: Se escogerá el candidato que cumplan con las expectativas de acuerdo al perfil de los puestos de trabajo Este proceso será aplicado para todo el personal excepto al emprendedor.

La contratación del personal se realizará así:

Contrato a término fijo por nomina: el cual tiene fecha de terminación establecida. El empleado goza de todas las prestaciones sociales establecidas por la ley y tiene beneficios adicionales como la opción de vinculación a cooperativas empresariales y ayudas especiales de acuerdo con cada empresa; con posibilidad de optar por créditos y préstamos entre otros. Las personas contratadas bajan esta modalidad serán el gerente (emprendedor) y operario

Para el contador la empresa maneja un contrato civil por prestación de servicios profesionales (honorarios), este tipo de contrato se celebra de manera bilateral entre una empresa y una persona (natural o jurídica) especializada en alguna labor específica. La remuneración se acuerda entre las partes y no genera relación laboral ni obliga a la organización a pagar prestaciones sociales. La duración es igualmente en común acuerdo dependiendo del trabajo a realizar.

Inducción: La persona encargada de realizar el proceso de inducción será el gerente de la empresa. Esta inducción será general y especifica.

Jose Albadan realizara el manual de seguridad industrial de acuerdo al decreto 1072 de 2015, el cual manifiesta que a partir de 1 de junio de 2017 las empresas deben cumplir con este requisito. En las proyecciones financieras en el año 1 en gastos administrativos se realiza el cálculo por valor de $1.500.000 y en los años posteriores se realiza el cálculo de la actualización.

Decreto Ley 2663 de 1950: Por el cual se adopta el Código Sustantivo del Trabajo. Norma las relaciones que deben darse entre empleadores y trabajadores en Colombia, cualquier empresa que trabaje desde la formalidad, debe dar cumplimiento a lo consignado en el Código. El Código Sustantivo del Trabajo, plantea derechos para el trabajador tales como:

Salario: El cuál debe ser acorde al perfil y las funciones a desempeñar por parte del empleado, no puede ser inferior a un salario mínimo mensual legal vigente, para el presente año del 2024 está fijado en $1.300.000 pesos colombianos

Auxilio de Transporte: Es una figura creada por la ley 15 de 1959, y reglamentado por el decreto 1258 de 1959, con el objetivo de subsidiar el costo de movilización de los empleados desde su casa al lugar de trabajo, el cual para el 2024 fue fijado en 162.000 pesos colombianos y que se paga a los trabajadores que devengan hasta dos salarios mínimos mensuales. Se puede determinar que en caso de que el empleado viva a menos de 1 kilómetro del sitio de trabajo no tiene derecho al auxilio de transporte.

Prestaciones Sociales: Las prestaciones sociales son beneficios legales que el empleador paga a sus trabajadores adicionalmente al salario ordinario, para atender necesidades o cubrir riesgos originados durante el desarrollo de su actividad laboral.

Dotaciones: es una prestación social a cargo del empleador que se debe suministrar a los trabajadores que devenguen hasta dos salarios mínimos mensuales legales vigentes. Se ha de entregar al trabajador una dotación cada 4 meses para un total de tres dotaciones al año.

Normatividad ambiental:

NORMATIVIDAD AMBIENTAL

A continuación, se describe la normatividad que debe cumplirse para el portafolio definido, identificando la norma, proceso, costos y tiempos asociados al cumplimiento de la normatividad Se relaciona la normatividad ambiental

Colombia cuenta con una legislación ambiental bastante fuerte pero que pocas empresas conocen y cumplen a cabalidad, por lo cual el Decreto 1299 de 2008 que reglamenta el artículo octavo de la Ley 1124 de 2007, expone la obligación de cada organización, para que desarrolle su actividad productora en el país, mediante la implementación y respeto por la norma ambiental.

Las actividades ambientales que realizara la empresa son:

Desconectar los aparatos eléctricos cuando no estén en funcionamiento Uso de luces tipo LED

Canecas de clasificación de residuos solidos

Buenas prácticas ambientales en la prestación de los servicios (bajo uso de elementos plásticos para hidratación o refrigerios, planta de energía cuando se requiera exclusivamente)

IMPACTO AMBIENTAL

El emprendimiento "Jose Albadan", enfocado en confecciones para personas gordas, podría tener varios impactos en el medio ambiente, tanto positivos como negativos. Es fundamental identificar y abordar estos impactos de manera proactiva para mitigar cualquier efecto negativo y maximizar los beneficios ambientales. A continuación, se presentan algunos posibles impactos ambientales, medidas preventivas, acciones de mitigación y procesos de medición:

Impactos Potenciales en el Medio Ambiente:

Consumo de Recursos Naturales: La producción de prendas de vestir requiere el uso de recursos como agua, energía y materias primas textiles, lo que puede contribuir a la escasez de recursos y al agotamiento de los ecosistemas.

Contaminación del Agua y del Aire: Los procesos de fabricación textil, como el teñido y el acabado, pueden contaminar el agua y el aire con productos químicos tóxicos y emisiones de gases de efecto invernadero.

Generación de Residuos: La industria de la confección produce una gran cantidad de residuos, tanto sólidos como líquidos, que pueden contaminar el medio ambiente si no se gestionan adecuadamente.

Medición de Impactos:

Huella Ecológica: Se puede medir la huella ecológica del emprendimiento para evaluar su impacto en términos de consumo de recursos naturales y emisiones de carbono.

Consumo de Agua y Energía: Registrar y monitorear el consumo de agua y energía en los procesos de producción para identificar áreas de mejora y reducir el impacto ambiental.

Generación de Residuos: Llevar un registro de la cantidad y el tipo de residuos generados durante la fabricación de prendas, así como implementar sistemas de reciclaje y reutilización. Acciones Preventivas:

Selección de Materiales Sostenibles: Utilizar materiales textiles orgánicos, reciclados o certificados por estándares ambientales para reducir el impacto ambiental de la producción. Optimización de Procesos: Implementar prácticas de producción eficientes y tecnologías limpias para minimizar el consumo de recursos y reducir las emisiones contaminantes.

Gestión de Residuos: Establecer sistemas de gestión de residuos para reciclar, reutilizar y reducir los desechos textiles, así como promover el eco-diseño de productos.

Acciones de Mitigación:

Compensación de Emisiones: Compensar las emisiones de carbono mediante la implementación de proyectos de reforestación, energías renovables u otras iniciativas de mitigación climática.

Educación y Sensibilización: Sensibilizar a los empleados y a los clientes sobre la importancia de la sostenibilidad ambiental y fomentar prácticas responsables en toda la cadena de suministro.

Certificaciones Ambientales: Obtener certificaciones ambientales reconocidas para demostrar el compromiso del emprendimiento con la protección del medio ambiente y la responsabilidad social corporativa.

Proceso de Mitigación:

Evaluación de Impacto Ambiental: Realizar evaluaciones periódicas del impacto ambiental del emprendimiento para identificar áreas de mejora y establecer metas de reducción.

Implementación de Medidas Correctivas: Tomar medidas correctivas inmediatas en caso de detectar impactos ambientales negativos, como la contaminación del agua o la generación excesiva de residuos.

Monitorización Continua: Mantener un monitoreo constante de los indicadores ambientales clave y ajustar las prácticas operativas según sea necesario para garantizar la sostenibilidad a largo plazo.

En resumen, el emprendimiento "Jose Albadan" debe adoptar un enfoque holístico para abordar los impactos ambientales de su actividad, desde la selección de materiales hasta la gestión de residuos y la compensación de emisiones. Mediante la implementación de medidas preventivas y acciones de mitigación, el emprendimiento puede reducir su huella ambiental y contribuir a la protección del medio ambiente mientras desarrolla su negocio de confecciones para personas gordas.

Registro de marca – Propiedad intelectual:

REGISTRO DE MARCA

A continuación, se describe la normatividad que debe cumplirse para el portafolio definido, identificando la norma, proceso, costos y tiempos asociados al cumplimiento de la normatividad Se relaciona la normatividad de registro de marca y propiedad intelectual

Con la aprobación de la Ley 201 de 2012, conocida como Ley Lleras 2.0, uno de los temas que se empieza a modificar es el de propiedad intelectual y derechos de autor en el ámbito informático. Asimismo, en la Dirección Nacional de Derechos de Autor DNDA se contemplan todos los conceptos para conocer los derechos sobre los contenidos y la comunicación online, además de la forma adecuada de administrar estos, de acuerdo a la legislación nacional e internacional sobre la materia.

Entorno a los derechos de autor, se encuentra que es un tema de consulta y referencia permanente para los publicistas y en general y por extensión, a diseñadores, artistas y personas allegadas al sector de las industrias creativas.

La empresa, en su ejercicio de actividades creativas, debe considerar todas las implicaciones no sólo de registrar obras, sino también de infringir las leyes de Copyright por el uso indebido de piezas de contenidos protegidas. De igual forma, es necesario revisar la Ley para discernir hasta dónde va el alcance de autoría en los contenidos que un creativo desarrolle para CDM y el efecto que esto cobra cuando finalmente la obra se entregada al cliente.

Referente al registro de marca la empresa realizara el trámite ante la superintendecia de industria y comercio, en el presupuesto está establecido un rubro por valor de $ 1.200.000, al tercer año de funcionamiento. El emprendedor NO se compromete a realizar el registro de marca en el primer año de funcionamiento de la empresa

Competencias blandas, Conocimiento del negocio, Barrera de imitación, Factores comerciales, Diferenciación, Factores financieros, Factores Técnicos, Factores normativos, Socio-económico, Capacidad de implementación, Tendencia del mercado, Mercado y tendencias de crecimiento, fortaleza de la competencia, Nivel de exigencia de la demanda, canales de distribución, venta directa, Comisiones comerciales, logística de la cadena de distribución, Condiciones de manejo, entrega y devolución de producto, mercado objetivo persona jurídica, actividad económica, cliente, Consumidor, Gustos, Preferencias, Hábitos de consumo, empaque, etiqueta, imagen gráfica, condiciones de entrega, Recibo a satisfacción, posventa, Gestión de quejas y reclamos, Comunicación posventa, Manejo de devoluciones, Medición de satisfacción del cliente, políticas de garantías, Competencia, grupo etario, nivel educativo, genero, profesión o actividad económica, Ubicación geográfica, Hábitos y preferencias de consumo, estrategia de promoción, modelo de negocio, experiencia comercial, marketing mix, venta de producto, promoción comercial, política de compras adquisiciones, Selección de proveedores, Localización, Plazo de entrega, Especificaciones de compra, Necesidades, imagen corporativa, logo, manual de imagen gráfica, registro de marca, posicionamiento de marca, Identificación de riesgo, plan de mitigación, alianza, impacto, medio ambiente, productividad, perfil del cliente consumidor, riesgos técnicos, productos sustitutos, estrategia de precios y descuentos, oferta y demanda, costo – beneficio, comercialización, modelos organizativos, innovación, competitividad, rentabilidad, ingresos, política de compras adquisiciones , Perfil de cliente, Mercado objetivo, Grupos poblacionales, Características, Motivos de compra, Necesidad, Problemática : causas consecuencias, Ideación , Validación, Investigación de mercados, PIB, Consumo percapita, Porcentaje de crecimiento, problemáticas sectoriales, Tendencias, Productos sustitutos y complementarios. Precio: definir precio y descripción de los productos y servicios que incluye. Logística y distribución: Canales de distribución, incluir pequeña descripción. Oferta de productos de la empresa, Producto o servicio en función del cliente, Propuesta de valor, Concepto de Negocio, Métodos de validación, Lean Canvas, Jobs to be done, Investigación de mercado, Motivaciones de compra, Propuesta de valor, experiencia previa en el aspecto comercial del emprendimiento, Competencias blandas, Competencias duras, Ficha Técnica, Cartas de intención de compra, Clientes, Grado de aceptación, Estrategia de comunicación, Estrategia de promoción, Estrategia de distribución, Estrategia de aprovisionamiento, Estrategia de precio, la empresa obtendrá ingresos, Sector, Bioseguridad, Sistema de Gestión y seguridad en el trabajo, Normatividad técnica sectorial, Política de privacidad, Registro de marca, Propiedad intelectual, Derechos de autor, Condiciones técnicas, Actividad, personas responsables, Elementos utilizados, duración de proceso, Capacidad instalada, Capacidad utilizada, Habilidades blandas: Liderazgo, responsabilidad.

13. Describa las condiciones técnicas más importantes que se requieren para la operación del negocio.

CONDICIONES TÉCNICAS

Para la empresa "Jose Albadan" del sector de confecciones, las condiciones técnicas más importantes que se requieren para su operación efectiva incluyen una combinación de instalaciones adecuadas, equipamiento especializado, tecnología, y procesos de producción eficientes. A continuación, se describen estas condiciones técnicas clave:

Instalaciones Adecuadas: Se necesitan instalaciones espaciosas y bien iluminadas para llevar a cabo las actividades de diseño, corte, confección y almacenamiento de prendas. Es importante contar con áreas separadas y equipadas específicamente para cada etapa del proceso de producción.

Maquinaria Especializada: La empresa debe estar equipada con maquinaria especializada para la confección de prendas de vestir, como máquinas de coser industriales, máquinas de corte de telas, máquinas de estampado y bordado, entre otras. Estas máquinas deben estar en buen estado y ser mantenidas regularmente para garantizar su funcionamiento óptimo.

Tecnología de Diseño y Producción: Se requiere software de diseño de moda y sistemas de gestión de producción para optimizar los procesos de diseño, desarrollo de patrones, seguimiento de inventario y control de calidad. La implementación de tecnología adecuada puede mejorar la eficiencia y la precisión en todas las etapas del ciclo de producción.

Materiales de Calidad: Es fundamental contar con materias primas de alta calidad, como telas, hilos, botones y otros insumos, para garantizar la durabilidad y la estética de las prendas. Esto implica establecer relaciones sólidas con proveedores confiables y realizar un control de calidad riguroso en la recepción de los materiales.

Control de Calidad: Se deben implementar procedimientos de control de calidad en todas las etapas del proceso de producción para garantizar que las prendas cumplan con los estándares de calidad y diseño establecidos. Esto incluye inspecciones visuales, pruebas de resistencia y durabilidad, así como la verificación de dimensiones y acabados.

Gestión Ambiental: La empresa debe adoptar prácticas sostenibles en su operación, como la gestión eficiente de recursos naturales, la minimización de residuos y el uso de materiales eco-amigables. Esto implica el cumplimiento de regulaciones ambientales y la implementación de políticas internas de responsabilidad ambiental.

Seguridad Laboral: Se deben establecer medidas de seguridad y salud ocupacional para proteger a los trabajadores de accidentes y lesiones en el lugar de trabajo. Esto incluye la capacitación en el uso seguro de maquinaria, la disponibilidad de equipo de protección personal y la implementación de protocolos de emergencia.

Logística y Distribución: Se requiere un sistema eficiente de logística y distribución para asegurar la entrega oportuna de las prendas a los clientes. Esto implica la gestión de inventario, el embalaje adecuado de los productos y la coordinación de los procesos de transporte y entrega.

En resumen, para la operación exitosa de la empresa "Jose Albadan" en el sector de confecciones, es crucial contar con instalaciones adecuadas, maquinaria especializada, tecnología, materiales de calidad, control de calidad, gestión ambiental, seguridad laboral y logística eficiente. La combinación de estas condiciones técnicas contribuirá a la producción de prendas de alta calidad y al éxito a largo plazo del negocio.

4 - Requerimientos

14. Defina los requerimientos en: Infraestructura - adecuaciones, maquinaria y equipos, muebles y enseres, y demás activos

14.1. ¿Para el funcionamiento del negocio, es necesario un lugar físico de operación? (SI / NO, justificación) **SI**

Sí, para el funcionamiento del negocio de confecciones como "Jose Albadan", es necesario un lugar físico de operación. Esta justificación se basa en varias razones:

Producción: Se requiere un espacio adecuado para llevar a cabo las actividades de diseño, corte, confección y acabado de las prendas de vestir. Este espacio debe ser lo suficientemente grande para albergar la maquinaria necesaria y permitir el movimiento de los trabajadores y materiales.

Almacenamiento: Se necesitan áreas de almacenamiento para guardar materias primas, productos en proceso y productos terminados. Estos espacios deben estar organizados de manera que se facilite la identificación y manipulación de los materiales y prendas.

Oficinas Administrativas: Además del área de producción, se requiere un espacio para las oficinas administrativas donde se llevarán a cabo actividades como la gestión de pedidos, la contabilidad, el marketing y la atención al cliente.

Atención al Cliente: Es importante contar con un lugar físico donde los clientes puedan visitar la tienda, ver los productos disponibles, realizar pedidos personalizados y recibir atención personalizada por parte del personal de ventas.

Un lugar físico de operación es fundamental para el funcionamiento efectivo del negocio de confecciones "Jose Albadan", ya que proporciona el espacio necesario para la producción, almacenamiento, administración y atención al cliente.

ESTUDIO DE LOCALIZACIÓN

Macrolocalizacion: La macrolocalización del proyecto será en el departamento del Tolima.

Microlocalizacion: El proyecto será desarrollado en el municipio Ibagué, donde se ubicaran las instalaciones de la empresa.

Localización

Sería necesaria un espacio locativo en la cual se fabricarán y comercializaran las prendas de vestir. Esta estaría localizada en Ibagué, Tolima. El emprendedor ha identificado el centro comercial Combeima donde se tiene dos locales comerciales y se han validado con resultados buenos.

14.2. Identifique los requerimientos de inversión

1. Infraestructura - Adecuaciones

Descripción	Requisitos Técnicos	Fuente de Financiación	Cantidad	Valor Unitario
Adecuaciones locativas	Se requieren adecuaciones para el local comercial en o referente a pisos, paredes e iluminación	Fondo Emprender	1	$ 20,000,000.00
Total:				**$ 20,000,000.00**

2. Maquinaria y Equipo

Descripción	Requisitos Técnicos	Fuente de Financiación	Cantidad	Valor Unitario
Maquina collarin	máquinas de collarín de dos agujas y máquinas de collarín de tres agujas	Fondo Emprender	1	$ 12,000,000.00
Cortadora de tela	cortadoras automáticas	Fondo Emprender	1	$ 2,000,000.00
Ojaladora	sistema automatizado que permite la creación rápida y precisa de ojales en diferentes tipos de tela, desde tejidos ligeros hasta telas más pesadas	Fondo Emprender	1	$ 7,000,000.00
Plancha vapor	Plancha vapor	Fondo Emprender	1	$ 200,000.00
Maquina bordadora	ariedad de cabezales de bordado, que permiten la ejecución de diseños complejos y detallados en diferentes tipos de tela. Estas máquinas suelen estar equipadas con una amplia gama de colores de hilo y pueden realizar múltiples colores en un diseño	Fondo Emprender	1	$ 12,000,000.00
Maquinas planas	máquinas de coser de una aguja, son equipos esenciales en la industria textil debido a su versatilidad y capacidad para realizar una variedad de costuras rectas en diferentes tipos de tela	Aporte Emprendedores	6	$ 1,300,000.00
Fileteadoras	remalladoras o overlocks, son máquinas especializadas en el acabado de los bordes de las telas mediante la creación de costuras sobrepuestas que evitan que el tejido se deshilache	Aporte Emprendedores	2	$ 1,000,000.00
Maquina collarin emprendedor	Maquina collarin emprendedor	Aporte Emprendedores	1	$ 1,000,000.00
Total:				**$ 44,000,000.00**

3. Equipo de Comunicación y Computación

Descripción	Requisitos Técnicos	Fuente de Financiación	Cantidad	Valor Unitario
Computador	Computador	Fondo Emprender	1	$ 3,000,000.00
Impresora POS	Impresora POS	Fondo Emprender	1	$ 700,000.00
Televisor	Televisor	Fondo Emprender	1	$ 1,500,000.00
Total:				**$ 5,200,000.00**

4. Muebles y Enseres y Otros

Descripción	Requisitos Técnicos	Fuente de Financiación	Cantidad	Valor Unitario
Muebles de decoración	Muebles de decoración y almacenamiento de prendas	Fondo Emprender	1	$ 9,000,000.00
Cajoneras Exhibidores	Cajoneras Exhibidores	Fondo Emprender	1	$ 3,000,000.00
Total:				**$ 12,000,000.00**

5. Otros (incluído herrramientas)

Descripción	Requisitos Técnicos	Fuente de Financiación	Cantidad	Valor Unitario
No hay registros para mostrar				

6. Gastos Preoperativos

Descripción	Requisitos Técnicos	Fuente de Financiación	Cantidad	Valor Unitario
Gastos Notariales Matrícula Mercantil Gastos de Constitución	Gastos Notariales Matrícula Mercantil Gastos de Constitución	Aporte Emprendedores	1	$ 700,000.00

Nòmina Operarios Nómina Gerente Emprendedor Honorarios Contador	Nòmina Operarios Nómina Gerente Emprendedor Honorarios Contador	Fondo Emprender	1	$ 19,331,200.00
Sistema de Seguridad Industrial / Plan de Emergencia Seguro Todo Riesgo	Sistema de Seguridad Industrial / Plan de Emergencia Seguro Todo Riesgo	Fondo Emprender	1	$ 2,500,000.00
Publicidad y Mercadeo Evento de Lanzamiento	Publicidad y Mercadeo Evento de Lanzamiento	Fondo Emprender	1	$ 3,000,000.00
Materias primas	Materias primas	Fondo Emprender	1	$ 4,768,800.00
Total:				**$ 30,300,000.00**

5 - Producción

14.3. Detalle las condiciones técnicas de infraestructura: áreas requeridas y distribución de espacios. (Anexar mapa y /o plano)

Las condiciones técnicas de infraestructura para "Jose Albadan", una empresa de confecciones, implican definir las áreas requeridas y distribuir adecuadamente los espacios dentro del lugar de operación. A continuación, se detallan las áreas necesarias y cómo podría distribuirse el espacio:

Área de Producción:

Esta es el corazón de la operación, donde se lleva a cabo el proceso de fabricación de prendas de vestir.

Debe ser un espacio amplio y bien iluminado, con suficiente espacio para la colocación de las máquinas de coser industriales, mesas de corte, planchas, y otras herramientas y equipos necesarios.

Se deben considerar diferentes áreas dentro de este espacio para las diferentes etapas del proceso de producción, como el corte de tela, la confección, el acabado y el control de calidad.

Área de Almacenamiento de Materias Primas:

Un área dedicada al almacenamiento de telas, hilos, botones y otros insumos necesarios para la fabricación de prendas.

Debe ser organizada y fácilmente accesible para facilitar la identificación y el acceso a los materiales necesarios.

Almacén de Producto Terminado:

Un espacio designado para almacenar las prendas de vestir terminadas antes de su distribución.

Debe ser lo suficientemente grande para acomodar el inventario de productos terminados y estar organizado de manera que se pueda acceder fácilmente a los diferentes tipos y tallas de prendas.

Oficinas Administrativas:

Un área dedicada a las funciones administrativas del negocio, como la gestión de pedidos, contabilidad, recursos humanos y atención al cliente.

Puede incluir escritorios, salas de reuniones, áreas de archivo y espacios para equipos de cómputo y comunicaciones.

Área de Exhibición y Ventas al por Menor:

Si la empresa tiene una tienda física, se necesita un área dedicada a exhibir las prendas y atender a los clientes.

Debe ser atractiva y bien organizada, con suficiente espacio para que los clientes puedan moverse cómodamente y examinar los productos.

Baños y Áreas de Descanso para el Personal:

Espacios dedicados para baños, vestuarios y áreas de descanso para el personal.

Estos espacios son importantes para el bienestar y la comodidad de los empleados durante su jornada laboral.

Es importante que la distribución de espacios dentro de la infraestructura se diseñe de manera eficiente, considerando la fluidez de los procesos operativos, la seguridad del personal, la comodidad de los clientes y la optimización del espacio disponible.

14.4. ¿Para la adquisición de algún activo, se tiene contemplado realizar importación? (SI / NO, justificación) **NO**

Para la adquisicio´n de algu´n activo, no se tiene contemplado realizar importacio´n

14.4.1. Detalle los activos, países proveedores y tiempos estimados:

Para la adquisicio´n de algu´n activo, no se tiene contemplado realizar importacio´n

14.4.2. En caso de presentarse incremento en el valor del activo por factores como: tasa de cambio, reformas tributarias, etc. ¿Cómo financiará éste mayor valor?

En caso de presentarse incremento en el valor del activo por factores como: tasa de cambio, reformas tributarias, etc., la emprendedora financiara´ este valor mayor

15. ¿Cuál es el proceso que se debe seguir para la producción del bien o prestación del servicio?

1. Blusa linea casual - Unidad

Actividad: Confección de Blusa de Mujer

Descripción de la Actividad: La confección de la blusa de mujer implica varias etapas que van desde el corte de tela hasta el acabado final. Se comienza seleccionando el patrón de la blusa y cortando la tela según las medidas y especificaciones del diseño. Luego, se lleva a cabo la unión de las piezas de tela utilizando una máquina plana para crear las costuras principales de la blusa. Después, se procede a aplicar los detalles adicionales, como los puños, cuello y botones, utilizando máquinas específicas según el tipo de acabado requerido. Finalmente, se realiza el planchado y se lleva a cabo la inspección de calidad antes de empaquetar la blusa para su envío.

Máquinas que Intervienen:

Máquina de Corte de Tela

Máquina Plana

Máquina de Ojaladora (para la colocación de botones)

Plancha de Vapor

Máquina de Fileteadora (para el acabado de los bordes)

Responsable (Operario): El proceso de confección de la blusa de mujer suele ser llevado a cabo por varios operarios, incluyendo cortadores, costureros y personal de acabado. Cada uno de ellos tiene responsabilidades específicas en las diferentes etapas del proceso de fabricación.

Tiempos Promedio:

Corte de Tela: 10 minutos por prenda

Unión de Piezas con Máquina Plana: 15 minutos por prenda

Aplicación de Detalles (puños, cuello, botones): 5 minutos por prenda

Planchado: 3 minutos por prenda

Inspección de Calidad y Empaquetado: 5 minutos por prenda

Es importante tener en cuenta que los tiempos promedio pueden variar según la complejidad del diseño, el tipo de tela utilizada y la experiencia del personal.

PROCESO DE CONFECCIÓN DE BLUSA

Selección del Patrón y la Tela:

Escoge un patrón de blusa que se ajuste al estilo que deseas.

Selecciona la tela adecuada para tu blusa, considerando el diseño, la textura y la caída de la tela.

Corte de la Tela:

Coloca el patrón sobre la tela y marca las piezas según las indicaciones del patrón.

Utiliza tijeras de tela para cortar las piezas con precisión.

Preparación de las Piezas:

Dobla y plancha los bordes de las piezas según las instrucciones del patrón, esto ayudará a facilitar el proceso de cosido.

Unión de las Piezas:

Ensambla las piezas de la blusa utilizando una máquina de coser. Comienza por las costuras principales, como los laterales y los hombros.

Realiza las costuras con puntadas rectas y asegúrate de dejar los márgenes de costura indicados en el patrón.

Aplicación de Detalles:

Si tu blusa incluye detalles como mangas, puños o cuellos, ármalos por separado y luego únelos a la blusa.

Puedes agregar adornos como encajes, botones o cintas según tu diseño.

Acabados Finales:

Realiza los dobladillos en los bordes de la blusa, como el bajo y las mangas.

Plancha la blusa para asegurar costuras y dobladillos uniformes.

Prueba y Ajustes:

Una vez terminada la confección, prueba la blusa para asegurarte de que se ajuste correctamente.

Realiza ajustes si es necesario, como modificar el largo de las mangas o el ajuste en la cintura.

Acabado y Empaque:

Finalmente, revisa la blusa para asegurarte de que esté libre de hilos sueltos o imperfecciones.

Plánchala nuevamente si es necesario y empaquétala adecuadamente para su presentación o envío.

PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

El proceso de atención al cliente es fundamental para cualquier negocio y puede dividirse en varias etapas clave:

Recepción del Cliente: Cuando un cliente entra en el establecimiento o se pone en contacto por cualquier medio (teléfono, correo electrónico, chat en línea), el proceso de atención al cliente comienza con una cálida y cordial bienvenida. El personal debe estar atento y disponible para recibir al cliente de manera inmediata.

Escucha Activa: Una vez que el cliente ha expresado sus necesidades, preguntas o inquietudes, es esencial practicar la escucha activa. Esto implica prestar atención total a lo que el cliente está diciendo, demostrar interés genuino y hacer preguntas clarificadoras si es necesario para comprender completamente sus necesidades.

Identificación de las Necesidades del Cliente: El siguiente paso es identificar las necesidades específicas del cliente. Esto puede implicar hacer preguntas adicionales para obtener más información sobre lo que están buscando o necesitando, así como también analizar su comportamiento y expresiones para entender sus preferencias.

Ofrecimiento de Soluciones: Una vez que se han identificado las necesidades del cliente, el personal debe ofrecer soluciones o sugerencias que satisfagan esas necesidades de la mejor manera posible. Esto puede incluir recomendar productos o servicios específicos, proporcionar información adicional o resolver problemas que el cliente pueda tener.

Asistencia y Orientación: Durante todo el proceso de compra o interacción, es importante brindar asistencia y orientación al cliente según sea necesario. Esto puede incluir ayudar con la selección de productos, proporcionar detalles sobre precios y características, así como también ofrecer consejos o recomendaciones basadas en el conocimiento experto del personal.

Resolución de Problemas: Si surge algún problema o inconveniente, el personal debe estar preparado para abordarlo de manera rápida y eficaz. Esto puede implicar disculparse por cualquier error, buscar soluciones alternativas y garantizar la satisfacción del cliente en todo momento.

Cierre y Agradecimiento: Una vez que se ha completado la transacción o la interacción, es importante cerrar la conversación de manera cortés y profesional. Esto puede incluir expresar gratitud por la visita del cliente, invitarlo a regresar en el futuro y asegurarse de que estén satisfechos con su experiencia en general.

Seguimiento: Después de que el cliente se ha ido, es útil realizar un seguimiento para garantizar que estén satisfechos con su compra o experiencia. Esto puede implicar enviar un correo electrónico de agradecimiento, realizar una llamada de seguimiento o solicitar comentarios para mejorar el servicio en el futuro.

En resumen, el proceso de atención al cliente se trata de ofrecer un servicio excepcional, satisfacer las necesidades del cliente y garantizar una experiencia positiva en cada interacción. Esto no solo fomenta la lealtad del cliente, sino que también contribuye al éxito general del negocio.

2. Conjunto linea ejecutiva - Unidad

Actividad: Confección de Conjunto Ejecutivo (Falda y Blusa) de Mujer

Descripción de la Actividad: La fabricación del conjunto ejecutivo de falda y blusa para mujer implica varias etapas que van desde el corte de tela hasta el acabado final de las prendas. Inicialmente, se selecciona el patrón para la falda y la blusa, y se procede al corte de la tela según las medidas y especificaciones del diseño. Luego, se lleva a cabo la unión de las piezas de tela utilizando máquinas planas para crear las costuras principales de cada prenda. Posteriormente, se aplican los detalles adicionales, como los cierres de las prendas, los puños y el cuello de la blusa, utilizando máquinas específicas según el tipo de acabado requerido. Finalmente, se realiza el planchado y la inspección de calidad antes de empaquetar el conjunto para su envío.

Máquinas que Intervienen:

Máquina de Corte de Tela

Máquina Plana

Máquina de Ojaladora (para la colocación de cierres y botones)

Plancha de Vapor

Máquina de Fileteadora (para el acabado de los bordes)

Responsable (Operario): El proceso de confección del conjunto ejecutivo de falda y blusa de mujer es llevado a cabo por varios operarios especializados en diferentes etapas del proceso. Esto incluye cortadores, costureros y personal de acabado, cada uno con responsabilidades específicas.

Tiempos Promedio:

Corte de Tela: 15 minutos por conjunto

Unión de Piezas con Máquina Plana: 20 minutos por conjunto

Aplicación de Detalles (cierres, puños, cuello): 10 minutos por conjunto

Planchado: 5 minutos por conjunto

Inspección de Calidad y Empaquetado: 10 minutos por conjunto

PROCESO DE CONFECCIÓN CONJUNTO

Selección del Diseño y Materiales:

Escoge el diseño del conjunto y selecciona los materiales adecuados, como tela para la falda y la blusa, cierres, botones y otros accesorios según el diseño.

Corte de la Tela:

Utilizando un patrón adecuado para la falda y la blusa, corta las piezas de tela siguiendo las indicaciones del patrón.

Asegúrate de cortar cada pieza con precisión y atención a los detalles.

Preparación de las Piezas:

Dobla y plancha los bordes de las piezas según sea necesario para facilitar el proceso de cosido.

Marca y realiza las costuras necesarias en cada pieza según las instrucciones del patrón.

Unión de las Piezas:

Ensambla las piezas de la falda y la blusa utilizando una máquina de coser.

Comienza con las costuras principales, como las costuras laterales y las costuras de los hombros de la blusa, y luego une las piezas de la falda.

Detalles y Acabados:

Aplica detalles adicionales, como puños, cuellos o bolsillos, según el diseño del conjunto.

Asegúrate de que los detalles estén bien ajustados y cosidos de manera segura.

Cierres y Adornos:

Agrega cierres, como cremalleras o botones, a la falda y la blusa según sea necesario.

Decora el conjunto con adornos como encajes, bordados o apliques, si lo deseas.

Prueba y Ajustes:

Una vez completado el conjunto, pruébatelo para asegurarte de que se ajuste correctamente.

Realiza ajustes si es necesario, como modificar el ajuste de la falda o el largo de las mangas.

Planchado y Acabado Final:

Plancha el conjunto para asegurar costuras y dobladillos uniformes.

Revisa el conjunto para asegurarte de que esté libre de hilos sueltos o imperfecciones.

Empaque y Presentación:

Empaqueta adecuadamente el conjunto para su presentación o envío, asegurándote de que esté protegido y listo para su uso.

PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

El proceso de atención al cliente es fundamental para cualquier negocio y puede dividirse en varias etapas clave:

Recepción del Cliente: Cuando un cliente entra en el establecimiento o se pone en contacto por cualquier medio (teléfono, correo electrónico, chat en línea), el proceso de atención al cliente comienza con una cálida y cordial bienvenida. El personal debe estar atento y disponible para recibir al cliente de manera inmediata.

Escucha Activa: Una vez que el cliente ha expresado sus necesidades, preguntas o inquietudes, es esencial practicar la escucha activa. Esto implica prestar atención total a lo que el cliente está diciendo, demostrar interés genuino y hacer preguntas clarificadoras si es necesario para comprender completamente sus necesidades.

Identificación de las Necesidades del Cliente: El siguiente paso es identificar las necesidades específicas del cliente. Esto puede implicar hacer preguntas adicionales para obtener más información sobre lo que están buscando o necesitando, así como también analizar su comportamiento y expresiones para entender sus preferencias.

Ofrecimiento de Soluciones: Una vez que se han identificado las necesidades del cliente, el personal debe ofrecer soluciones o sugerencias que satisfagan esas necesidades de la mejor manera posible. Esto puede incluir recomendar productos o servicios específicos, proporcionar información adicional o resolver problemas que el cliente pueda tener.

Asistencia y Orientación: Durante todo el proceso de compra o interacción, es importante brindar asistencia y orientación al cliente según sea necesario. Esto puede incluir ayudar con la selección de productos, proporcionar detalles sobre precios y características, así como también ofrecer consejos o recomendaciones basadas en el conocimiento experto del personal.

Resolución de Problemas: Si surge algún problema o inconveniente, el personal debe estar preparado para abordarlo de manera rápida y eficaz. Esto puede implicar disculparse por cualquier error, buscar soluciones alternativas y garantizar la satisfacción del cliente en todo momento.

Cierre y Agradecimiento: Una vez que se ha completado la transacción o la interacción, es importante cerrar la conversación de manera cortés y profesional. Esto puede incluir expresar gratitud por la visita del cliente, invitarlo a regresar en el futuro y asegurarse de que estén satisfechos con su experiencia en general.

Seguimiento: Después de que el cliente se ha ido, es útil realizar un seguimiento para garantizar que estén satisfechos con su compra o experiencia. Esto puede implicar enviar un correo electrónico de agradecimiento, realizar una llamada de seguimiento o solicitar comentarios para mejorar el servicio en el futuro.

En resumen, el proceso de atención al cliente se trata de ofrecer un servicio excepcional, satisfacer las necesidades del cliente y garantizar una experiencia positiva en cada interacción. Esto no solo fomenta la lealtad del cliente, sino que también contribuye al éxito general del negocio.

3. Vestido línea de gala - Unidad

Actividad: Confección de Vestido de Gala para Mujer

Descripción de la Actividad: La fabricación de un vestido de gala para mujer es un proceso detallado que implica varias etapas para garantizar un acabado elegante y sofisticado. Comienza con la selección del diseño y la tela adecuada para el vestido, seguido del corte preciso de las piezas de tela según el patrón. Luego, se procede a unir las piezas utilizando una combinación de máquinas planas y máquinas especializadas para costuras delicadas. Se aplican detalles decorativos como encajes, bordados o pedrería, utilizando máquinas de bordado o aplicaciones manuales según el diseño. Finalmente, se realiza el ajuste final del vestido y se lleva a cabo el planchado para garantizar un acabado impecable.

Máquinas que Intervienen:

Máquina de Corte de Tela

Máquina Plana

Máquina de Sobrehilado o Fileteadora (para el acabado de los bordes)

Máquina de Coser Botones o Ojaladora (para detalles como botones o cierres)

Máquina de Bordado (si se requiere)

Plancha de Vapor

Responsable (Operario): La confección de un vestido de gala para mujer requiere la participación de varios operarios especializados, incluyendo cortadores, costureros, bordadores y personal de acabado. Cada uno de ellos desempeña un papel específico en el proceso para garantizar la calidad y precisión del producto final.

Tiempos Promedio:

Corte de Tela: 20 minutos por vestido
Unión de Piezas con Máquina Plana: 30 minutos por vestido
Aplicación de Detalles Decorativos: 1 hora por vestido
Planchado y Ajustes Finales: 30 minutos por vestido

PROCESO DE CONFECCIÓN DE UN VESTIDO

Selección del Diseño y Materiales:

Escoge el diseño del vestido de gala y selecciona los materiales adecuados, como tela de alta calidad, forro, cierre, encajes, bordados y adornos según el diseño.
Creación del Patrón:

Diseña o adquiere un patrón que se ajuste al diseño elegido para el vestido de gala.
Toma las medidas precisas y adapta el patrón según sea necesario para garantizar un ajuste perfecto.
Corte de la Tela:

Utilizando el patrón, corta las piezas de tela principal y el forro según las indicaciones del diseño.
Asegúrate de cortar cada pieza con precisión y atención a los detalles, especialmente si la tela es delicada o costosa.
Preparación de las Piezas:

Dobla y plancha los bordes de las piezas según sea necesario para facilitar el proceso de cosido.
Marca y realiza las costuras necesarias en cada pieza, incluyendo costuras de unión, pinzas y pliegues según el diseño del vestido.
Ensamblaje de las Piezas:

Une las piezas de la tela principal del vestido utilizando una máquina de coser, comenzando por las costuras principales como las costuras laterales y las costuras de los hombros.
Cose las piezas del forro de manera similar, asegurándote de que estén bien ajustadas y que coincidan con las piezas principales del vestido.
Detalles y Adornos:

Aplica detalles decorativos como encajes, bordados, pedrería o apliques según el diseño del vestido.
Asegúrate de que los detalles estén cosidos de manera segura y que complementen el estilo y la estética general del vestido.
Cierres y Acabados:

Agrega cierres como cremalleras, botones o ganchos y ojos según sea necesario para cerrar el vestido.
Realiza dobladillos en los bordes del vestido y del forro para un acabado limpio y profesional.
Prueba y Ajustes:

Una vez completado el vestido, pruébatelo para asegurarte de que se ajuste correctamente y que te sientas cómoda.
Realiza ajustes finales si es necesario, como modificar el ajuste o el largo del vestido.
Planchado y Acabado Final:

Plancha el vestido para asegurar costuras y dobladillos uniformes.
Revisa el vestido para asegurarte de que esté libre de hilos sueltos o imperfecciones y realiza los ajustes finales si es necesario.
Empaque y Presentación:

Empaqueta adecuadamente el vestido para su presentación o envío, asegurándote de que esté protegido y listo para su uso en el evento de gala.

Siguiendo estos pasos con cuidado y precisión, podrás confeccionar un hermoso vestido de gala que refleje la elegancia y el estilo deseado.

PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

El proceso de atención al cliente es fundamental para cualquier negocio y puede dividirse en varias etapas clave:

Recepción del Cliente: Cuando un cliente entra en el establecimiento o se pone en contacto por cualquier medio (teléfono, correo electrónico, chat en línea), el proceso de atención al cliente comienza con una cálida y cordial bienvenida. El personal debe estar atento y disponible para recibir al cliente de manera inmediata.

Escucha Activa: Una vez que el cliente ha expresado sus necesidades, preguntas o inquietudes, es esencial practicar la escucha activa. Esto implica prestar atención total a lo que el cliente está diciendo, demostrar interés genuino y hacer preguntas clarificadoras si es necesario para comprender completamente sus necesidades.

Identificación de las Necesidades del Cliente: El siguiente paso es identificar las necesidades específicas del cliente. Esto puede implicar hacer preguntas adicionales para obtener más información sobre lo que están buscando o necesitando, así como también analizar su comportamiento y expresiones para entender sus preferencias.

Ofrecimiento de Soluciones: Una vez que se han identificado las necesidades del cliente, el personal debe ofrecer soluciones o sugerencias que satisfagan esas necesidades de la mejor manera posible. Esto puede incluir recomendar productos o servicios específicos, proporcionar información adicional o resolver problemas que el cliente pueda tener.

Asistencia y Orientación: Durante todo el proceso de compra o interacción, es importante brindar asistencia y orientación al cliente según sea necesario. Esto puede incluir ayudar con la selección de productos, proporcionar detalles sobre precios y características, así como también ofrecer consejos o recomendaciones basadas en el conocimiento experto del personal.

Resolución de Problemas: Si surge algún problema o inconveniente, el personal debe estar preparado para abordarlo de manera rápida y eficaz. Esto puede implicar disculparse por cualquier error, buscar soluciones alternativas y garantizar la satisfacción del cliente en todo momento.

Cierre y Agradecimiento: Una vez que se ha completado la transacción o la interacción, es importante cerrar la conversación de manera cortés y profesional. Esto puede incluir expresar gratitud por la visita del cliente, invitarlo a regresar en el futuro y asegurarse de que estén satisfechos con su experiencia en general.

Seguimiento: Después de que el cliente se ha ido, es útil realizar un seguimiento para garantizar que estén satisfechos con su compra o experiencia. Esto puede implicar enviar un correo electrónico de agradecimiento, realizar una llamada de seguimiento o solicitar comentarios para mejorar el servicio en el futuro.

En resumen, el proceso de atención al cliente se trata de ofrecer un servicio excepcional, satisfacer las necesidades del cliente y garantizar una experiencia positiva en cada interacción. Esto no solo fomenta la lealtad del cliente, sino que también contribuye al éxito general del negocio.

6 - Productividad y equipo de trabajo

16. ¿Cuál es la capacidad productiva de la empresa? (cantidad de bien o servicio por unidad de tiempo)

La capacidad productiva de una empresa de confecciones como "Jose Albadan" depende de varios factores, incluyendo el tamaño de la infraestructura, la cantidad y habilidades de la fuerza laboral, la eficiencia de los procesos de producción, y la demanda del mercado. Para determinar la capacidad productiva específica de "Jose Albadan", se consideraron factores y se realizó un análisis detallado.

A continuación, se presentan algunas métricas para calcular la capacidad productiva:

Número de Prendas por Día/Semana/Mes: Esta métrica representa la cantidad de prendas de vestir que la empresa puede producir en un período de tiempo específico. Se calcula multiplicando el número de prendas producidas por día, semana o mes por la cantidad de días laborables en ese período.

Tiempo de Ciclo de Producción: Se refiere al tiempo promedio que se tarda en completar un ciclo completo de producción, desde la recepción de la materia prima hasta la entrega del producto terminado. Cuanto más corto sea el tiempo de ciclo, mayor será la capacidad productiva de la empresa.

Utilización de la Capacidad Instalada: Esta métrica compara la capacidad productiva real de la empresa con su capacidad instalada máxima. Se calcula dividiendo la producción real entre la capacidad instalada y multiplicando el resultado por 100 para obtener un porcentaje.

Eficiencia de la Mano de Obra y las Máquinas: Se refiere a la capacidad de los empleados y las máquinas para producir prendas de manera eficiente y sin desperdicio de recursos. Una alta eficiencia laboral y de la maquinaria puede aumentar la capacidad productiva de la empresa.

Demanda del Mercado: La capacidad productiva también está influenciada por la demanda del mercado de las prendas de vestir producidas por la empresa. Si la demanda es alta, la empresa puede aumentar su capacidad productiva para satisfacerla.

Para determinar la capacidad productiva específica de "Jose Albadan", se requeriría un análisis detallado de los procesos de producción, la infraestructura, el personal y la demanda del mercado. Es importante tener en cuenta que la capacidad productiva puede variar con el tiempo y es susceptible de cambios en función de diversos factores internos y externos.

Para documentar y gestionar la capacidad de producción o prestación de servicios de "Jose Albadan", así como para tomar decisiones informadas sobre su ampliación o contracción según sea necesario, se pueden implementar los siguientes pasos:

Establecimiento de Métricas de Desempeño: Definir métricas clave para medir la capacidad de producción o servicio, como el número de prendas producidas por día, el tiempo de ciclo de producción, la utilización de la capacidad instalada, la eficiencia de la mano de obra y las máquinas, entre otros.

Recopilación de Datos: Recolectar datos relevantes sobre la capacidad de producción o servicio, utilizando registros de producción, informes de desempeño del personal, registros de tiempo de ciclo y cualquier otra fuente de información pertinente.

Análisis y Seguimiento: Analizar los datos recopilados para evaluar el desempeño actual de la capacidad de producción o servicio. Realizar un seguimiento regular de estas métricas para identificar tendencias y patrones a lo largo del tiempo.

Implementación de Sistemas de Seguimiento y Control: Establecer sistemas formales de seguimiento y control para monitorear continuamente la capacidad de producción o servicio. Esto puede incluir la implementación de software de gestión de producción, sistemas de seguimiento de tiempo y asistencia, y otros sistemas de control de calidad.

Generación de Informes y Análisis de Datos: Generar informes periódicos que resuman el desempeño de la capacidad de producción o servicio, incluyendo estadísticas clave, tendencias identificadas y análisis de variación. Estos informes proporcionarán una visión clara del estado actual de la capacidad y facilitarán la toma de decisiones.

Identificación de Oportunidades de Mejora: Utilizar los datos recopilados y los análisis realizados para identificar áreas de mejora en la capacidad de producción o servicio. Esto puede incluir la optimización de procesos, la mejora de la eficiencia del personal y la inversión en tecnologia y equipo.

Planificación de Capacidades Futuras: Utilizar la información recopilada para planificar futuras necesidades de capacidad de producción o servicio. Esto puede incluir la ampliación de la infraestructura, la contratación de personal adicional o la implementación de cambios en los procesos para satisfacer la demanda prevista.

Ajuste de Capacidades según las Necesidades: Tomar decisiones informadas sobre la ampliación o contracción de la capacidad de producción o servicio según las necesidades del negocio. Esto puede implicar ajustes en la infraestructura, la fuerza laboral y los procesos operativos para optimizar la capacidad en función de la demanda del mercado.

Al implementar este enfoque documentado de seguimiento y control de la capacidad de producción o servicio, "Jose Albadan" podrá tomar decisiones estratégicas fundamentadas para optimizar su rendimiento operativo y satisfacer de manera efectiva las necesidades del mercado.

la capacidad productiva de la empresa Jose Albadan Diseños se define por la capacidad de producción de su maquinaria y mano de obra, que es de máximo 1100 prendas por año.

Si consideramos las ventas previstas, la capacidad productiva es suficiente para cubrir la demanda en todos los años proyectados:

Año 1: Se proyecta vender 464 prendas, lo que representa aproximadamente el 42% de la capacidad productiva anual.

Año 2: Se proyecta vender 750 prendas, lo que representa aproximadamente el 68% de la capacidad productiva anual.

Año 3: Se proyecta vender 809 prendas, lo que representa aproximadamente el 73% de la capacidad productiva anual.

Año 4: Se proyecta vender 875 prendas, lo que representa aproximadamente el 79% de la capacidad productiva anual.

Año 5: Se proyecta vender 945 prendas, lo que representa aproximadamente el 86% de la capacidad productiva anual.

Esto sugiere que la capacidad productiva de la empresa es suficiente para satisfacer la demanda proyectada en los primeros años, pero podría haber excedentes de capacidad en los años posteriores. En estos casos, la empresa podría considerar estrategias como diversificar su oferta de productos, buscar nuevos mercados o ajustar su estrategia de ventas para optimizar el uso de su capacidad productiva.

17. Equipo de trabajo

17.1. ¿Cuál es el perfil del emprendedor, el rol que tendría dentro de la empresa y su dedicación?

Nombre Emprendedor	Perfil	Rol
JOSE ALBADAN JIMENEZ	el emprendedor tiene más de 25 años de experiencia en la industria de la confección, donde ha realizado estudios titulados y complementarios. A nivel de pregrado es profesional en diseño de modas de la CUN derecho en la Universidad cooperativa y contador público de la San Martin. A nivel de posgrado tiene maestría en derecho internacional. En formación complementaria se ha formado en la escuela de modas y tendencias, diplomados en objetivos de desarrollo sostenible mujer y género, psicología empresarial, elaboración de figurín digital femenino, windows básico, uso de códigos qr en el desarrollo de negocios digitales e ingles en instituciones como SENA, ESAP y la CUN A nivel de habilidades blandas el emprendedor es una persona emprendedora, con capacidad de resolver problemas, resiente, responsable y con ganas de hacer las cosas bien y salir adelante	Gerente

17.2. ¿Qué cargos requiere la empresa para su operación (primer año)?

Descripción	Remuneración Unitario	Otros Gastos	Valor con Prestaciones	Unidad	Tiempo Vinculación Primer Año
Gerente - emprendedor	$ 1,300,000.00	$ 666,400.00	$ 1,966,400.00	Mes	8
Contador	$ 600,000.00	$ 00.00	$ 600,000.00	Mes	12
Operario	$ 1,300,000.00	$ 666,400.00	$ 1,966,400.00	Mes	8

Descripción	Remuneración Primer Año	Valor Solicitado Fondo	Aportes Emprendedores	Ingresos por Ventas
Gerente - emprendedor	$ 15,731,200.00	$ 7,865,600.00	$ 00.00	$ 7,865,600.00
Contador	$ 7,200,000.00	$ 3,600,000.00	$ 00.00	$ 3,600,000.00
Operario	$ 15,731,200.00	$ 7,865,600.00	$ 00.00	$ 7,865,600.00
Total Solicitado:		**$ 19,331,200.00**	**$ 00.00**	**$ 19,331,200.00**

V. ¿Cuál es el Futuro de mi Negocio?

Estrategias

18. ¿Qué estrategias utilizará para lograr la meta de ventas y cuál es su presupuesto?

Estrategia de promoción (nombre): Estrategia de promoción de la empresa JOSE ALBADAN
Propósito: Dar a conocer la empresa en el mercado, posicionamiento de marca, fidelización de clientes,

Actividad	Recurso Requerido	Mes de Ejecución	Costo	Responsable (nombre del cargo lider del proceso)
Bolsas especiales	Bolsas para trajes de gala especiales para la conservación de los productos Recursos económicos, recursos financieros, recursos humanos	Mes 4 en adelante Estrategia de fidelización de clientes	$ 400,000.00	gerente
Cosmetiqueras	Recursos económicos, recursos financieros, recursos humanos Con los sobrantes de tela se realizaran cosmetiqueras para las clientes	Mes 4 en adelante Estrategia con impacto de fidelización de clientes	$ 100,000.00	Gerente
Costo Total:			**$ 500,000.00**	

Estrategia de Comunicación (nombre): Estrategia de comunicación de la empresa JOSE ALBADAN
Propósito: Dar a conocer la empresa en el mercado, posicionamiento de marca, fidelización de clientes,

Actividad	Recurso Requerido	Mes de Ejecución	Costo	Responsable (nombre del cargo lider del proceso)
Aviso	Aviso en el punto de venta de la empresa Recursos económicos, recursos financieros, recursos humanos	Mes 3 en adelante Se espera un impacto de dar a conocer la marca e identificación de ubicación de la empresa	$ 800,000.00	gerente
Pagina web	Recursos económicos, recursos financieros, recursos humanos	Mes 4 en adelante Estrategia de comunicación para dar a conocer las prendas de la empresa y realizar ventas	$ 1,000,000.00	gerente
Redes sociales	Recursos económicos, recursos financieros, recursos humanos Generación de contenidos semanales Se realizara de forma organiza	mes 4 en adelante Estrategia con impacto de recordación de marca y estrategia de generación de ingresos Trafico en la pagina web	$ 00.00	gerente
Costo Total:			**$ 1,800,000.00**	

Estrategia de Distribución (nombre): Estrategia de distribución de la empresa JOSE ALBADAN
Propósito: Dar a conocer la empresa en el mercado, posicionamiento de marca, fidelización de clientes,

Actividad	Recurso Requerido	Mes de Ejecución	Costo	Responsable (nombre del cargo lider del proceso)
Evento de lanzamiento	Recursos económicos, recursos financieros, recursos humanos Se espera realizar un evento de lanzamiento con la colección de la empresa	Mes 4 en adelante Se genera un impacto positivo para dar a conocer la empresa y la colección	$ 500,000.00	gerente
Costo Total:			**$ 500,000.00**	

Período de arranque e improductivo

19. ¿Cuál es el período de arranque del proyecto (meses)?

El periodo de arranque del proyecto se relaciona con el tiempo corresponde al período estimado entre la fecha de firma del acta de inicio del contrato y la aprobación del lugar de operaciones.

Teniendo en cuenta los procesos del fondo emprender y los términos de referencia de la presente convocatoria, el tiempo comprendido entre la firma del contrato y la aprobación de prendió es de 2 a 3 meses:

Firma del contrato

Asignación de interventoría por parte del SENA: 2 a 3 meses Consecución del local

20. ¿Cuál es el período improductivo (meses) que exige el primer ciclo de producción?

El periodo improductivo del proyecto se relaciona con tiempo corresponde al período estimado entre la fecha de firma del acta de inicio del contrato y la producción del primer lote de bienes o servicios.

Se tendrá un tiempo improductivo de 4 meses, una vez se cuente con el local, se desarrollaran las siguientes actividades: Adquisición de maquinaria, equipos, herramientas muebles y enseres, teniendo en cuenta el manual de pagos de fondo emprender. Proceso de selección y contratación del personal.

Permisos y licencias que requiera el proyecto para operar.

VI. ¿Qué Riesgos Enfrento?

¿Qué actores externos son críticos para la ejecución del negocio? Indique el nombre y su rol en la ejecución.

ARTICULACIÓN DEL PROYECTO CON EL EMPRENDIMIENTO REGIONAL

De acuerdo a la ley 1014 de 2006 de emprendimiento y la ley 2069 de 2020, en el departamento del Tolima se encuentra establecida la Red Regional de Emprendimiento denominada RETO, la cual está conformada por el SENA, universidades, un representante de las instituciones educativas de educación media, las Cámaras de Comercio del Departamento, Alcaldía de Ibagué, Gobernación del Tolima y un representante de los Gremios.

Estas entidades a nivel individual y articuladamente realizan programas de emprendimiento y apoyo a los empresarios de la región, razón por la cual la emprendedora se vinculará a los siguientes programas:

Articulación con Alcaldía de Ibagué: Programa de emprendimiento - micronegocios

Articulación con Gobernación del Tolima: Programa de marca Tolima, el cual es liderado por la secretaria de industria, turismo y comercio.

Articulación con Cámara de Comercio Ibagué: Programa de apoyo al empresario y el programa de alianzas para la innovación.

Articulación con SENA: Acompañamiento en la ejecución del proyecto por parte del centro de desarrollo empresarial.

Articulación con DIAN: Asesorías al contribuyente y legalización de trámites correspondientes.

Articulación con Fondo Emprender: quien aportará los recursos en forma de capital semilla para la puesta en marcha y operaciones iniciales de la empresa. Igualmente, otras entidades de apoyo en la ejecución de recursos será la presidencia de la república.

Articulación con Cuerpo oficial de bomberos: esta entidad apoyará la empresa en una visita anual donde se mira el cumplimiento de los elementos mínimos de seguridad industrial

La vinculación a estos programas permitirá al emprendedor

Asistir de forma gratuita o con apoyo a eventos y ferias empresariales a nivel local y nacional Consecución de nuevos clientes

Programas de innovación permanentes

Capacitaciones a nivel administrativo, comercial y operativo

Apoyo en asesorías y consultorías con profesionales y especialistas Consecución de recursos para fortalecimiento empresarial

Apoyo en la consecución de personal adecuado para la empresa política o beneficio que otorga el sector industrial en que se desempeñara ´ su emprendimiento para la participación, promoción o introducción de los productos o servicios al mercado en el que participara ´, establece las condiciones que ha de cumplir para acceder al mismo y plantea las acciones o esfuerzos que desarrollara ´ para cumplir dichas condiciones. Adicionalmente, defina como el acceso a este mecanismo, política o beneficio mejorara ´ la productividad (menos costos, más ingresos, más rentabilidad) y la competitividad de su emprendimiento

En el caso de la empresa Jose Albadan, una posible política o beneficio que podría otorgar el sector Confecciones. Estos eventos son excelentes plataformas para promocionar y dar a conocer los productos y servicios de la empresa, así como para establecer contactos con posibles clientes y socios comerciales.

Para poder acceder a estas ferias y exposiciones, Jose Albadan deberá cumplir ciertas condiciones, como por ejemplo, contar con un portafolio de productos y servicios atractivo y de calidad, disponer de material promocional y publicitario de alto nivel, tener una estrategia de marketing bien definida, entre otros requisitos.

Las acciones o esfuerzos que desarrollará nuestra empresa para cumplir con estas condiciones podrían incluir la mejora constante de nuestra oferta de productos y servicios, el fortalecimiento de nuestras capacidades técnicas y profesionales, la creación de alianzas estratégicas con otros actores del sector, el desarrollo de una estrategia de comunicación efectiva y una gestión proactiva de las oportunidades de participación en eventos.

El acceso a este tipo de mecanismo o beneficio mejorará la productividad y competitividad de Jose Albadan de diversas formas. En primer lugar, al participar en ferias y exposiciones especializadas, la empresa tendrá la oportunidad de establecer contacto directo con potenciales clientes, lo que se traducirá en mayores ingresos y un incremento de la cartera de clientes.

Además, al promocionar sus productos y servicios en estos eventos, Jose Albadan podrá mejorar su imagen y reputación en el mercado, lo que generará una ventaja competitiva frente a otras empresas del sector. Asimismo, el acceso a este mecanismo permitirá a nuestra empresa mantenerse actualizada sobre las tendencias y novedades del mercado audiovisual, lo que contribuirá a mejorar la calidad de nuestros productos y servicios y mantenernos a la vanguardia del sector.

¿Qué factores externos pueden afectar la operación del negocio, y cuál es el plan de acción para mitigar estos riesgos?

RIESGOS DEL PROYECTO

Riesgos de mercado

Descripción del riesgo: Competencia de nuevos productos

Vigilancia y control: Trimestralmente se realizará una revisión de los nuevos competidores en el mercado por medio de internet y redes sociales.

Estrategia de mitigación: Lanzamiento de colecciones nuevas, cortas y con mayor frecuencia, estrategias promocionales de los productos de la empresa, estrategia de publicidad para dar a conocer los productos y su calidad.

Responsable: Gerente

Descripción del riesgo: Llegada de nuevos competidores.

Vigilancia y control: Estar atentas en las redes sociales y en las zonas comerciales si llegan nuevos competidores.

Estrategia de mitigación: Fidelización de los clientes a través de campañas, seguimiento y escucha durante y después de las compras, para analizar constantemente sus necesidades. Responsable: Gerente

Descripción del riesgo: Falta de fidelidad de clientes y bajas ventas.

Vigilancia y control: Seguimiento semanal de la ejecución de la publicidad, llamadas posventa.

Estrategia de mitigación: Hacer una publicidad dirigida a través de volantes, que lleguen directamente a clientes potenciales. Responsable: Gerente

Riesgos operativos

Descripción del riesgo: Aumento del costo de las materias primas.

Vigilancia y control: Mensualmente se consulta con proveedores los precios de las materias primas Estrategia de mitigación: Búsqueda de nuevos proveedores que ofrezcan precios más competitivos. Responsable: Gerente

Descripción del riesgo: Daño en maquinaria.

Vigilancia y control: Diariamente, los operadores de la maquinaria deben reportar si hay alguna falla. Estrategia de mitigación: Realizar mantenimiento preventivo a la maquinaria cada semestre. Responsable: Gerente

Descripción del riesgo: Demoras en la consecución de insumos y materias primas. Vigilancia y control: Concretar citas con suficiente tiempo y prever que estén todos los insumos en lista. Estrategia de mitigación: Tener bases de datos de otros proveedores que puedan suplir nuestras necesidades.

Responsable: Gerente

Riesgos administrativo y recursos humanos

Descripción del riesgo: Demanda laborales

Vigilancia y control: Estar atentos al cumplimiento de las obligaciones de la empresa con los empleados mediante un control mensual.

Estrategia de mitigación: Incentivos a los empleados, cumplir con las obligaciones en los tiempos estipulados, tener actualizado el reglamento interno de trabajo. Responsable: Gerente

Descripción del riesgo: Accidentes laborales

Vigilancia y control: Revisar cada mes que se realicen las afiliaciones y pagos a ARL.

Estrategia de mitigación: Entregar a tiempo los elementos de protección laboral y llenar los formatos correspondientes en cada situación. Responsable: Gerente

Descripción del riesgo: Deserción laboral.

Vigilancia y control: Estar atentos y cercanos al equipo colaborador.

Estrategia de mitigación: Incentivos a los empleados, espacios de escucha y descanso. Responsable: Gerente

Riesgos financieros

Descripción del riesgo: Flujo de caja negativo

Vigilancia y control: Realizar mensualmente un control de flujo de caja con apoyo del contador de la empresa.

Estrategia de mitigación: Realizar presupuestos teniendo en cuenta las entradas y salidas de dinero. Realizar préstamos bancarios que permitan apalancar las deudas de la empresa. Responsable: Gerente

Descripción del riesgo: Disminución en ventas

Vigilancia y control: Realizar semanalmente la revisión de las ventas.

Estrategia de mitigación: Mejorar los canales de comunicación. Mantener siempre la indagación constante de las necesidades del cliente. Responsable: Gerente

Descripción del riesgo Fraude bancario

Vigilancia y control: Auditar los procesos que involucran transacciones con dinero. Hacer seguimiento a las personas que manejan el dinero. Estrategia de mitigación: Tener como aliada la tecnología a través de sistemas de gestión financiera confiables. Solicitar informes periódicos. Responsable: Gerente

Riesgos sistémicos o de país

Descripción del riesgo: Catástrofes naturales: terremoto, avalancha.

Vigilancia y control: Tener claras las posibles amenazas frente a situaciones inesperadas. Estar pendiente de los organismos de socorro y sus comunicados. Estrategia de mitigación: Asegurar la empresa contra este tipo de riesgos. Tener claras y demarcadas las rutas de evacuación.

Responsable: Gerente

Descripción del riesgo: Crisis económica

Vigilancia y control: Mantener diariamente informados de noticias económicas locales y nacionales.

Estrategia de mitigación: Hacer acuerdos con los empleados, eliminar cargos innecesarios y negociar con acreedores. Responsable: Gerente

Descripción del riesgo: Aumento del dólar

Vigilancia y control: Estar enterados de la fluctuación del dólar y en que insumos nos interfiere. Estrategia de mitigación: Revisar costos y precios trimestralmente y ajustar si es necesario. Responsable: Gerente

Existen varios factores externos que pueden afectar la operación del negocio de confecciones como "Jose Albadan". Algunos de estos factores incluyen:

Condiciones Económicas: Cambios en la economía nacional o global pueden afectar la demanda de productos de confección. Por ejemplo, una recesión económica puede reducir el poder adquisitivo de los consumidores y disminuir la demanda de prendas de vestir.

Tendencias del Mercado: Cambios en las preferencias de los consumidores y tendencias de la moda pueden influir en la demanda de ciertos tipos de prendas. Por ejemplo, cambios en los estilos de vida o en la percepción de la moda pueden afectar la popularidad de ciertos productos.

Competencia: La aparición de nuevos competidores en el mercado o cambios en las estrategias de los competidores existentes pueden afectar la participación en el mercado y la rentabilidad del negocio.

Regulaciones Gubernamentales: Cambios en las regulaciones gubernamentales, como leyes laborales, normativas ambientales o políticas comerciales, pueden tener un impacto en la operación del negocio y los costos de cumplimiento.

Eventos Naturales y Desastres: Eventos como desastres naturales, pandemias o disturbios civiles pueden interrumpir las operaciones, afectar la cadena de suministro o dañar las instalaciones de producción.

Cambios en la Demografía: Cambios en la demografía de la población, como el envejecimiento de la población o cambios en la distribución geográfica, pueden afectar la demanda de productos de confección.

Inestabilidad Política: La inestabilidad política o los cambios en el gobierno pueden crear incertidumbre económica y afectar la confianza del consumidor y la inversión empresarial. Para mitigar estos riesgos externos y asegurar la continuidad operativa de "Jose Albadan", se puede implementar un plan de acción que incluya las siguientes medidas:

Diversificación de Productos y Mercados: Diversificar la oferta de productos y explorar nuevos mercados geográficos o segmentos de clientes para reducir la dependencia de un solo mercado o producto.

Monitoreo de Tendencias del Mercado: Mantenerse al tanto de las tendencias del mercado y las preferencias de los consumidores para adaptar la oferta de productos y servicios de manera proactiva.

Respaldo Financiero: Mantener reservas financieras adecuadas para hacer frente a situaciones económicas adversas y mitigar los impactos de la volatilidad económica.

Cumplimiento Normativo: Mantenerse informado sobre los cambios en las regulaciones gubernamentales relevantes y asegurarse de cumplir con todas las normativas aplicables.

Gestión de la Cadena de Suministro: Diversificar la cadena de suministro y establecer relaciones sólidas con proveedores confiables para minimizar el riesgo de interrupciones en el suministro.

Plan de Continuidad del Negocio: Desarrollar un plan de continuidad del negocio que incluya medidas para responder a eventos imprevistos y garantizar la rápida recuperación de las operaciones en caso de interrupciones.

Seguro y Protección de Activos: Obtener seguros adecuados para proteger contra pérdidas financieras causadas por eventos como desastres naturales, daños a la propiedad o interrupciones en la producción.

Análisis de Escenarios: Realizar análisis de escenarios para evaluar el impacto potencial de eventos externos y desarrollar estrategias de mitigación específicas para cada escenario identificado.

Al implementar un plan de acción integral que aborde estos riesgos externos, "Jose Albadan" estará mejor preparado para enfrentar los desafíos y mantener la estabilidad operativa a largo plazo.

VII. Resumen Ejecutivo

Emprendedor(es):

Nombre	Email	Rol
JOSE ALBADAN JIMENEZ	josealbadanjimenez@gmail.com	Emprendedor

Concepto del Negocio:

PROBLEMATICA

La falta de oferta de prendas de alta costura diseñadas específicamente para mujeres ejecutivas y profesionales con sobrepeso en la ciudad de Ibagué.

SOLUCION

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Jose Albadan es una empresa dedicada al diseño, confección y comercialización de ropa de alta costura para mujeres de tallas grandes. Nos especializamos en ofrecer prendas elegantes, sofisticadas y de alta calidad que se adapten a las necesidades y gustos de nuestras clientes. Nuestra misión es promover la inclusión y la autoestima de las mujeres de tallas grandes a través de la moda.

DESCRIPCIÓN DE LÍNEA DE PRODUCTOS

Línea Gala: Esta línea está compuesta por vestidos de noche y prendas formales diseñadas para ocasiones especiales. Nuestros diseños destacan por sus detalles elegantes y sofisticados que realzan la figura femenina.

Línea Formal: Ofrecemos una amplia variedad de trajes y conjuntos formales que son perfectos para eventos profesionales o sociales. Nuestras prendas combinan estilo y profesionalismo para que nuestras clientes se sientan seguras y empoderadas.

Línea Ejecutiva: Esta línea incluye prendas elegantes y funcionales diseñadas para mujeres que buscan un look profesional y a la moda para el ámbito laboral. Nuestros trajes de chaqueta, blusas y pantalones están confeccionados con telas de alta calidad que garantizan comodidad y durabilidad.

Línea Casual: Para el día a día, ofrecemos una colección de prendas casuales y cómodas que son ideales para cualquier ocasión informal. Desde blusas y pantalones hasta vestidos y faldas,

nuestra línea casual combina estilo y confort para el estilo de vida moderno.

DESCRIPCIÓN DE PRODUCTOS

Vestidos: Nuestros vestidos están confeccionados con telas de alta calidad como el satén, el chiffon y el encaje, que garantizan un ajuste favorecedor y cómodo. Disponibles en una variedad de colores y estilos, desde clásicos hasta modernos.

Pantalones: Ofrecemos una selección de pantalones que van desde los clásicos pantalones de vestir hasta los más modernos pantalones de corte recto y acampanados. Fabricados con telas como el algodón y el poliéster, ofrecen comodidad y estilo.

Blusas: Nuestras blusas están confeccionadas con telas suaves y fluidas como el rayón y la seda, que proporcionan un ajuste cómodo y elegante. Disponibles en una variedad de colores y estampados, desde los más sobrios hasta los más llamativos.

Vestidos de Baño: Nuestra línea de vestidos de baño incluye trajes de baño de una y dos piezas diseñados para realzar la figura y brindar comodidad y confianza en la playa o la piscina. Fabricados con telas resistentes al agua y de secado rápido.

Faldas: Ofrecemos faldas en una variedad de estilos, desde las clásicas faldas lápiz hasta las modernas faldas plisadas y midi. Fabricadas con telas como el lino y la fibra natural, ofrecen un ajuste cómodo y favorecedor.

Camisas: Nuestras camisas están confeccionadas con telas de alta calidad como el algodón y el poliéster, que garantizan comodidad y durabilidad. Disponibles en una variedad de estilos y colores, desde los más clásicos hasta los más modernos.

INNOVACIÓN

El componente innovador y el factor diferencial de Jose Albadan radican en su enfoque exclusivo en la moda de alta costura para mujeres de tallas grandes, su compromiso con la inclusión y la autoestima, y su capacidad para ofrecer una amplia variedad de opciones de estilo y ocasión para este segmento de mercado.

El componente innovador en el producto de la empresa Jose Albadan se manifiesta en su capacidad para introducir mejoras significativas en la oferta de ropa para mujeres de tallas grandes. Esto incluye innovaciones en el diseño de las prendas para asegurar un ajuste cómodo y favorecedor, así como en la selección de materiales de alta calidad que garanticen durabilidad y confort. Además, la empresa busca implementar tecnologías avanzadas en la fabricación de las prendas para optimizar los procesos y reducir costos, sin comprometer la calidad del producto final. La innovación en el producto también incluye la introducción de diseños modernos y atractivos que estén alineados con las últimas tendencias de la moda femenina, lo que contribuiría a diferenciar la oferta de en el mercado y atraer a un público más amplio.

La diferenciación de producto frente al mercado se refiere a las características únicas y distintivas que hacen que un producto se destaque y sea percibido como superior o preferible en comparación con los productos ofrecidos por la competencia. Esta diferenciación puede manifestarse en varios aspectos, como el diseño, la calidad, las características funcionales, el rendimiento, la innovación, el servicio al cliente o la marca.

MERCADO OBJETIVO

Mujeres ejecutivas y profesionales de 30 a 60 años de la ciudad de Ibagué

El perfil del cliente y mercado objetivo son las Mujeres ejecutivas y profesionales de 30 años de la ciudad de Ibagué laboralmente activas, con ingresos superiores a 3 salarios mínimos, las cuales tiene sobrepeso. Este segmento de mercado busca prendas de alta costura que reflejen su éxito profesional y les brinden comodidad durante su jornada laboral. De acuerdo al DANE en Ibagué hay 281.372 mujeres, de las cuales el 60% está en el rango de edad de 30 a 60 años correspondiente a 168.832 mujeres. El 56% de las mujeres tienen sobrepeso indicando un mercado potencial de 94.540 mujeres, de las cuales el 33% corresponden a clase media y alta de acuerdo al DANE por sus ingresos con 31.198 mujeres. Jose Albadan define un nicho de mercado mediante el estudio de oferta y demanda, donde el 76% manifestó intención de compra lo cual corresponde a 23.710 mujeres de la ciudad de Ibagué. Jose Albadan abarcara el 5% de su nicho correspondiente a 1.185 mujeres para el primer año de funcionamiento.

Metas

Indicador Empleos:

Meta para el primer año: N/A

Indicador Ventas:

Meta para el primer año: N/A

Indicador Mercadeo (eventos):

Meta para el primer año: N/A

Indicador Contrapartida SENA:

Meta para el primer año: N/A

Indicador Empleos Indirectos:

Meta para el primer año: N/A

VIII - Estructura financiera

Plan de Compras

Consumos por Unidad de Producto:

Blusa linea casual - Unidad

Materia Prima	Unidad	Cantidad	Presentacion	Margen de Desperdicio (%)
Materia Prima				
Costo de fabricación blusa	UNIDAD	1	UNIDAD	0

Conjunto linea ejecutiva - Unidad

Materia Prima	Unidad	Cantidad	Presentacion	Margen de Desperdicio (%)

Materia Prima				
Costo de fabricación conjunto ejecutivo	UNIDAD	1	UNIDAD	0
Vestido línea de gala - Unidad				
Materia Prima	**Unidad**	**Cantidad**	**Presentacion**	**Margen de Desperdicio (%)**
Materia Prima				
Costo de fabricación vestido de gala	UNIDAD	1	UNIDAD	0

Costos de Producción

Tabla de costos de producción en pesos (incluido IVA)					
Tipo de Insumo	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Materia Prima	$ 30,800,000.00	$ 53,730,000.00	$ 62,559,864.00	$ 73,081,389.00	$ 85,295,717.00
Totales	**$ 30,800,000.00**	**$ 53,730,000.00**	**$ 62,559,864.00**	**$ 73,081,389.00**	**$ 85,295,717.00**

Proyección de Compras (Unidades)					
Tipo de Insumo	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Materia Prima					
Costo de fabricación blusa	$ 240.00	$ 388.00	$ 419.00	$ 453.00	$ 489.00
Costo de fabricación conjunto ejecutivo	$ 160.00	$ 259.00	$ 279.00	$ 302.00	$ 326.00
Costo de fabricación vestido de gala	$ 64.00	$ 103.00	$ 111.00	$ 120.00	$ 130.00

Proyección de Compras (Pesos)					
Tipos de Insumo	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Materia Prima					
Costo de fabricación blusa	$ 8,400,000.00	$ 14,666,400.00	$ 17,105,256.00	$ 19,972,317.00	$ 23,284,713.00
Costo de fabricación conjunto ejecutivo	$ 12,800,000.00	$ 22,377,600.00	$ 26,034,048.00	$ 30,434,352.00	$ 35,481,514.00
Costo de fabricación vestido de gala	$ 9,600,000.00	$ 16,686,000.00	$ 19,420,560.00	$ 22,674,720.00	$ 26,529,490.00
Total	**$ 30,800,000.00**	**$ 53,730,000.00**	**$ 62,559,864.00**	**$ 73,081,389.00**	**$ 85,295,717.00**
IVA	**$ 00.00**	**$ 00.00**	**$ 00.00**	**$ 00.00**	**$ 00.00**
Total mas IVA	**$ 30,800,000.00**	**$ 53,730,000.00**	**$ 62,559,864.00**	**$ 73,081,389.00**	**$ 85,295,717.00**

Costos Administrativos

Gastos de Puesta en Marcha:

Descripción	Valor
Escrituras y Gastos Notariales	50,000.00
Permisos y Licencias	00.00
Registro Mercantil	650,000.00
Registros, Marcas y Patentes	00.00
Total:	**$ 700,000.00**

Gastos Anuales de Administracion:

Descripción	Valor
Cargos por servicios bancarios	100,000.00
Dotaciones	900,000.00
Facturación y nomina electronica	400,000.00
Pagos por arrendamientos	12,000,000.00
Publicidad	2,500,000.00
Reparaciones y mantenimiento	500,000.00
Seguros	1,000,000.00
Servicios Públicos	3,600,000.00
SG-SST	1,500,000.00

Suministros de Oficina	300,000.00
Suscripciones y Afiliaciones	00.00
Teléfono, Internet, Correo	720,000.00
Total:	**$ 23,520,000.00**

Ingresos

Fuentes de Financiación:

Recursos solicitados al fondo emprender en (smlv) 76

Aporte de los Emprendedores

Nombre	Valor	Detalle
Bien		
Maquinaria y equipo	$ 10,800,000.00	Maquinas planas Fileteadoras Maquina collarin emprendedor
Dinero		
Gastos notariales y matricula mercantil	$ 700,000.00	Gastos notariales y matricula mercantil
Total:	**$ 11,500,000.00**	

Recursos de Capital

	Cuantía	Plazo	Forma de Pago	Interes (Nominal/Anual)	Destinación
No hay registros para mostrar					

Proyeccion de Ingresos por Ventas

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Vestido línea de gala	$ 25,600,000.00	$ 45,320,000.00	$ 53,724,000.00	$ 63,888,000.00	$ 76,133,200.00
Conjunto linea ejecutiva	$ 33,600,000.00	$ 59,829,000.00	$ 70,893,900.00	$ 84,412,020.00	$ 100,232,286.00
Blusa linea casual	$ 31,200,000.00	$ 55,484,000.00	$ 65,908,700.00	$ 78,382,590.00	$ 93,072,837.00
Total	**$ 90,400,000.00**	**$ 160,633,000.00**	**$ 190,526,600.00**	**$ 226,682,610.00**	**$ 269,438,323.00**
Iva	**$ 00.00**	**$ 00.00**	**$ 00.00**	**$ 00.00**	**$ 00.00**
Total con Iva	**$ 90,400,000.00**	**$ 160,633,000.00**	**$ 190,526,600.00**	**$ 226,682,610.00**	**$ 269,438,323.00**

Egresos

Índice de Actualización monetaria 1.08

Inversiones Fijas y Diferidas

Concepto	Valor	Mes	Fuente de financiación
Infraestructura - Adecuaciones	$ 20000000,00	0	Fondo Emprender
Maquinaria y Equipo	$ 33200000,00	0	Fondo Emprender
Maquinaria y Equipo	$ 10800000,00	0	Aporte Emprendedores
Equipo de Comunicación y Computación	$ 5200000,00	0	Fondo Emprender
Muebles y Enseres y Otros	$ 12000000,00	0	Fondo Emprender
Gasto Preoperativos	$ 700000,00	0	Aporte Emprendedores
Gasto Preoperativos	$ 29600000,00	0	Fondo Emprender
Total:	**$ 111,500,000.00**		

Costos de Puesta en Marcha

Descripcion	Valor
Escrituras y Gastos Notariales	$ 50,000.00
Permisos y Licencias	$ 00.00
Registro Mercantil	$ 650,000.00
Registros, Marcas y Patentes	$ 00.00
Total	$ 700,000.00

Costos Anualizados Administrativos

Descripcion	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cargos por servicios bancarios	$ 100,000.00	$ 108,000.00	$ 116,640.00	$ 125,971.20	$ 136,048.90
Dotaciones	$ 900,000.00	$ 972,000.00	$ 1,049,760.00	$ 1,133,740.80	$ 1,224,440.06
Facturación y nomina electronica	$ 400,000.00	$ 432,000.00	$ 466,560.00	$ 503,884.80	$ 544,195.58
Pagos por arrendamientos	$ 12,000,000.00	$ 12,960,000.00	$ 13,996,800.00	$ 15,116,544.00	$ 16,325,867.52

Publicidad	$ 2,500,000.00	$ 2,700,000.00	$ 2,916,000.00	$ 3,149,280.00	$ 3,401,222.40
Reparaciones y mantenimiento	$ 500,000.00	$ 540,000.00	$ 583,200.00	$ 629,856.00	$ 680,244.48
Seguros	$ 1,000,000.00	$ 1,080,000.00	$ 1,166,400.00	$ 1,259,712.00	$ 1,360,488.96
Servicios Públicos	$ 3,600,000.00	$ 3,888,000.00	$ 4,199,040.00	$ 4,534,963.20	$ 4,897,760.26
SG-SST	$ 1,500,000.00	$ 1,620,000.00	$ 1,749,600.00	$ 1,889,568.00	$ 2,040,733.44
Suministros de Oficina	$ 300,000.00	$ 324,000.00	$ 349,920.00	$ 377,913.60	$ 408,146.69
Suscripciones y Afiliaciones	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00
Teléfono, Internet, Correo	$ 720,000.00	$ 777,600.00	$ 839,808.00	$ 906,992.64	$ 979,552.05
Total	$ 23,520,000.00	$ 25,401,600.00	$ 27,433,728.00	$ 29,628,426.24	$ 31,998,700.34

Gastos de Personal

Cargo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Contador	$ 7,200,000.00	$ 7,776,000.00	$ 8,398,080.00	$ 9,069,926.40	$ 9,795,520.51
Gerente - emprendedor	$ 15,600,000.00	$ 16,848,000.00	$ 18,195,840.00	$ 19,651,507.20	$ 21,223,627.78
Operario	$ 15,600,000.00	$ 16,848,000.00	$ 18,195,840.00	$ 19,651,507.20	$ 21,223,627.78
Total	$ 38,400,000.00	$ 41,472,000.00	$ 44,789,760.00	$ 48,372,940.80	$ 52,242,776.06

Capital de Trabajo

Componente	Valor	Fuente de financiación	Observación
GASTOS DIFERIDOS FONDO EMPRENDER	$ 29,600,000.00	Fondo Emprender	Nómina Operarios Nómina Gerente Emprendedor Honorarios Contador Sistema de Seguridad Industrial / Plan de Emergencia Seguro Todo Riesgo Publicidad y Mercadeo Evento de Lanzamiento Materias primas
INFRAESTRUCTURA FONDO EMPRENDER	$ 70,400,000.00	Fondo Emprender	Maquina collarin Cortadora Ojaladora Plancha vapor Maquina bordadora Muebles de decoracion Cajoneras Exhibidores Computador impresora pos televisor
MAQUINARIA Y EQUIPO DEL EMPRENDEDOR	$ 10,800,000.00	Aporte Emprendedores	Maquinas planas Fileteadoras Maquina collarin emprendedor
MATRICULA MERCANTIL	$ 700,000.00	Aporte Emprendedores	Matrocila mercantil
Total:	**$ 111,500,000.00**		