

INFORME TRABAJO DE GRADO
OPCIÓN PLAN DE EMPRENDIMIENTO – CICLO TECNÓLOGO
PLAN DE NEGOCIO - CICLO PROFESIONAL

Aleo amanatura

Autor(es)

Eileen Katerinne Igua Vasquez
Diana Carolina Mogollón forero

Facultad de artes

Programa diseño de modas

Correo(s) electrónico(s):

Eileenk.iguav@ecci.edu.co

Dianac.mogollonf@ecci.edu.co

UNIVERSIDAD ECCI

octubre, 2022

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a todos aquellos docentes que nos ayudaron durante la elaboración de este proyecto que nos brindaron una casa de estudio donde hemos tenido conocimientos técnicos teóricos en el marco del emprendimiento por medio de la moda.

INDICE DE CONTENIDO

I PROCESO DE INVESTIGACIÓN.....	pág.9
II CONCEPTO DE NEGOCIO.....	pág.15
III ESTUDIO DE MERCADOS.....	pág.17
IV PROCESO TÉCNICO Y DE DISEÑO.....	pág.21
V PLAN DE MARKETING.....	pág.24
VI CREACIÓN DE IMAGEN DE MARCA.....	pág.26

INDICE DE TABLAS

Tabla N°1 <i>Análisis de la competencia</i>.....	pág.17
Tabla N°2 Modelo CANVAS.....	pág.18
Tabla N°3 Precios	pág.25

INDICE DE FIGURAS

Herramientas de comprobación	pág.9
Factor diferenciador e innovador.....	pág.16
Análisis FODA.....	pág.17
<i>Proceso técnico</i>.....	pág.23
Logo/Eslogan.....	pág.26
Empaques/marquillas.....	Pág.27

RESUMEN

En Aleo Amanatura es una empresa que se enfoca en trabajar las actividades artesanales como lo es el arte de tejer; siguiendo tendencias, tipos de cliente, siluetas y mercados, está ubicada en Bogotá, su origen se da gracias al estudio en cuanto al mundo del tejido y sus antecedentes.

- **Servicios:**

1. **ALEO AMANATURA** te brinda vestidos, chalecos y cárdigan.

Palabras Clave: Palabras Clave: enfocar, trabajar, tejido, mercado.

ABSTRACT

Aleo Amanatura is a company that focuses on working on craft activities such as the art of weaving; following trends, types of clients, silhouettes and markets, it is located in Bogotá, its origin is due to the study of the world of fabric and its background.

Services:

1. ALEO AMANATURA offers you dresses, vests and cardigans.

Keywords: focus,work,weave,mar

INTRODUCCIÓN

En ALEO AMANATURA es una empresa que se enfoca en trabajar las actividades artesanales como lo es el arte de tejer; siguiendo tendencias, tipos de cliente, siluetas y mercados.

I PROCESO DE INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del problema

Problemáticas: Es una problemática social, porque:

1. Las personas ya no utilizan el tejido como método para hacer prendas o accesorios.
2. Las pocas personas que tejen no hacen tejidos acordes a tendencias, modas y estilos.

1.1.1 *Formulación del Problema*

¿El tejido también es una opción para tu estilo?

1.2 Justificación

1. Las prendas que se encuentran en el mercado son muy clásicas y no se adaptan a
2. Isabel Gil dice: La vida es como el crochet "De ese último punto depende la estabilidad de todo lo tejido" 12 diciembre, 2016.
3. Diseños en prendas innovadoras de acuerdo con las tendencias en colores, siluetas y clientes, haciendo una masificación de productos a vender.
4. Diseños en accesorios innovadores de acuerdo con las tendencias en colores, siluetas y clientes, haciendo una masificación de productos a vender.

1.3 Objetivos

1.3.1 *Objetivo General*

1.3.2 Ser una empresa que se conecta con los gustos y estilos de la personas y que a su vez ayuda a generar el cuidado del medio ambiente

1.3.3 *Objetivos Específicos*

- Lograr ser una marca reconocida
- Tener la fidelidad de los clientes
- Dejar huella para el planeta

1.4 Antecedentes

Siempre que se realiza un proyecto es necesario conocer a cerca de la historia que ha trascendido con relación al producto a desarrollar, por lo tanto, dentro del presente ítem es importante abarcar un resumen detallado a cerca del proceso que ha venido teniendo a través de la historia el emprendimiento que se va a plantear, teniendo en cuenta la relevancia que le ha dado la sociedad del ayer hasta el hoy.

1.5 Diseño metodológico

1.5.1 *Hipótesis'*

¿Necesitan las mujeres nuevos diseño para las prendas elaboradas en lana?

1.5.1.1 Hipótesis nula

1.5.1.2 Si, las mujeres necesitan nuevas propuestas en el mercado para algo tan clásico

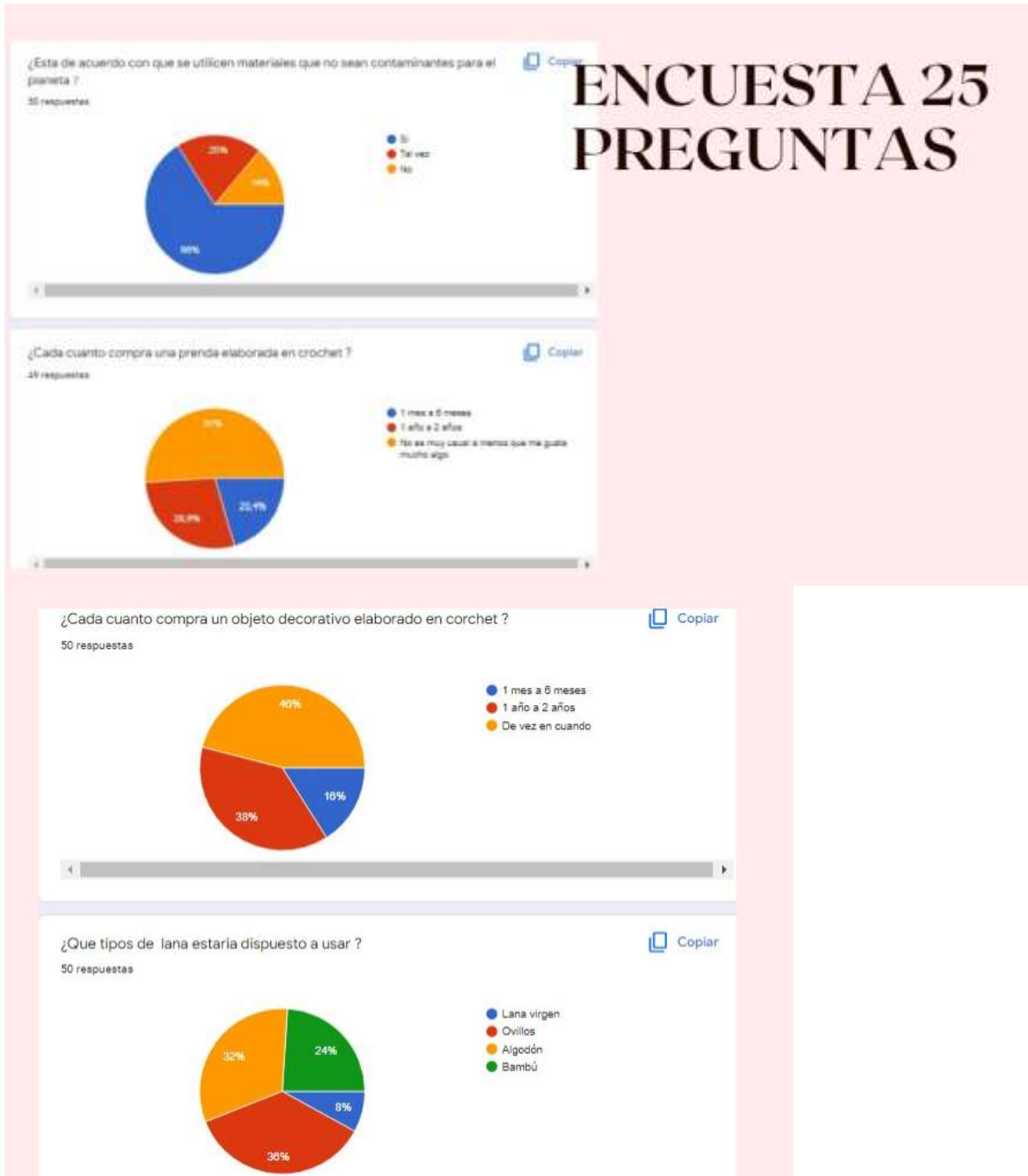
1.5.1.3 Hipótesis válida : no, es mejor dejarlo en clásico

1.5.2 *Variables*

Se puede dar una segunda oportunidad a las prendas en crochet de mejorar estéticamente.

1.6 Herramientas de comprobación

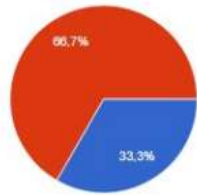
Con el presente estudio se pretende recolectar información del mercado objetivo a través de mínimo dos de las siguientes alternativas:



¿Que colores le gustaria encontrar en las prendas de crochet ?

Copiar

48 respuestas

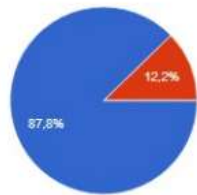


- Colores sobrios como blanco y negro
- De todos los colores

¿Esta de acuerdo con que se elaboren multiples tallas ?

Copiar

49 respuestas

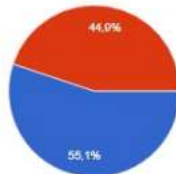


- Si
- No es de mi interes

¿Cree necesario que algunas prendas de crochet lleven cremalleras?

Copiar

49 respuestas

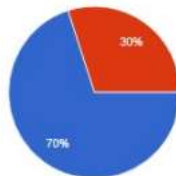


- Si es necesario para mi
- No es necesario ya que es tejido

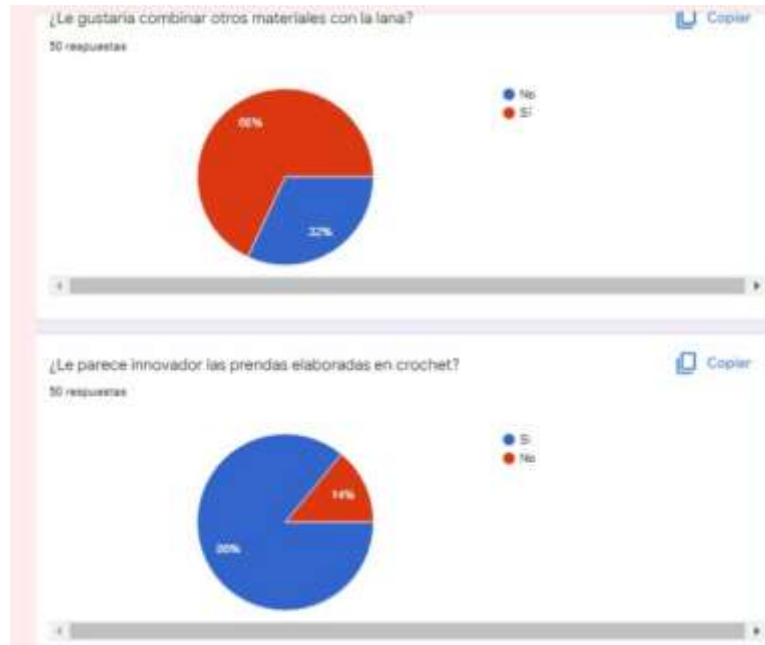
¿Le parece necesario ponerle a algunas prendas botones?

Copiar

50 respuestas



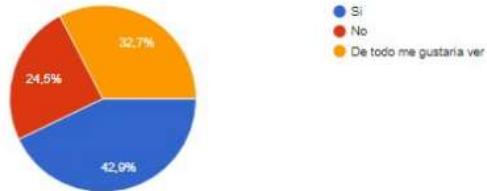
- Si, que sean funcionales
- No, que sean decorativos



¿Le gustaría ver diseños sencillos en vestidos?

[Copiar](#)

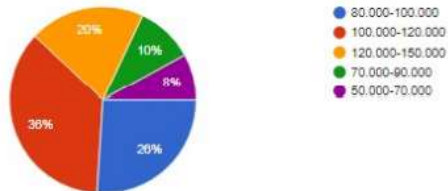
49 respuestas



¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por un vestido de crochet ?

[Copiar](#)

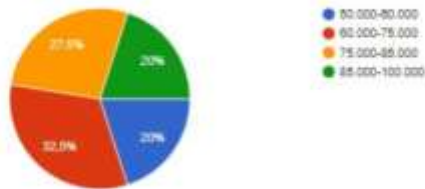
50 respuestas



¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por un chaleco elaborado en crochet?

[Copiar](#)

40 respuestas

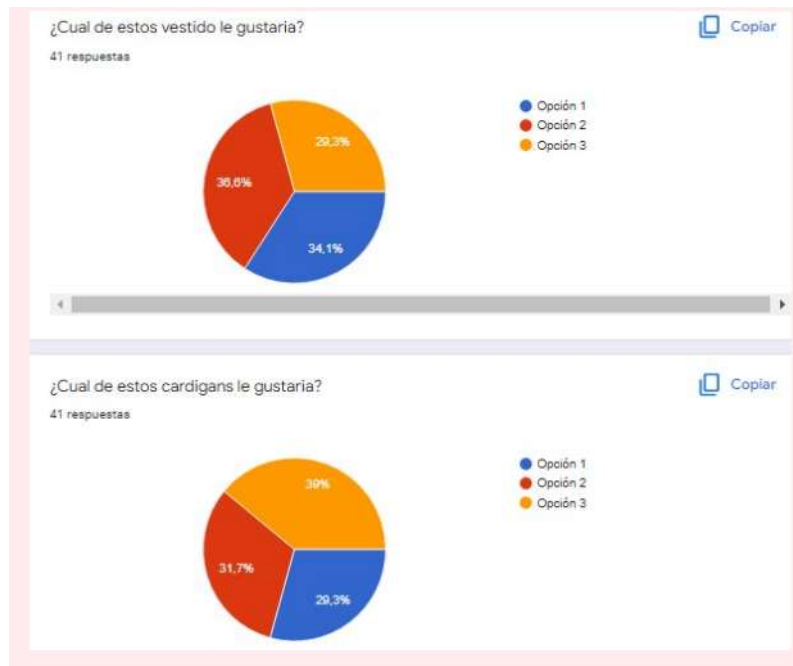


¿Cuanto pagaría usted por un cardigan elaborado en crochet?

[Copiar](#)

40 respuestas





II CONCEPTO DE NEGOCIO

2.1 Idea de negocio

Decidimos desarrollar este emprendimiento gracias a una experiencia que se dio por medio de un cliente el cual las prendas tejidas le aprecian anticuadas y clásicas; gracias a ello decidimos innovar y hacer mas acorde las prendas de acuerdo con nuevas tendencias, colores y siluetas.

2.2 Caracterización del Grupo objetivo

EDAD:

- PRENDAS: 15 a 40 años.
- ACCESORIOS: 10 a 60 años.
- DEMOGRAFIA: Estrato 2,3,4.....

- GEOGRAFIA: Solo para Bogotá y parte aledaños.

2.3 Ubicación del negocio

Los puntos para vender son:

- San Victorino (punto propio)
- San Andresito (punto propio)
- Fundaciones
- Academias de modelaje

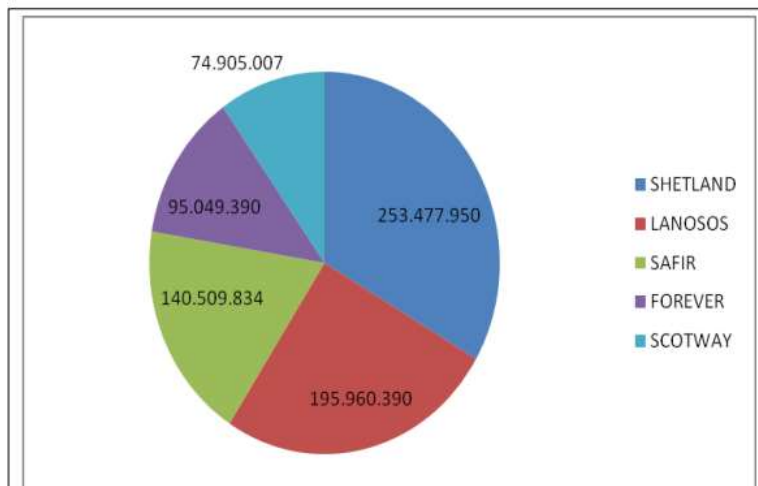
2.4 Impacto social ambiental

Planeta: cada vez cuidar más del planeta supra ciclando tejidos desechados y hacer cosas nuevas con ello.

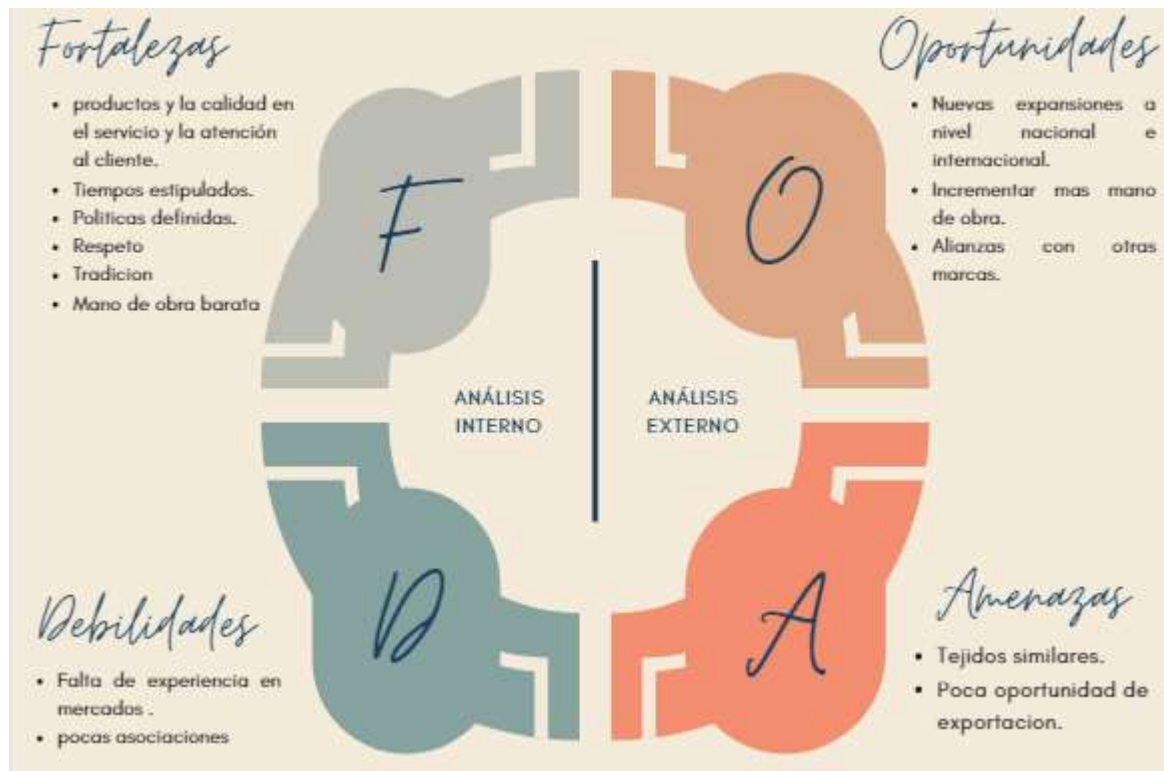
2.5 Factor diferenciador e innovador

Competidores que obtienen de participación desde el 1.94% -6.57%

Aleo amanatura puede incrementar esas cifras ya que las prendas que se frecen son de acuerdo a as nuevas tendencias y temporadas.



2.6 Análisis FODA



III ESTUDIO DE MERCADOS

3.1 Análisis del sector

Competidores que obtienen de participación desde el 1.94% -6.57%

Aleo amanatura puede incrementar esas cifras ya que las prendas que se frecen son de acuerdo con sus nuevas tendencias y temporadas.

3.2 Análisis de la competencia

Es necesario conocer en que se hacen más fuertes las competencias, ya que , podemos sacar provecho y hacer un análisis de en qué conceptos tienen éxito y en que conceptos pueden estar fallando para así mismo nosotros mejorar.

2.1 Criterios más relevantes para su emprendimiento:

Competencia				
	Competidor 1 (nombre)	Competidor 2 (nombre)	Competidor 3 (nombre)	Competidor n (nombre)
Descripción	In crochet	crocheteando	vale shopping	Bordandoencrochet
Localización	Bogotá	Barranquilla	Medellín	Bogotá
Bienes y servicios (atributos)	Tops,cardigans y accesorios	Tops y blusas	Blusas y accesorios	Tops y faldas
Precios	Desde 50.000 a 120.000	Desde 70.000 a 128.000	Desde 40.000 a 100.000	Desde 40.000 a 110.000
Logística de distribución	Envíos nacionales	Envíos nacionales	Envíos nacionales	Envíos nacionales
Otros, ¿cuáles?	Clientes fidelizados y atención al cliente	Estrategia en marketing	Buenos precios	Buenos precios

Para finalizar este apartado y de acuerdo a la tabla anterior defina su principal competencia y redacte una justificación a su análisis.

3.3 Modelo CANVAS

Mediante el presente formato se logra visualizar de forma estructurada y generalizada el modelo de negocio observando actividades relevantes y poco relevantes con el fin de optimizar el negocio.

	Actividades claves Las actividades en las ventas:		Relación con el cliente	
Socios claves	Valor al cliente	Propuesta de valor	El cliente fidelizado no acude a la competencia, lo que nos ayuda a debilitarla.	Segmento de clientes Edad
San Victorino (punto propio)	Ventas directas (directamente con los consumidores.)	Basado en el valor Basado en la calidad		Prendas desde los: 15 a 40 años.
San Andresito (punto propio)	Ventas online	Basado en la competencia	Se obtiene información muy valiosa que nuestros competidores desconocen, lo que nos sitúa en una situación ventajosa	Accesorios: 10 a 60 años.
Fundaciones	Animación y presentación del producto	Basado en los beneficios		Demografía: Estratos 2,3, 4.. Geografía: Solo para Bogotá y parte aledaños.
Academias de modelaje	Proveedores externos (a largo plazo)	Basado en problemas y soluciones		
	Las actividades importantes	Impulsadores	nos va a recomendar en cuanto tenga ocasión.	
	Producción (cuanto se ha producido, calidad)			
	Finanzas en ventas			

	<p>Finanzas dentro de la empresa</p> <p>Supervisión de plataformas</p> <p>Actualización de marketing</p>			
	<p>Recursos claves</p> <p>Lana de diferentes calibres (madejas, ovillos y conos)</p> <p>Estuche de agujas de crochet (las agujas van de 3/2 o a 2 a 6/2)</p> <p>Marcadores</p> <p>Tijeras</p> <p>Cinta métrica</p> <p>Agujas laneras</p> <p>Papel y lápiz</p> <p>Enhebrado de aguja</p> <p>Prendas recicladas</p>		<p>Canales</p> <p>Canales digitales</p>	

	(Largo plazo)			
	botones			
	Infraestructura propia			
Estructura de coste Aproximada mente el costeo total es de 1.500.000			Fuentes de Ingreso Los ingresos provienen de un préstamo para emprendimiento por medio de un banco .	

IV PROCESO TÉCNICO Y DE DISEÑO

Dentro del presente apartado se debe mostrar una colección de mínimo tres productos referentes a su propuesta de emprendimiento. Para ello es importante contar con lo siguiente

4.1 Desarrollo de colección

4.1.1 Descripción del proceso

El proceso de colección se baso en un proceso de buscar mucha información sobre que es el tejido y por qué se debería de tejer, también por medio de encuestas y comparaciones de otros emprendimientos.

4.1.2 Punto de inspiración

Los puntos de inspiración se tomaron de una tendencia llamada “las chicas Tumblr” en donde se pueden apreciar chicas usando prendas tanto tradicionales como actuales, entalladas, colores sobrios como colores llamativos, siempre dan entalle a su figura y son multifuncionales para cualquier ocasión.

4.1.3 Elementos del punto de inspiración

De forma gráfica y descriptiva indique los elementos que utilizó del punto de inspiración, bien sea conceptuales o por trasposición.

4.1.4 *Proceso de diseño*

Se hizo una recolección de imágenes en el cual concluimos dicho lo anterior.

4.1.5 *Elementos de la colección*

4.1.5.1 Línea, hilo conductor, nicho de mercado

Femenina, hilo conductor desde las siluetas hasta las figuras que se pueden elaborar.

4.1.5.2 Sensibilidad

Traer de vuelta las prendas en crochet con más estilo.

4.1.5.3 Concepto

Dejar lo clásico a un lado y volverlo una prenda con nuevos estilos.

4.1.5.4 Universo

Casual o formal

4.1.5.5 Tendencia

4.2 *Proceso técnico*

Es necesario que diseñe sus propias fichas técnicas, es decir las que su empresa va a emplear como base para el proceso productivo, tenga en cuenta todos los factores relevantes que se ajusten a las necesidades de sus productos en desarrollo, con el fin de que nada quede aislado para la producción, recuerde que nada se debe dar por hecho, sino que todo debe estar muy bien expuesto para evitar supuestos y confusiones a la hora de llevar a producción. Es importante que exista una ficha técnica para cada producto

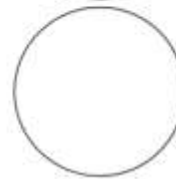
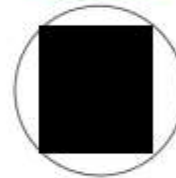
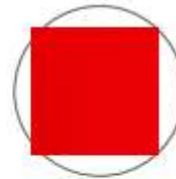


Diseño: Chaleco _____ Semestre: 5 _____ Diseñador: Diana Mogolón-Eileen Igua _____
Area diseño: _____ Area técnica: Diseño _____ Dirección DM: _____
Fecha: 17/06/2002 _____ Fecha: _____ Fecha: _____

Textiles



Color



Intervención textil



Insumos



4.2.1.1.1 Ficha técnica de patronaje Diseño Ref. 001

FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE - DESPIECE POR PRENDA							
NOMBRE ESTILO/COLORES	Diseño Magallán-Eliam que	TIPO DE PRENDA	Chaqueta	TEMPERADA	P/V	USO	Femenina
NOMBRE DE DISEÑO	Alba Arriandura	ESTRUCTURA	3001	UNIVERSO	Casual	FECHA	17/04/2022
<p>Esta es una versión de esta ficha técnica, cualquier otro documento o archivo digital con todos sus especificaciones técnicas e insertos es un documento.</p>							
DESPIECE DE PRENDA							
<p>DESPIECE FRENTE Señalamiento de 10 botones Diseño Magallán-Eliam que</p>				<p>DESPIECE DORSAL Peculiaridad de cuello Diseño Magallán-Eliam que</p>			
TABLA DE MEDIDAS PATRONES				OBSERVACIONES			
COTA	DESCRIPCIÓN MEDIDAS	TALLA BASE S		* Detalle de botones (proporción al diseño)			
A	LARGO DE HOMBRO	11 cm					
B	ANCHO PECHO	32 cm					
C	ANCHO ESPALDA	34 cm					
D	CONTORNO DE PECHO	48 cm					
E	CONTORNO DE CINTURA	44 cm					
F	CONTORNO DE CADERA	60 cm					
G	LARGO TOTAL	34					
H	LARGO DE MANGA	48 cm					
ELABORÓ:		REVISÓ:		APROBÓ:			



V PLAN DE MARKETING

5.1 Personas

EDAD:

- PRENDAS: 15 a 40 años.
- ACCESORIOS: 10 a 60 años.
- DEMOGRAFIA: Estrato 2,3,4.....
- GEOGRAFIA: Solo para Bogotá y parte aledaños.

5.2 Producto

Chaleco elaborado total mente en lana, se destacan figuras en el tanto en centro frente y por mangas , es una prenda fresca que puedes utilizar en un momento casual y combinarlo con diferentes prendas ya sean desde faldas , vestidos y pantalones.

Place

- CORREO ELECTRONICO (atención al cliente, enviar promociones).
- WHATSSAP (contacto).
- INSTAGRAM (pagina, otro medio de canal).
- PAGINAS WEB (catálogos y promociones de precios).
- TIK TOK(promoción para llamar la atención del cliente).
- FACEBOOK (pagina, otro medio de canal).

5.3 Precio

Mano de obra	Materia prima	Costos indirectos	Total	Precio unitario
200.000 x 100 prendas	300.000	100.000	600.000/100	6.000

Precio de venta unitario	Costo unitario
6.000x 60%=3.600	5.760

Competencia 1	Competencia 2	Competencia 3	Total
4.000	7.000	5.000	16.000/3=5.333

5.4 Promoción

Comenzaremos con **unos bonos de descuentos, regalos, franquicias, apoyos en actividades**

5.5 Procesos

- Valor al cliente
- Ventas directas (directamente con los consumidores.)
- Ventas online
- Animación y presentación del producto
- Proveedores externos (a largo plazo)

5.6 Posicionamiento

Aleo amanatura ofrece experiencias y calidad , tanto en personalización de prendas como en atención al cliente.

VI CREACIÓN DE IMAGEN DE MARCA

6.1 Nombre de la marca

Aleo: fuerza

Amanatura: ambiental-natural

Se escogió este nombre ya que representa la fuerza y naturalidad que queremos demostrar en nuestras prendas y accesorios.

6.2 Eslogan

El nombre de la empresa es fundamental

se observa un logo de una bola de lana y dos agujas siendo así delicado, llamativo y sencillo.

"Beauty crochet" para reconocer que son productos hermosos y de buena calidad

6.3 Logo



6.4 Empaques, marquillas



Empaques y marquillas 100% no contaminantes, colores sobrios y delicados, en los empaques de entrega se personalizará con el nombre del cliente para ofrecer mejores experiencias, por otro lado, las marquillas tendrán el logo de la lana y las agujas con el nombre en la parte superior “Aleoamanatura”

6.5 Catálogo

Desarrolle un catálogo promocional del producto teniendo en cuenta características del producto, tallas, colores, etc.

6.6 Políticas y valores organizacionales

- Política en el valor de quienes conforman la empresa
- Política en la calidad
- Política en la competencia
- Política en los beneficios
- Política en problemas y soluciones
- Política basada en el no fraude

6.7 Misión

Propósito: ser la competencia más grande en prendas y accesorios de tejidos.

- Compartir nuestra visión de la hermosa artesanía y tradición de tejer.
- Excelentes diseños para cada persona, hechos con dedicación y paciencia.

6.8 Visión

Personas: Intentar incluir más dos personas más para poder trabajar con nosotras

- Prendas y clientes: implementar prendas masculinas, crear prendas cada vez con mejor calidad, los clientes se sientan felices y satisfechos.
- Planeta: cada vez cuidar más del planeta supraciclando tejidos desechados y hacer cosas nuevas con ello.
- Productividad: ser cada vez más dinámicos y eficientes.

CONCLUSIONES

- En conclusión, de acuerdo con nuestra empresa ayudamos con el medio ambiente, por medio de prendas tejidas que ya no se utilicen, para hacer nuevas prendas que se puedan dar en nuevas tendencias.
- Aleo Amanatura es una de las empresas que se actualiza a las tendencias que se da en el mercado hoy en día, así dar oportunidad de mejoramiento y ampliar categorías para nuestros clientes.
- Tras el análisis, podemos deducir que los emprendimientos dirigidos hacia el crochet son una buena opción para emprender hoy en día, tienen pocas competencias en el mercado, pero aun así las que ahí son fuertes y pueden superarse.
- Aleo Amanatura se caracteriza por tener personalidad y posicionamiento de marca para generar expectativa de la estrategia experiencial a nuestros clientes, atrayendo así una nueva experiencia.
- Nuestra empresa incluimos patronaje para cada talla de nuestro cliente, algo que no se ve en otras empresas, para esto adicionamos fichas técnicas para asegurar que tengam la medidas correctas que se vasa en las tallas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografía

(s.f.).

BARRAGÁN, M. C. (2016). "EL TEJIDO: EL PAPEL DE LAS PRÁCTICAS ARTÍSTICAS EN LA. Obtenido de UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO:

<https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/17855/Tesis%20memoria-tejido..pdf?sequence=1>

Cárdenas Agreda, J. C. (marzo de 2015). *Informe de gestión de empresa artesanal*. Obtenido de Centro de Investigación y Documentación para la Artesanía - CENDAR:

<https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/handle/001/3031>

González Vizcaya, C. H. (2006). *[Informe de actividades de asesoría y capacitación técnica en diseño prestadas a los artesanos tejedores del Municipio de San Agustín Huila]*. Obtenido de Centro de Investigación y Documentación para la Artesanía - CENDAR:

<https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/handle/001/616>

- Granados Flórez, D. A. (2014). *Informe final de la actividad: Asesorías*. Obtenido de Centro de Investigación y Documentación para la Artesanía - CENDAR: <https://cendar-repositorio.metabiblioteca.org/handle/001/3684>
- Hoyos, D. (mayo de 2008). *[Informe de acciones de Fortalecimiento de la actividad]*. Obtenido de Centro de Investigación y Documentación para la Artesanía - CENDAR: <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/handle/001/2983>
- Manosalva, D. D. (marzo de 2015). *Modelo de Negocio "Arti Manos S.A.S." en la modalidad de*. Obtenido de Universidad Santo Tomás de Aquino: <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/647/Arti%20Manos.pdf;jsessionid=C0EE123FE454D36100CFD778CDFD7D46?sequence=1>
- Orozco Guerrero, C. E. (1987). *Informe exhibición primera muestra artesanal talleres artesanales urbanos Bogotá*. Obtenido de Centro de Investigación y Documentación para la Artesanía - CENDAR: <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/handle/001/985>
- RODRIGUEZ, S. M. (9 de abril de 2001). *CONVENIO GOBERNACION DE CUNDINAMARCA*. Obtenido de Centro de Investigación y Documentación para la Artesanía - CENDAR: <https://cendar-repositorio.metabiblioteca.org/bitstream/001/4431/1/INST-D%202001.%2062.pdf>
- Spanger Díaz, M. M. (2014). *Informe final capacitación taller de tintorería sintética con colorantes dispersos para el junco y la Enea municipios de Ubaté y Fúquene*. Obtenido de Centro de Investigación y Documentación para la Artesanía - CENDAR: <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/handle/001/3632>
- Urbina Caycedo, C. (2014). *Creación del Laboratorio y fomento de la actividad productiva artesanal mediante el fortalecimiento de la cadena de valor de las comunidades artesanas en el departamento de Cundinamarca : informe final de ejecución*. Obtenido de Centro de Investigación y Documentación para la Artesanía - CENDAR: <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/handle/001/1705>