

**Este es un proyecto que estudiara la creación de una red social E-commerce la cual
en un principio funcionara por medio de la creación y estampado de camisetas
MOLT**

**Esteban Jaramillo
Valentina Román
Santiago Barriga**

**Colegio de Estudios Superiores de Administración –CESA-
Pregrado Administración de Empresas
Bogotá, Lunes 23/05/2016**

**Este es un proyecto que estudiara la creación de una red social E-commerce la cual
en un principio funcionara por medio de la creación y estampado de camisetas
MOLT**

**Esteban Jaramillo
Valentina Román
Santiago Barriga**

Director: Edgar Rubio

**Colegio de Estudios Superiores de Administración –CESA-
Pregrado Administración de Empresas
Bogotá, lunes 23/05/2016**

Índice

1. Introducción.....	Pg. 3 - 6
2. Resumen ejecutivo.	
2.1 Misión	Pg. 7
2.3 CANVAS.....	Pg. 7 - 12
3. Análisis del Entorno	Pg. 13-15
4. Plan de Mercado	
4.1 Etapas del negocio.....	Pg. 15 – 18
4.2 Validación del modelo de negocio.....	Pg. 18 -21
4.3 DOFA	Pg. 21 – 22
4.4Proyección Ventas	Pg. 22
4.5Sistema de Distribución	Pg. 23-24
4.6 Publicidad / Promoción	Pg. 25
5. Organigrama	Pg. 26 – 27
5.1. Tipo de Sociedad	Pg. 27-28
5.2 Requisitos Legales	Pg. 29 – 31
6. plan de finanzas	Pg. 31 – 34
7. conclusiones	Pg. 35 -37
8.0 Bibliografía.....	Pg 38

1. Introducción

“Los millennials representan 25% de la población en el país y su capacitación requiere una inversión de 786 mdd. Están íntimamente ligados a la tecnología, el multitasking y la innovación, pero contratarlos también implica retos para las organizaciones.”(appa 1)

Actualmente en Colombia y el mundo las tendencias de los millennials de hacer freelance y tomar trabajos independientes es cada vez mayor, esto se debe a su manera de pensar la cual buscan independencia de tiempo y monetaria estas personas constantemente están interesadas en el mundo digital, el mundo de la tecnología y la innovación.

Por esta razón se ha decidido crear una marca la cual identifica las necesidades de los millennials y permita que esta generación trabaje y consuma una marca la cual sea de todos. Esta marca funcionara invirtiendo los papeles laborales, lo que se quiere decir es que estamos acostumbrados al típico modelo de trabajo donde los trabajadores trabajan para la empresa y la empresa se lleva los créditos de dichos trabajos, en este caso se busca que la empresa trabaje para los trabajadores y les genere alternativas de interactuar con la marca siendo ellos la marca y generar ingresos independientes cuando ellos lo deseen.

Al identificar estas necesidades se decidió crear Molt la cual es una star up principalmente enfocada a la necesidades del publico millennial y con un enfoque secundario en brindar soluciones corporativas de creación de material POP de manera eficaz a las distintas empresas.

Molt es una marca Juvenil y multifacética que esta enfocada en las necesidades del día a día de los millennials. esta marca permite que el cliente pueda generar ingresos extra trabajando de una manera en la cual el no se sienta que esta trabajando para nadie si no para el mismo de esta manera el usuario podrá sentirse identificado con la marca en diferentes momentos de su vida cotidiana: gimnasio, fiesta, trabajo, eventos, conciertos, etc. La marca va a ir dirigida a personas alrededor de los 25 años a los 35 años en promedio con un nivel adquisitivo medio y alto. Es una plataforma web y aplicación para Smartphone que brinda a los usuarios una forma distinta, novedosa, fácil y practica para estampar diseñar, comprar y vender accesorios y ropa. Esta aplicación se caracteriza por darle una mejor experiencia de diseño personalizado, compra y venta al usuario, ya que le permite crear su propia prenda o accesorio por medio de un aplicativo móvil o internet, venderlo o comprarlo de manera inmediata.

Adicionalmente, los usuarios empresariales disfrutaran de la rapidez y sencillez de realizar material POP ya que podrán tener acceso a servicios extras que están relacionados con los pedidos corporativos, tales como camisetas con el logo de la empresa, diseño propio, manillas, sombrillas etc. Estos pedidos permiten que el cliente desarrolle el producto en cualquier momento desde su dispositivo móvil, realizando la compra lo más rápido y sencillo posible. Molt también va contar con un aspecto de red social en el que se le permite al usuario generar sus propios diseños y promocionarlos a

través de nuestro portal. Esta marca va a estar enfocada en el diseño y tendrá sus propias colecciones de temporada, en las cuales van a estar a cargo diversos artistas nacionales tales como fotógrafos, pintores, diseñadores, grafiteros y todo lo que esté representado como arte y tendrá su colección exclusiva hecha por el personal Molt. Esta empresa se hará cargo de la compra y calidad de materiales y diseño exclusivo de las prendas que se podrán estampar.

Es necesario resaltar que Molt también actuara enfocada en la responsabilidad social y esto se lograra por medio de alianzas estratégicas con fundaciones que permitan colaborar con ellas y sus propósitos. En un principio se trabajara con la fundación el ropero y la idea consiste en que los usuarios Molt por voluntad propia donen prendas que ya no usen para llevar estas prendas a la fundación el ropero y que ellos puedan seguir recolectando los recursos necesarios para mantener a las familias que hoy en día ayudan.

Con el desarrollo de esta empresa, se pretende dar solución a varias necesidades que podemos identificar. Molt trabaja en tiempo real permitiéndole al cliente poder diseñar y comprar en cualquier momento, también es una oportunidad de negocio para las personas que se quieren dar a conocer y generar un ingreso extra en su vida, lo cual no existe en Colombia. Por otro lado, es fundamental resaltar que su responsabilidad social es el aspecto más importante para la empresa y sus socios y por eso está fuertemente comprometida con ayudar a los más necesitados con sus convenios con las fundaciones y también de manera independiente.

Molt en el aspecto corporativo le está brindando soluciones inmediatas a las grandes empresas, puesto que hoy en día las herramientas tecnológicas permiten una interacción más viable y mejor elaborada entre proveedor y cliente ya que el ultimo no necesitara más que envíos por correo y solo esperar respuesta de estos para diseñar su producto final, lo que permitirá una respuesta mucho más inmediata y una mayor eficiencia.

El marco teórico bajo el cual se va a analizar este proceso será el modelo Canvas y la matriz DOFA. En resumen, la metodología bajo la cual va a estar guiado el proyecto se basa en un desarrollo de la idea, una investigación de mercado, contratación de servicios especializados, formación del equipo de trabajo, diseño de plataforma, desarrollo de plataforma, pruebas en el mercado, búsquedas de alianzas estratégicas, clientes y búsqueda de inversionistas. Los resultados esperados al finalizar el proyecto son tener certeza sobre la viabilidad y rentabilidad del proyecto, entender el mercado y el cliente objetivo y decidir la forma ideal para salir a una ronda de inversión una vez la idea sea probada.

Objetivo General:

Desarrollar una marca que permita crear productos por medio de un software de creación y personalización el cual estará integrado en un aplicativo móvil y una e-commerce y dar a conocer la marca en Colombia y el mundo

Objetivos Específicos:

- Cotizar la creación del sistema digital y arte de la marca
- Buscar el establecimiento donde se hará la parte administrativa
- Lograr crear un concepto innovador para lograr crear toda una experiencia nueva de consumir y vender

- Ver la situación de la competencia tanto directa como indirecta.
- Realizar un estudio de mercados en el que se pueda identificar la oferta y demanda de camisetas personalizadas a nivel nacional.

2. Resumen Ejecutivo

2.1 Misión

Ser una empresa de diseño de camisetas personalizadas reconocida en Colombia, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes, brindándoles una experiencia única con una excelente plataforma.

2.2 CANVAS

Propuesta de valor: a continuación se mencionaran las propuestas de valor que se consideraron pertinentes y dan un valor agregado a la marca:

- Comunidad: al crear un aspecto de red social y una interacción con el producto y marca se está creando una comunidad la cual funcionará generando contenido y hablando de la marca con distintas personas. Esto permitirá que más personas interactúen y conozcan la marca.
- Personalización: el cliente podrá hacer lo que quiera y considere necesario para la creación de su producto

- **Simplicidad:** la pagina web y el aplicativo se enfocan en ser una pagina responsable y facil de usar para que el cliente no tenga inconveniente alguno a la hora de usarla si no que por el contrario se sienta satisfecho con el software por ser practico
- **Ingresos sin necesidad de inversion :** esta plataforma permite al cliente hacer uso de esta para generar ingresos extra sin necesidad de una inversion monetaria ya que el cliente lo unico que tiene que invertir es su creatividad.
- **Simplicidad en la elaboracion de material POP:** se creo un software el cual le permite al cliente corporativo saltarse varios pasos para conocer el arte de su producto final

Segmentos de cliente: para que clientes se están creando valor:

- **Empresas:** dichas empresa contaran con una manera practica y simple de ordenar su material POP
- **Millenials:** son el cliente que se encargara de hacer esta empresa grande y exitosa ya que esta empresa se encargara de satisfacer las necesidades de estos
- **Diseñadores:** permitira a los diseñadores tener empresa sin necesidad de tener una propia

Canales: estos canales se han determinado por medio de identificar la manera mas fácil de alcanzar a nuestros clientes:

- **Red social:** las redes sociales es el mecanismo mas usado por los jovenes de hoy en dia y ademas es una manera eficiente y poco costosa de llegar al publico objetivo

- Distribucion: la manera en la que se pretende distribuir el producto permitira que el cliente obtenga este producto desde la comodidad de su casa oficina o establecimiento que desee sinn necesidad de ir a un punto de venta.
- E-commerce: esta plataforma permitira que el cliente pueda ser alcanzado en tiempo real y en cualquier momento del dia ya que esta pagina funcionara las 24 horas del dia y tendra acceso desde cualquier dispositivo que cuente con internet

Relación con los clientes: ¿ cuales son los factores importantes para tener una relación excelente con los clientes?

- Confianza: una relacion estrecha se construye con el excelente trato a los clientes con terminos y condiciones claros
- Gana gana: Molt buca que el cliente como la marca ganen y no existan ventajas de uno sobre otro
- En tiempo: es primordial cumplir con los tiempos establecidos
- Servicio post-entrega: se hara seguimiento al cliente para que este no se sienta olvidado ni desatendido

Recursos clave:

- Tecnologia: al ser un medio digital y de estampado se requiere tener tecnologia de ultima calidad y hacer inversiones en esta para dar un mejor servicio y ser competetivos frente al mercado
- App y web: estos recursos son la base del negocio ya que por medio de estas plataformas el negocio funcionara y se tienen que estar actualizando constantemetete y mejorando su contenidos

- Derechos de autor: es importante cuidar los derechos de autor internos como externos para evitar futuras demandas
- Empaque: el empaque es una estrategia para cuidar el medio ambiente y este debe ser practico y reutilizable en el dia a dia como estrategia publicitaria

Actividades clave: Las actividades clave que se han determinado son aquellas que permiten el buen funcionamiento y la excelente ejecución y comercialización de los productos:

- Publicidad: la publicidad es fundamental en el desarrollo de cualquier mercado digital ya que esta es la encargada del conocimiento y promoción del producto esta actividad se encargara de las estrategias publicitarias tanto de manera btl como redes sociales y digital
- Excelente relación con proveedores: es importante para MOLT manejar una relación con proveedores optima ya que estos son los encargados de proveernos el material de trabajo y es importante tener una relación de confianza que nos permita tener mercancía a crédito y con tiempos de entrega optimos para así dar mejor manejo de inventarios
- Followers: estas personas son el core del negocio ya que ellos son los que se encargaran de enriquecer el contenido de la marca y dar la marca a conocer.

Socios clave: Los socios clave que se han determinado para este proyecto se han escogido por medio de estudiar e identificar los aspectos importante y relevantes del proyecto. Estos socios son los siguientes:

- Desarrollador: este es el encargado de la programación y administración de la plataforma y es la persona que día a día tiene que estar interactuando con el funcionamiento, desarrollo y mejoras de la web y el aplicativo
- Diseñador de modas: esta persona estara encargada de la busqueda de materiales y productos que se ajusten a las tendencias y modas de los usuarios. Ademas ayudara con la busqueda de proveedores y materiales que ayuden al desarrollo e innovacion de la marca
- Servientrega: esta empresa estara encargada de nuestro proceso de distribucion y logistica entrega ademas que recaudara los pagos hechos a contra entrega
- El Ropero: es nuestro socio con el factor de responsabilidad social. esta es una fundacion que se encuentra en manizales la cual se encargara de recibir las prendas donadas por nuestros clientes y las usara para l crecimiento de su fundacion
- PAYU latam: dicha plataforma se encargara de recaudar la plata de manera virtual y de desembolsarla a la empresa mes a mes

Estructura de costos: se han determinado los costos mas importantes para la elaboración del proyecto:

- Desarrollo web y app: este sera un costo inicial y despues se convertira en un costo variable ya que cada cambio y actualizacion requeriran una inversion

- Inventario: el inventario inicial se hara para cumplir las expectativas de venta de los primeros 3 mesys y despues se pedira el inventario requerido de cada mes despues de haber evaluado la salida del primer inventario
- Logistica: se hara iversion en el sistema de entrega y comisiones de pago por internet
- Publicidad: se haran inversiones relacionadas a la publicidad cuando se crea pertinente
- Operarios: se dara un salario fijo a los operarios involucrados en el desarrollo del producto

Fuente de ingresos: hemos determinado cuales son los ingresos mas importantes y los que le darán viabilidad al proyecto:

- Suscripcion: se contara con un plan de suscripcion unico el cual permitira al usuario acceder a mejor contenido y herramientas de edicion
- Base de datos: esta base de datos permitira generar ingresos monetarios por medio de las agencias de publicidad que pagan por dicha bases
- Sistema de venta: el usuario podra diseñar y vender atravez de nuestra plataforma permitiendo asi que molt cobre una comision por dicha venta
- E-commerce y app: por este medio se podran realizar las compras a la marca y se recaudara el dinero.

3. Análisis del Entorno. (Social, Económico, Fiscal y Legal)

Es importante mostrar un breve resumen sobre la situación económica de Colombia y el mundo antes de entrar en detalle sobre el proyecto de emprendimiento Molt y resaltar por qué Colombia y países importantes del mundo están mostrando alternativas de inversión muy atractivas. Teniendo en cuenta que el crecimiento global esperado para el año 2016 a 2017 esta entre el 3%, 4% y un 2,8% según el Fondo Internacional Monetario (IMF), Colombia se ubica cerca de un 3%, lo que también vendría superando al crecimiento esperado para LATAM de 1,8% y 2%.

Al mismo tiempo, otros indicadores continúan mostrando un fortalecimiento de la economía e industria Colombiana. La clase social media la cual es la que mayor liquidez maneja sigue en crecimiento y se estima que para el año 2020 sea del 37%. Por otro lado, cabe mencionar que el nivel de endeudamiento de los colombianos se ubica en un 32% de sus ingresos con un aumento del 8% desde el 2009. Esto genera mayor capacidad de consumo y poder adquisitivo. El ministro de Hacienda estima que en el 2016 no habrá una caída fuerte de la demanda agregada, asimismo, el gerente del Banco de la República, José Darío Uribe, cree que el desempeño para el 2016 va a ser superior al registrado en el 2015. Por otro lado, el alza del dólar hace que se beneficie la compra de producto nacional ya que el extranjero estaría más costoso, y también el proceso de paz que se está llevando a cabo beneficiaría la imagen del producto colombiano a nivel mundial.

En relación a la industria de la tecnología, Colombia quedó en primer lugar como el país que más rápido adoptó el uso del Smartphone y las tabletas en los sistemas iOS y Android en el 2013, con un crecimiento de 27%. Así mismo, Se espera que el comercio electrónico crezca un 30% en el 2016. En el 2015 alcanzó 2.500 millones de dólares en transacciones. Por otro lado, un estudio de consumo digital realizado por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTic) señala que cerca del 85% del total de los colombianos tienen acceso a internet. En la siguiente imagen de la Fundación 5G Américas podemos observar el comportamiento del LTE, que es el estándar para comunicaciones inalámbricas de transmisión de datos de alta velocidad para teléfonos móviles y terminales de datos, y el uso de los Smartphones en Colombia

COLOMBIA | LTE 2015 - 2020



MERCADO MÓVIL

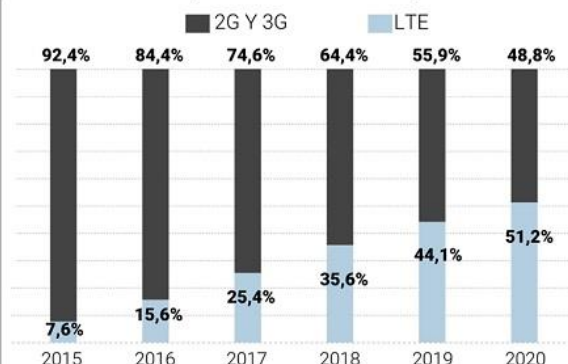


Durante 2015, las líneas LTE registradas en Colombia alcanzaron los **4,3 millones y una participación de 7,6%** con respecto al total de las registradas en el año que totalizaron 56,4 millones.

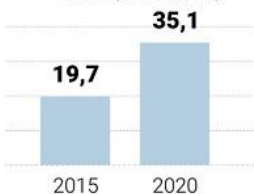
Para 2020 se anticipan 62,5 millones de líneas registradas, de las cuales el **51,2% será LTE**, o un aproximado de 32 millones, un cambio positivo de 642,4% en el total de líneas LTE.

En 2015 había **19,7 millones de teléfonos inteligentes en uso** y se estima que en 2020 se contabilizarán 35,1 millones, un incremento en el total

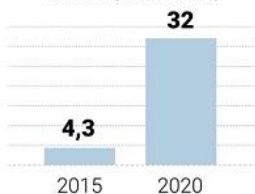
PARTICIPACIÓN LTE (% DE LÍNEAS REGISTRADAS)



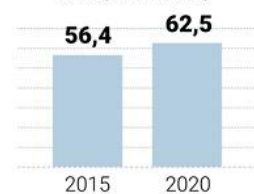
SMARTPHONES EN USO TOTAL (EN MILLONES)



LÍNEAS LTE TOTALES (EN MILLONES)



LÍNEAS MÓVILES TOTAL (EN MILLONES)



Producción: 5G Americas, abril de 2016.- Fuente: 451 Research.

451 Research

Vía <http://tynmedia.com/tynmag/wp-content/uploads/sites/3/2016/04/Infografia-4G-Colombia-2020.jpg>

Esta empresa, Molt, surge de un emprendimiento, por lo cual es importante resaltar la situación actual de *El foro para emprendedores colombianos e inversionistas nacionales e internacionales* (startups) en Colombia. El *Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia (TIC)* promueve el emprendimiento a través **del programa Apps.co que en los últimos 5 años ha acercado al mundo del emprendimiento a más de 90.000 personas y con los ViveLabs se formaron más de 11.000 colombianos en competencias para el desarrollo de contenidos digitales, videojuegos y aplicaciones. También cabe resaltar que personajes tan importantes como Mark Zuckerberg creador de facebook han resaltado la importancia de Colombia en el mundo del emprendimiento e innovación y también ha dicho que Silicon Valley tiene un agrado especial por el emprendimiento colombiano.**

4. Plan de Mercado.

4.1 Etapas del negocio

Este es un negocio que requiere una inversión inicial de \$ 100.000.000 de pesos los cuales estarán representados en diferentes aspectos como lo son: el diseño de la página web, el diseño aplicativo móvil, el desarrollo de la plataforma web general y corporativa, el desarrollo aplicativo móvil general y corporativo, asesorías de moda y producto y también en compra de inventario. La validación de este plan de negocios se hará por medio de una encuesta. En términos generales, esta encuesta tiene como objetivo entender y generar

información sobre el mercado. La encuesta estará formulada de tal manera que podremos saber que piensa el mercado sobre los servicios que se están ofreciendo y sobre los factores que pueden afectar la venta del producto.

Una vez este proceso este completo y estandarizado, el proyecto se maneja por diferentes etapas las cuales son:

- Etapa 0: La inscripción de la sociedad MOLT SAS ante la cámara de comercio e inscripción de marca y logo ante la superintendencia de industria y comercio. También, junto con esto, se sacaran los costos totales de la producción por unidad de cada prenda y se desarrollara el diseño de empaque y la estrategia de distribución, por otro lado se irá seleccionando la materia prima y los diseños de las prendas
- Etapa 1: (1 mes de operación) Esta etapa consistirá en realizar pruebas tanto de producto como de la plataforma, sistemas de pago y de distribución. Paralelamente se creará una página en Facebook, una cuenta en Instagram y se contará con un programa de marketing digital con la idea de promocionar la página y generar expectativa en los distintos consumidores.
- Etapa 2 (desde el mes 2): Una vez las plataformas estén funcionando a la perfección y los inventarios estén disponibles, se procederá a darle apertura a la e-commerce y se empezara a ofrecer nuestro portafolio corporativo con el fin de empezar a generar ingresos y reconocimiento en el ámbito corporativo. También se hará la evaluación de desarrollar paquetes de suscripción que cuenten con beneficios dentro de la aplicación tales como fuentes, imágenes o textos únicos y exclusivos del plan de suscripción

- Etapa 3 (desde el mes 3 en adelante): Una vez exista un reconocimiento de marca en los distintos mercados se procederá hacer el lanzamiento del aplicativo móvil, el cual contara con una amplia inversión en publicidad ya que este es un aspecto fundamental para la empresa ya que con este se pretende ir cautivando al publico y llevar a que éste haga que el aplicativo se de diferentes maneras.
- Etapa 4: una vez logremos el reconocimiento nacional empezaremos a lanzar distintas líneas, accesorios y formas de diseño que día a día continúen enriqueciendo nuestro contenido y se ajuste cada vez más a las necesidades básicas del cliente.

Habiendo explicado el proyecto por etapas, vamos a explicar la monetización de este. Los métodos serán los siguientes:

Cliente general: este tipo de cliente es aquel que desea realizar algún pedido a través de nuestro portal ya sea aplicativo o portal web. Este cliente entrara en dicho portal, diseñara su prenda y procederá a cómprala, lo cual nos dejara un margen unitario.

Cliente vendedor: este cliente ingresa a nuestro portal, diseña un producto y lo vende por medio de los recursos que MOLT posee para vender dichos artículos. El cliente obtendrá una comisión o una parte de la venta y MOLT se quedara con el resto.

Corporativo: este cliente es aquel que posee una empresa y desea comprar material promocional o publicitario y de dotación para su empresa.

Suscriptores: Molt va a funcionar como red social, por lo que tendrá suscriptores, seguidores y bases de datos que con la estrategia correcta, cada uno de estos se puede monetizar fuertemente.

Una vez explicado los sistemas de monetización se mostrara un balance general y un p&g proyectado para los últimos 6 meses del año 2016:Anexo

4.2 Validación del modelo de negocio.

La idea surge gracias a un proyecto previo de emprendimiento en el cual se estaba estudiando la posibilidad de hacer una marca de ropa de origen colombiano y así poder darle reconocimiento a la calidad del producto nacional.

Durante un largo periodo los integrantes del grupo salieron en búsqueda de identificar que necesidades hacen falta para que el consumidor nacional comprara nacional en esta búsqueda se encontró con que los millenails estaban buscando un producto de calidad e innovador que cambiara la manera en la que se consumía los productos de moda y que aparte pudieran interactuar con este. Fue aquí donde uno de los integrantes realizó un viaje a San Francisco California y se encontró con un aplicativo llamado snaptee, este aplicativo había sido valorado en \$90.000.000 dolares y estaba teniendo una fuerte acogida por el consumidor local. Al ver esta oportunidad el integrante decidió traer la idea a Colombia y empezarla a elaborar desde cero con ciertos valores agregados.

Recientemente el grupo ha recibido asesorías de distintos programadores, diseñadores y empresarios los cuales se han involucrado con el proyecto y lo han ayudado a direccionar de mejor manera para que el proyecto pueda salir lo más pronto posible.

Las reuniones han servido para mejorar las proyecciones y los estados financieros de la marca también para generar el contenido web y analizar el comportamiento del mercado local.

Se ha estudiado fuertemente una empresa existente la cual se llama Brinca Brinca y esta ubicada en la 85 con 13 ya que esta tiene un modelo de negocio similar al nuestro. Se han conseguido distintas reuniones con la persona encargada de este negocio y también se ha actuado como cliente para estudiar el funcionamiento de este.

Hemos escogido distintos referentes del negocio que funcionan a nivel mundial y local para saber que tal les ha ido y como es su modo de operación dichos referentes son:

www.society6.com

www.tt-sprint.com

www.snaptee.com

www.ebay.com

tshirt-lab

Brinca Brinca

Camiseta ya

Para validar también este negocio se utilizó una encuesta que reunía las preguntas más importantes para este negocio

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene como objeto investigar acerca de la compra de camisetas y es realizado para el desarrollo de un proyecto.

Favor responda las preguntas que se formulan a continuación:

1. Es usted:

Mujer ___ **Hombre** ___

2. Su edad es de:

___ años

3. Usted compra una camiseta:

Más de una vez al mes ___ **Cada dos o tres meses** ___ **Cada cuatro meses o más** ___

4. ¿Cuánto paga en promedio por una camiseta?

Menos de 40 mil pesos ___ **Entre 40 y 60 mil pesos** ___ **Más de 60 mil pesos** ___

5. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una camiseta personalizada?

Menos de 40 mil pesos ___ **Entre 40 y 60 mil pesos** ___ **Más de 60 mil pesos** ___

6. ¿Le gustaría diseñar su propia camiseta por medio de una plataforma online?

Si ___ **No** ___

7. ¿Prefiere realizar una compra de ropa por medio de la web o personalmente?

Web ___ **Personalmente** ___

8. Si respondió “personalmente” en la pregunta anterior por favor díganos la razón

¡Muchas gracias por tu tiempo!

4.3 DOFA

Análisis DOFA:

Fortalezas:

- Infraestructura propia
- Pioneros en el modelo de negocio en el mercado local
- Servicio de calidad
- Grupo de trabajo unido. Conocedor del mercado donde se trabaja.
- Se puede trabajar sin inventarios
- Puede vender a cualquier parte del mundo
- El cliente puede comprar de manera sencilla y cómoda, eligiendo el método de pago que prefiere y recibiendo el producto en su hogar.
- Mercadeo a través de redes sociales e internet
- Bajos costos operativos
- Capacidad de producción
- Innovación tecnológica

Oportunidades:

- Al ser pioneros, la participación en el mercado objetivo es alta.
- Precios asequibles respecto a la competencia.
- El consumidor puede elegir en una gama de materiales
- Sistema de garantías

- Ventas a través de internet
- El comercio electrónico cada vez tiene mayor participación en las ventas.
- No hay barreras de entrada a mercados extranjeros.
- Apertura comercial (TLC's)
- Generar nuevas tendencias que van acorde a la moda
- Aumento de demanda por este tipo de productos

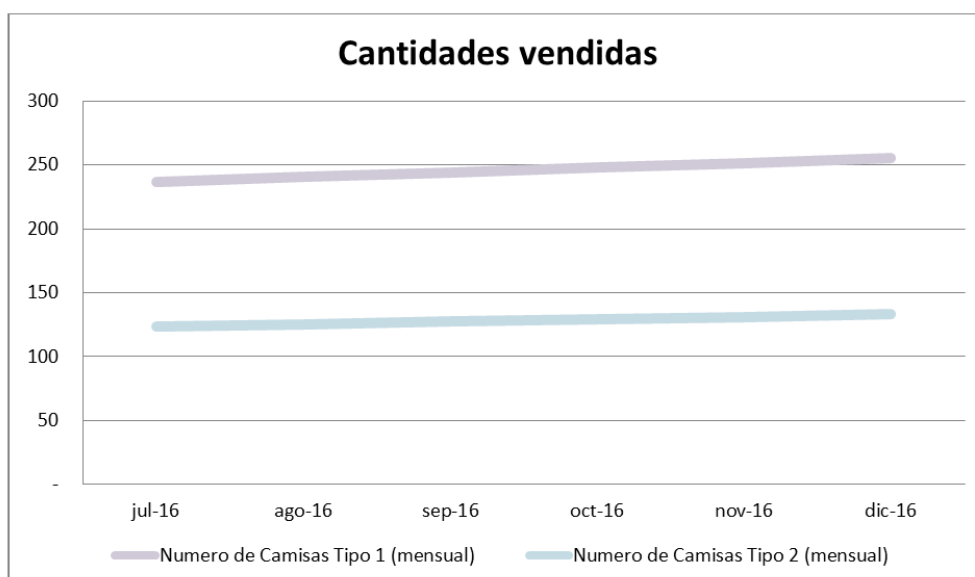
Debilidades

- No se cuenta con musculo financiero necesario para apoyar algunas áreas de la empresa
- Dependemos en gran parte del cumplimiento de los proveedores
- Pocos proveedores hasta ahora contratados
- El cliente tarda mucho en recibir su pedido

Amenazas

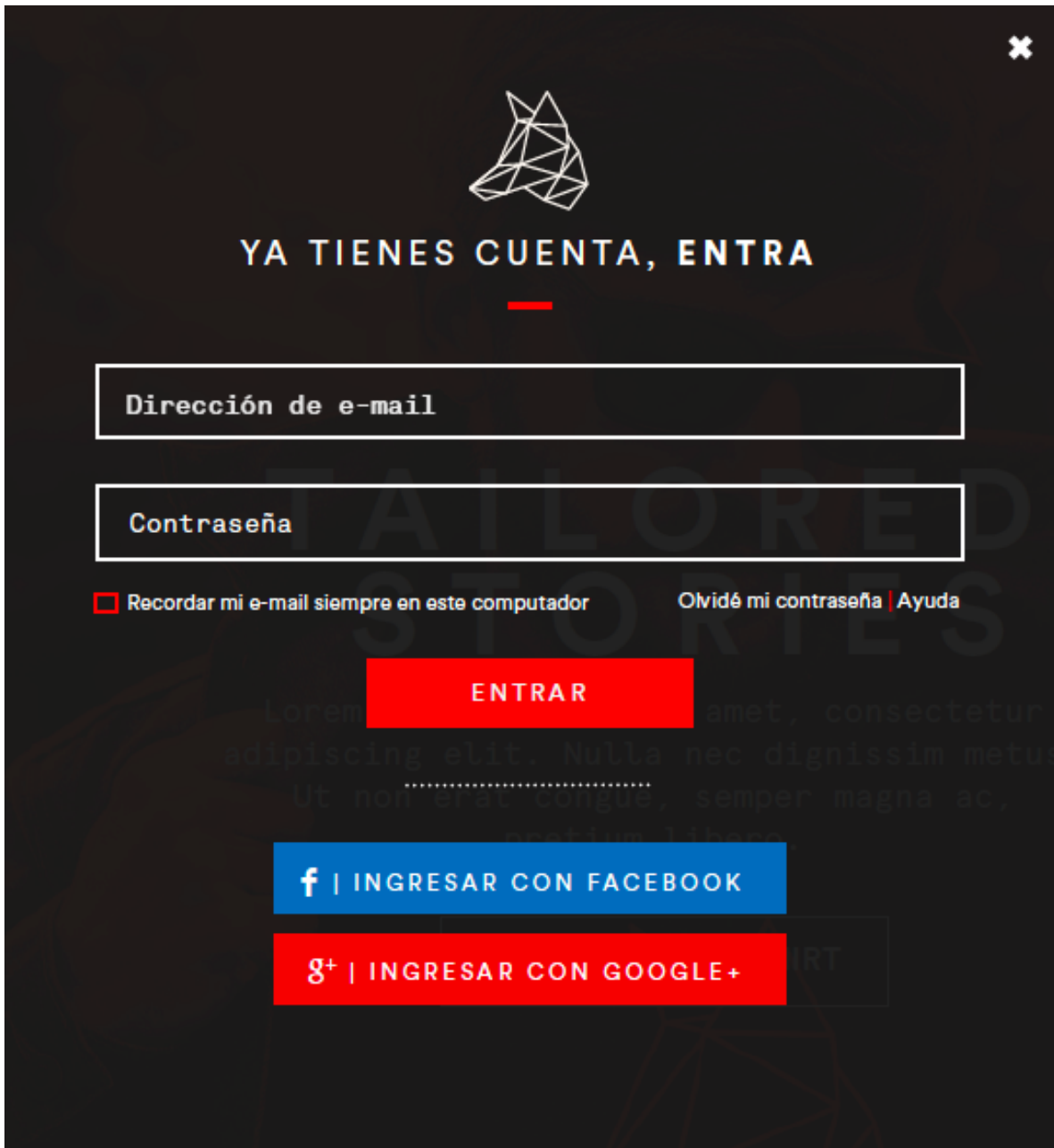
- Muchos competidores.
- Pocas barreras de entradas para nuevos competidores.
- Mayores regulaciones para el mercado por internet
- La empresa está limitada con respecto a los recursos financieros y materiales para poder invertir y así obtener mayor participación en el mercado.

4.4 Proyección de Ventas



4.5 Sistema de compra y Distribución

El cliente contara con un pantallazo el cual le permitirá crear su usuario



The image shows a login interface on a dark background. At the top center is a white wireframe logo of a dog's head. Below it, the text "YA TIENES CUENTA, ENTRA" is displayed in white, with a small red horizontal line underneath. There are two white-outlined input fields: the first is labeled "Dirección de e-mail" and the second is labeled "Contraseña". Below the email field is a checkbox labeled "Recordar mi e-mail siempre en este computador". To the right of the password field are the links "Olvidé mi contraseña" and "Ayuda". A prominent red button with the text "ENTRAR" is centered below the input fields. At the bottom, there are two social login buttons: a blue one with the Facebook logo and the text "f | INGRESAR CON FACEBOOK", and a red one with the Google+ logo and the text "g+ | INGRESAR CON GOOGLE+". A faint watermark "TALLORES SPORTS" is visible in the background.

Una vez se haya creado el usuario el podrá acceder al carrito de compras:

Heisenbergas

\$35.000 [Compartir](#)

Descripción
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Quisque auctor sed massa ac vulputate.

Hombre

Talla **M**

Colores

Este mismo diseño también en

AGREGAR AL CARRITO

una vez se haya creado la compra el pedido será recibido por el operario el cual procederá hacer el producto y después este será enviando en una alianza con servientrega compañía que se comprometió a entregar el producto terminado en un tiempo no mayor de 48h para bogota y de 5 días hábiles a nivel nacional

4.6 Publicidad/Promoción

El presupuesto inicial contemplo una estrategia publicitaria la cual contratara una agencia que se encargara de lo siguiente:

marketing digital para Molt

[MARKETING DIGITAL]

La estrategia de Marketing digital para Moults contará con 4 etapas principales:

Gap de Notoriedad y Relevancia: De extraño a cliente potencial.

Gap de Captación: De cliente potencial a cliente de Molt

Gap de Fidelización: Retención del cliente actual.

Gap de Recuperación: Reintegración de clientes perdidos*

Nota: La propuesta para Gap de recuperación se planteará en una segunda etapa.

Nota2: ver anexo (lleva propuesta echa por la agencia)

5 Organigrama

La estructura que se usara será una estructura horizontal permitiendo asi que todos los trabajadores tengan voz y voto en las decisiones que se deben tomar y asi generar un mejor equipo

Se espera vender alrededor de 150 y 200 camisetas por cada tipo mensualmente, para esto serán necesarios cuatro personas. Una de ellas será la encargada estampar dejar terminado el producto final, una persona encargada de recibir quejas y reclamos y otra encargada del desarrollo web y otro de llevar la contabilidad

gerencia	contabilidad	administracion	Área creativa	operarios	
-----------------	---------------------	-----------------------	--------------------------	------------------	--

Gerencia: este cargo está conformado por los 3 socios del proyecto, Santiago Barriga, Esteban Jaramill y Valentina roman. Esta gerencia se encargara principalmente de las estrategias de innovacion y creacion del producto ademas de la consecucion de proveedores y distintos trabajadores.

Contabilidad: esta area estara encargada por un contador el cual ya ha sido contratado

El area creativa estara acargo de Santiago Barriga el cual se encargara de buscar outsourcing y de encontrar el mejor equipo para esto.

En la administracion estara Valentina Roman la cual se encargara de guiar a todos los empleados para que cumplan los objetivos y sera la encargado en las oficinas de llevar un control y pasar reportes constantemente a la gerencia.

Operarios. Estaran acargo de Esteban jaramillo el cual se encargara de hacer supervicion constante y ayudara y dara soporte a esta area para verificar el excelente funcionamiento

5.2 Tipo de sociedad

La sociedad que se creo es la SAS, esto debido a que este tipo de sociedades tiene una mayor flexibilidad para los socios, lo cual les permite realizar todos los cambios por medio de documentos privados y llevar su documentacion en una junta directiva

Esta sociedad permite definir los estatutos de la sociedad de una forma más eficiente, su constitución puede ser a través de documentos privados y en caso de una liquidación de la sociedad también es favorable.

Para la creación de esta sociedad los puntos más importantes son, primero la selección del representante legal el cual esta a cargo de Santiago Barriga y un suplente que sera Esteban Jaramillo

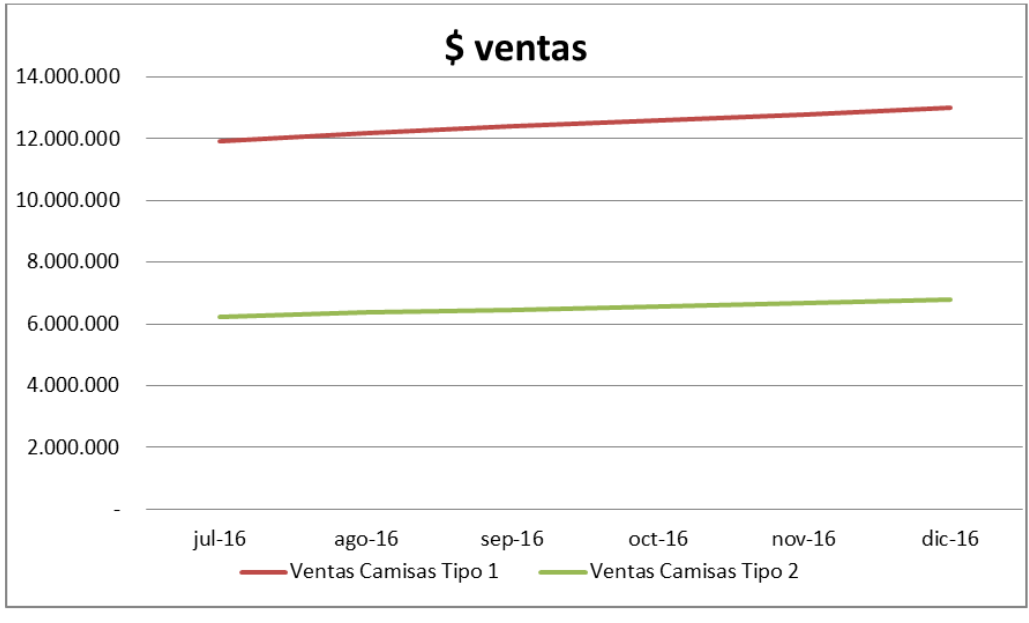
Se debe realizar la inscripción ante la cámara de comercio en la cual se debe revisar que el nombre de esta sociedad no existe y entregar los estatutos claros, una vez se haya realizado este proceso se debe solicitar una cita en la DIAN el cual se

	clientes con el administrador del portal	teléfonos, chats o formularios de atención al cliente (archivo Word/Excel)
(3) Integración de la plataforma	Nombres de los dominios y aplicaciones que integran la plataforma	Listado de nombres (archivo Word/Excel)
(4) Servicios que presta el administrador a través de la plataforma	Explicación de todos los servicios prestados a los usuarios (desde la creación de una comunidad virtual hasta la venta de productos)	Listado de servicios con explicación de los mismos (archivo Word/Excel)
(5) Parámetros de los servicios prestados	Descripción de los parámetros preestablecidos para la prestación de servicios (desde tiempos de entrega de productos, velocidades de subida de archivos, calidad de los productos, hasta la disponibilidad de los servidores)	Listado de los parámetros (archivo Word/Excel)
(6) Contratos con	Contratos celebrados o que	El contrato que se firmó, los

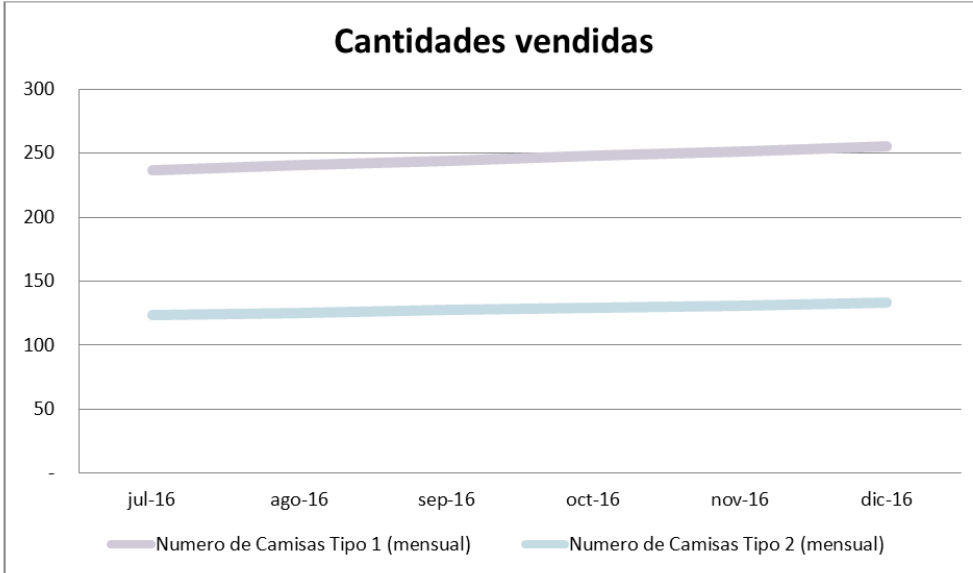
proveedores	se pretenden celebrar con proveedores (desde quien imprime camisetas, el proveedor de pagos en línea, hasta el alojamiento en servidores de la información)	términos y condiciones que se aceptaron o lo que se piensa contratar con el proveedor.
(7) Manejo de datos de carácter personal	Cuál es el uso que se le piensa dar a los datos de los clientes (correos y perfiles en general). Indicar si solamente serán utilizados para los propósitos de ésta plataforma o tienen una destinación diferente.	Descripción (archivo Word/Excel)

6. Plan de finanzas

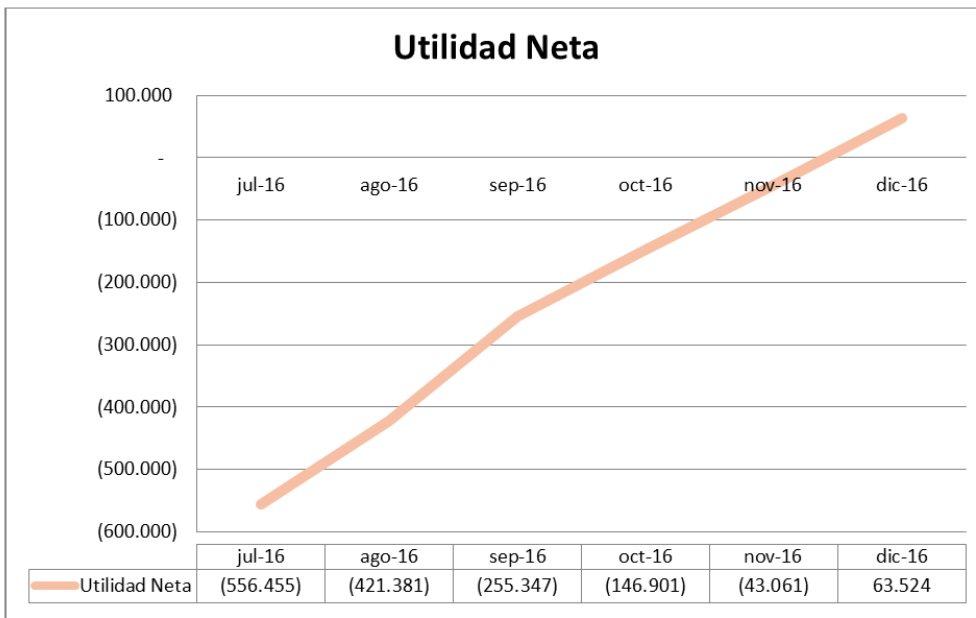
Antes de mencionar el tema de las ventas y utilidad, debemos resaltar que la empresa tendrá dos referencias en modelos de camisa y que para efectos de éstas gráficas y plan de finanzas se le llamará a cada una : camisa tipo 1 y camisa tipo 2.



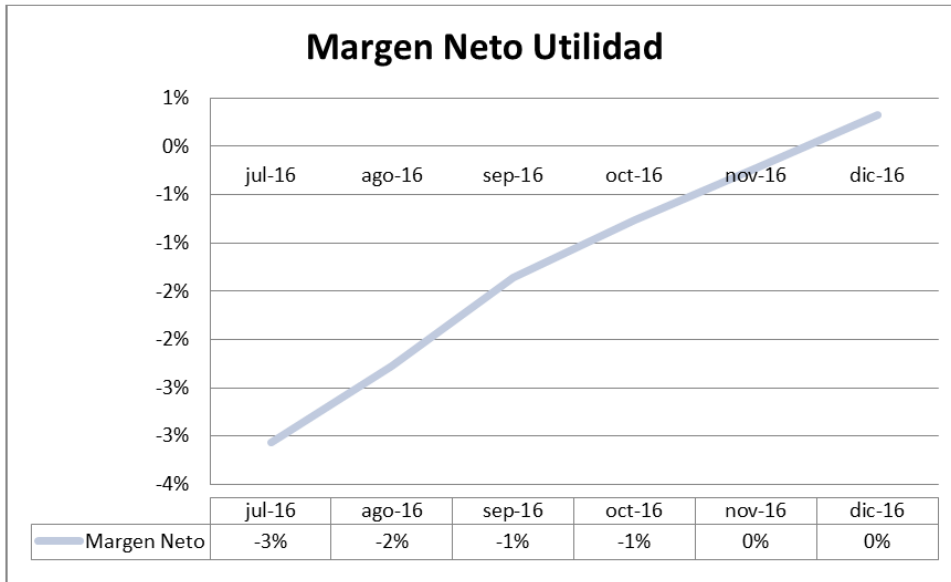
A través de la gráfica de ventas en pesos, se puede observar que las ventas de camisa tipo uno van a tener mayor impacto que las ventas de camisas tipo dos. Por otro lado, en el mes de Julio la proyección de ventas de la camisa tipo uno es de \$11.000.000 y de la camisa tipo dos es de aproximadamente \$ 6.000.000, las ventas mensuales del total de camisas incrementan notablemente suponiendo que las camisas sean vendidas a un precio de \$50.000 cada una y una cantidad vendida en este mes de 230 camisas tipo uno y 120 camisas tipo dos , el cual es en un escenario negativo.



Las cantidades vendidas van a incrementar en todos los meses, empezando por una cantidad vendida de 230 camisas tipo 1 en Julio del 2016 y de camisas tipo 2 de 120 en el mismo mes. Según la proyección realizada en Diciembre del mismo año se van a vender 255 camisas tipo uno y 133 camisas tipo dos.



La utilidad neta en el estado de pérdidas y ganancias (P&G) en Julio del 2016 va a ser aproximadamente de (556.446) y en los demás meses se va a ir reduciendo su pérdida hasta llegar a la primera utilidad en Diciembre del 2016 y la utilidad va a reflejar siempre un incremento positivo mensual desde este último mes.



En la gráfica del Margen Neto de la utilidad, se puede observar que en Julio del 2016 la utilidad produce un margen negativo de -3%, en el siguiente mes proyecta un margen menos negativo que el anterior mes, el cual es del -2% y en los siguientes meses este margen va incrementando hasta lograr aproximadamente un 0% en Diciembre del 2016 y a partir de este mes muestra un aumento mensual en el próximo año.

7. Conclusiones

Después de analizar los resultados obtenidos en este proyecto, pudimos aclarar diferentes conceptos claves para el desarrollo de nuestra idea. Pudimos observar según los estudios realizados que nuestro target son personas jóvenes aproximadamente de 20 a 35 años de estratos 4, 5 y 6, las cuales tienen un gusto por el diseño y tienen preferencias específicas al comprar su ropa. Son personas que compran camisas usualmente, aproximadamente una vez al mes o una vez cada dos meses y que están dispuestas a pagar por una camisa personalizada un poco más, el rango de precio se pudo definir entre 40.000 y 60.000 pesos, algunas personas están dispuestas a pagar un poco más de eso pero preferimos definir nuestro precio dentro de ese rango al menos para el comienzo.

La venta de camisetas se va a realizar solo a través de una plataforma online, al menos al principio, ya que facilita la compra del producto y su diseño y también reduce gran parte de los costos. La inversión inicial es de 100.000.000 de pesos, ya que van a ser invertidos en algunos aspectos muy importantes para desarrollar el proyecto como es el diseño de la aplicación, página web y plataforma, asesorías de diseñadores para el producto y el inventario inicial, la cual va a ser recuperada en un lapso corto de tiempo. La validación de este plan de negocios se hará por medio de una encuesta. En términos generales, esta encuesta tiene como objetivo entender y generar información sobre el mercado. La encuesta estará formulada de tal manera que podremos saber que piensa el mercado sobre los servicios que se están ofreciendo y sobre los factores que pueden afectar la venta del producto. También sabemos de la importancia de desempeñar una buena estrategia de mercadeo y publicidad, ya que estos puntos son claves para lograr las ventas propuestas de cada mes y son algunos de los otros gastos que tuvimos en cuenta. La publicidad va a ser

realizada a través de mercadeo digital y redes sociales ya que es la manera más fácil, más económica y la mejor ya que en estas se encuentra nuestro mercado objetivo diariamente.

Por otra parte, en la actualidad este tipo de clientes prefieren realizar su compra de una manera fácil y rápida, a través de la web, aclarando que necesitan de ayudas visuales del producto, medidas y tallas exactas de su ropa. Por esta razón la plataforma Molt va a ser muy fácil de usar, simple y con un diseño único, que también va a permitir a los clientes realizar su pago online con su tarjeta de crédito, lo cual también es básico hoy en día para un consumidor. Esto quiere decir que Molt combina: tecnología, diseño, inmediatez, creatividad en un producto que puede ir dirigido a empresas, o por motivos personales a familia, pareja, amigos, hijos, fechas especiales y mucho más.

Con respecto al lo mencionado con la Fundación el Roperero y la responsabilidad social que tendrá Molt, es importante resaltar que esta donación se realizará a través de nuestros clientes y que para que ellos se motiven tendremos que ganarnos la confianza y lograr convertirlos en voceros de nuestra marca. ¿Cómo podremos hacerlo? Tendremos que ser muy efectivos en la atención al cliente, tendremos que buscar que los márgenes de tiempo de entrega se reduzcan cada vez más, tenemos que evaluar la calidad del servicio desde el momento en que el cliente ingresa a la plataforma hasta que recibe y usa su producto. En cuanto a las empresas tendremos que desarrollar actividades en fechas especiales que no nos generen muchos gastos, pero que sí nos genere penetración en la empresa, posicionamiento y por supuesto lograr que nos prefieran no sólo por el buen servicio sino también por la atención y por la efectividad.

Consideremos que una vez terminen las 4 fases de la implementación de este proyecto, tendremos que buscar la manera de convertirnos en una plataforma de diseño colombiano,

pero siempre buscando mantener nuestro principal objetivo que es la venta de camisas personalizadas.

Por último debemos hacer mención a que en Molt buscaremos apoyar a todos los emprendedores que como nosotros, tomaron la iniciativa de crear su empresa, algo que favorece al consumo local y a la economía colombiana, por esto, nuestros proveedores en la medida de lo posible serán emprendedores .

8.0 Bibliografía

- <http://www.portafolio.co/portafolio-plus/cifras-ventas-telefonos-inteligentes-colombia>
 - https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/vehiculos/bol_veh_It_rim14.pdf
 - <http://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-1629.html>
 - <http://tynmedia.com/tynmag/wp-content/uploads/sites/3/2016/04/Infografia-4G-Colombia-2020.jpg>
-
