

**INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN
CIENTÍFICA, CONTABLE Y FINANCIERA**
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, AUDITORÍA
SISTEMAS DE CONTROL DE GESTIÓN Y FINANZAS

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA GABRIEL RENÉ MORENO



XIII

FERIA FACULTATIVA DE EMPRENDEDURISMO INNOVACIÓN Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA

CATEGORÍA

EMPRENDIMIENTO

INTEGRANTES

NATALIA CHOQUE CORONADO

SHIRLEY CANAVIRI CAUMOL

DOCENTE GUIA

ÍNDICE

1. Introducción
2. Análisis Externo
3. Análisis Interno
4. Plan de Producción
5. Plan de Marketing
6. Conclusión
7. bibliografía
8. Anexos

INTRODUCCION

En un mundo donde la moda es una forma de expresión y identidad, [Nombre de tu marca] surge como una alternativa fresca y innovadora en el mercado de la ropa. Nuestra misión es ofrecer prendas de alta calidad, diseño único y sostenibilidad, inspirando a nuestros clientes a encontrar su propio estilo y confianza.

Nuestro emprendimiento se basa en la pasión por la moda y el compromiso con el medio ambiente. Creemos que la ropa no solo debe ser hermosa, sino también responsable y ética. Por eso, nos enfocamos en utilizar materiales sostenibles, reducir residuos y fomentar prácticas de producción respetuosas con el planeta.

Nuestra colección incluye una variedad de prendas para hombres y mujeres, desde vestidos y tops hasta pantalones y accesorios. Cada pieza es diseñada con amor y dedicación, reflejando nuestra visión de una moda que combina estilo, comodidad y conciencia social.

Valores:

- Sostenibilidad
- Calidad
- Innovación
- Inclusión
- Respeto

Objetivo:

Ser una marca líder en el mercado de la ropa sostenible, inspirando a una generación de consumidores conscientes y responsables.

ANÁLISIS EXTERNO

Oportunidades

1. Crecimiento del mercado de ropa sostenible: La conciencia sobre el impacto ambiental de la moda está aumentando, lo que genera una demanda creciente de ropa sostenible y segunda mano.
2. Demanda de productos únicos: Los consumidores buscan productos únicos y auténticos, lo que se ajusta a la naturaleza de la ropa de segunda mano.
3. Expansión a mercados internacionales: La globalización y el comercio electrónico facilitan la expansión a mercados internacionales.

Amenazas

1. Competencia creciente: El mercado de ropa de segunda mano está creciendo, lo que aumenta la competencia.
2. Cambios en las tendencias de moda: Los cambios en las tendencias de moda pueden afectar la demanda de ciertos productos.
3. Problemas de logística y envío: La logística y el envío internacional pueden ser complejos y costosos.
4. Regulaciones y leyes sobre comercio internacional: Cambios en las regulaciones y leyes sobre comercio internacional pueden afectar el negocio.

Tendencias del Mercado

1. Sostenibilidad y responsabilidad social: Los consumidores están cada vez más conscientes del impacto ambiental y social de sus compras.
2. Compras en línea: El comercio electrónico sigue creciendo, lo que facilita la compra y venta de productos en línea.
3. Globalización: La globalización facilita la expansión a mercados internacionales.

4. Diversificación de la oferta: Los consumidores buscan productos únicos y auténticos.

Análisis de la Competencia

1. Tiendas en línea de ropa de segunda mano
2. Tiendas físicas de ropa de segunda mano: Competidores locales y regionales.
3. Diseñadores de moda sostenible: Competidores que ofrecen productos nuevos y sostenibles.

Fortalezas y Debilidades del Entorno

Fortalezas

1. Demanda creciente de ropa sostenible
2. Diversificación de la oferta

Debilidades

1. Competencia creciente
2. Cambios en las tendencias de moda
3. Problemas de logística y envío

ANALISIS INTERNO

Fortalezas

1. Conocimiento del mercado coreano de ropa de segunda mano.
2. Experiencia en la compra y selección de productos de alta calidad.
3. Red de contactos en Corea del Sur para obtener productos únicos.

4. Pasión y dedicación por la moda sostenible.

Debilidades

1. Limitaciones financieras para invertir en marketing y publicidad.
2. Falta de experiencia en comercio electrónico y logística internacional.
3. Dependencia de proveedores coreanos para obtener productos.
4. Necesidad de mejorar la presencia en línea y la marca.

Oportunidades de Mejora

1. Desarrollar una estrategia de marketing efectiva para aumentar la visibilidad.
2. Establecer alianzas con diseñadores coreanos para crear productos exclusivos.
3. Ampliar la oferta de productos para incluir accesorios y complementos.
4. Mejorar la experiencia del cliente con un servicio de atención al cliente eficiente.

Capacidades y Recursos

1. Conocimientos de moda y tendencias.
2. Red de contactos en Corea del Sur.
3. Presencia en línea básica (sitio web, redes sociales).
4. Inversión inicial para comenzar el negocio.

Estructura Organizativa

1. Dueño/gerente: responsable de la estrategia y operaciones.

2. Asistente de compras: ayuda en la selección y compra de productos.
3. Personal de almacenamiento y envío: maneja la logística.

Procesos y Sistemas

1. Proceso de compra y selección de productos.
2. Sistema de inventario y gestión de stock.
3. Proceso de envío y seguimiento de pedidos.

PLAN DE PRODUCCION

Objetivos de Producción

1. Comprar y seleccionar ropa de segunda mano de alta calidad.
2. Preparar y procesar los productos para su venta.
3. Cumplir con los estándares de calidad y seguridad.

Proceso de Producción

Etapa 1: Compra y Selección

1. Investigación de mercados y proveedores en Corea del Sur.
2. Selección de productos según calidad, condición y demanda.
3. Negociación de precios y compra de productos.

Etapa 2: Preparación y Procesamiento

1. Limpieza y lavado de productos.
2. Reparación y restauración de productos (si es necesario).
3. Etiquetado y empaquetado de productos.

Etapa 3: Almacenamiento y Envío

1. Almacenamiento de productos en un lugar seguro y organizado.
2. Preparación de pedidos y envío a clientes.

Recursos y Equipos

1. Transporte para viajar a mercados y proveedores.
2. Equipo de limpieza y lavado.
3. Herramientas para reparación y restauración.
4. Etiquetas y materiales de empaquetado.
5. Almacén y equipo de almacenamiento.

Cronograma de Producción

Semana 1-2: Investigación de mercados y proveedores

Semana 3-4: Compra y selección de productos

Semana 5-6: Preparación y procesamiento de productos

Semana 7-8: Almacenamiento y envío de producto

Semana 9-12 preparación de los saldos y ponerlos en liquidación

Indicadores de Éxito

1. Calidad de los productos.
2. Tiempo de entrega.
3. Satisfacción del cliente.
4. Nivel de inventario.

Riesgos y Contingencias

1. Cambios en la demanda.
2. Problemas de calidad.
3. Retrasos en la entrega.
4. Pérdida de proveedores.

Objetivos de Marketing

1. Incrementar la visibilidad y reconocimiento de la marca.
2. Atraer nuevos clientes y aumentar las ventas.
3. Establecer una comunidad de clientes leales.

Estrategias de Marketing

1. Redes Sociales:
 - Crear perfiles en Instagram, Facebook y Pinterest.
 - Publicar contenido de alta calidad (fotos y videos).
 - Utilizar hashtags relevantes.
 - Interactuar con seguidores.
2. Publicidad En Línea:
 - Google Ads (buscador y redes).

- Facebook Ads.

- Instagram Ads.

3. Contenido:

- Crear un blog con artículos sobre moda sostenible.

- Publicar tutoriales y consejos de estilo.

- Compartir historias de clientes.

6. Eventos:

- Organizar eventos de lanzamiento de colecciones.

- Participar en ferias y mercados de moda sostenible.

Presupuesto de Marketing

1. Redes Sociales: 100/mes.

2. Publicidad En Línea: 150/mes.

3. Eventos: 300/mes.

Indicadores de Éxito

1. Incremento de seguidores en redes sociales.

2. Aumento de tráfico en el sitio web.

3. Incremento de ventas.

4. Nivel de compromiso en redes sociales.

5. Tasa de apertura de correos electrónicos.

CONCLUSION

El emprendimiento de ropa de segunda mano tiene un gran potencial de crecimiento y éxito, siempre y cuando se aborden los desafíos y oportunidades identificados en este estudio. La creación de un plan de negocios sólido, la selección de una forma jurídica adecuada y la gestión eficiente de los recursos financieros y humanos son clave para el éxito del emprendimiento.

RECOMENDACIONES

1. Realizar un estudio de mercado más profundo para entender mejor las necesidades y preferencias de los clientes.
2. Establecer alianzas estratégicas con proveedores y distribuidores para asegurar un suministro constante de productos de alta calidad.
3. Desarrollar un plan de marketing digital efectivo para aumentar la visibilidad y atraer nuevos clientes.
4. Implementar un sistema de gestión de inventario y logística eficiente para minimizar costos y maximizar la eficiencia.
5. Establecer un equipo de trabajo capacitado y motivado para brindar un servicio excelente a los clientes.
6. Realizar un seguimiento constante de los indicadores clave de rendimiento (KPI) para ajustar y mejorar el plan de negocios.
7. Considerar la expansión a nuevos mercados y canales de distribución para aumentar la presencia y el crecimiento del emprendimiento.

Próximos pasos

1. Revisar y ajustar el plan de negocios según sea necesario.
2. Establecer un equipo de trabajo y asignar responsabilidades.
3. Iniciar la implementación del plan de marketing y ventas.
4. Realizar un seguimiento constante de los resultados y ajustar el plan según sea necesario.

Recursos adicionales

- Consultar con expertos en marketing y finanzas para obtener consejos personalizados.
- Asistir a seminarios y talleres sobre emprendimiento y gestión de negocios.
- Leer libros y artículos sobre marketing, finanzas y gestión de negocios.

BIBLIOGRAFIA

<https://miro.com/es/planificacion-estrategica/que-es-plan-negocios/>

<https://blog.hubspot.es/marketing/como-crear-plan-comercial>

https://www.canva.com/es_mx/propuestas/plantillas/negocios/

<https://modelosdeplandenegocios.com/blogs/news/tienda-segunda-mano-plan-negocios>

<https://repository.ucc.edu.co/bitstreams/1402fa28-ea21-460c-a069d73eafc847f9/download>

ANEXOS

