



UNIVERSIDAD DEL SINÚ
Elías Bechara Zainúm
Seccional Cartagena

**DISEÑO DE UN MODELO DE NEGOCIO PARA EL ALQUILER DE VESTIDOS
DE GALA Y ESMOQUIN, SOPORTADO A UNA PLATAFORMA DIGITAL EN LA
CIUDAD DE CARTAGENA**

Arévalo Arévalo Adriana Patricia
Heno Portela Melissa Paola
Ortega Bayuelo Jesús David
Pérez Martínez Andres Camilo
Portela Romero María Isabel

Universidad del Sinú Elías Bechara Zainúm
Facultad de Ciencias Básicas e Ingeniería
Escuela de Ingeniería industrial
2020



UNIVERSIDAD DEL SINÚ
Elías Bechara Zainúm
Seccional Cartagena

**DISEÑO DE UN MODELO DE NEGOCIO PARA EL ALQUILER DE VESTIDOS
DE GALA Y ESMOQUIN, SOPORTADO A UNA PLATAFORMA DIGITAL EN LA
CIUDAD DE CARTAGENA**

Arévalo Arévalo Adriana Patricia
Heno Portela Melissa Paola
Ortega Bayuelo Jesús David
Pérez Martínez Andrés Camilo
Portela Romero María Isabel

Asesor Metodológico
Prof. María Mercedes Suarez

Asesor Disciplinar
Prof. Yunellis Burgos Pereira

Trabajo de grado

Universidad del Sinú Elías Bechara Zainúm
Facultad de Ciencias Básicas e Ingeniería
Escuela de Ingeniería industrial

2020

DEDICATORIA

Dedicamos este trabajo de grado principalmente a Dios, por ser el inspirador y darnos la fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

A nuestros padres que nos apoyaron con su amor, trabajo y sacrificio durante este proceso, gracias a ellos hemos logrado llegar hasta este punto, y convertirnos en lo que somos. Ha sido el orgullo y el privilegio ser sus hijos.

Adriana, Melissa, Jesús, Andrés y María Isabel.

AGRADECIMIENTOS

El agradecimiento de este proyecto va dirigido primeramente a Dios por todas las bendiciones, la sabiduría y el discernimiento que nos otorgó para culminar satisfactoriamente este trabajo de grado; seguidamente a nuestra familia y amigos quienes fueron nuestro apoyo en los momentos difíciles.

Agradecemos de manera especial a la Asesora Disciplinar Yunellis Burgos Pereira, a la Asesora María Mercedes Suárez y al Asesor Externo Juan Camilo Machado Ferrucho por su tiempo y dedicación.

INDICE

1. TÍTULO DEL PROYECTO	10
2. PALABRAS	10
3. RESUMEN DEL PROYECTO	10
4. EL PROBLEMA	11
4.1. Planteamiento del Problema	11
4.1.1. Estado inicial	13
4.1.2. Estado Final	13
4.1.3. Análisis de Consecuencias	14
4.2. Pregunta de investigación / Hipótesis	14
5. JUSTIFICACIÓN	14
6. REVISIÓN LITERARIA	15
6.1. Marco teórico	15
6.2. Estado del Arte/antecedentes	17
6.3. Marco conceptual	18
7. OBJETIVOS	22
7.1. Objetivo general	22
7.2. Objetivos específicos	22
8. METODOLOGÍA	22
8.1. Tipo de investigación	22
8.2. Población	22
8.3. Muestra	23
8.4. Métodos de recolección de información	23
8.5. Instrumentos	23
9. PROCESAMIENTO DE DATOS	23
9.1. Capítulo uno: Análisis de la competencia	23
9.1.1. Encuesta aplicada a clientes potenciales	26

9.1.2.	Herramienta QFD	21
9.1.3.	Mapa de empatía	23
9.2.	Capítulo Dos: diseño del modelo de negocio	26
9.2.1.	Diagrama SIPOC	35
9.2.1.1.	Procedimientos dentro del negocio	35
9.2.1.2.	Procedimiento de clientes que desean postular sus prendas	38
9.2.2.	Cuota de mercado: Objetivos de cuota de mercado	40
9.2.2.1.	Sector de referencia	40
9.2.2.2.	Producto/servicio	40
9.2.2.3.	Análisis Pestel	41
9.2.2.4.	Cálculo de mercado potencial:	46
9.2.2.5.	Análisis de Porter	48
9.2.2.6.	DOFA	49
9.2.2.7.	CAME	51
9.2.3.	Análisis del lienzo Canvas	56
9.2.4.	Estudio técnico	56
9.2.4.1.	Descripción del servicio	56
9.2.4.2.	Localización	60
9.3.	Capítulo tres	74
9.3.1.	Proceso de adquisición de la plataforma y creación	74
9.3.2.	Procesos que tendrá la plataforma digital ARMA TU PINTA	77
9.3.2.1.	Operaciones	77
9.3.2.2.	Logística	77
9.3.2.3.	Mercadeo y ventas	77
9.3.2.4.	Servicio al cliente	78
9.3.3.	Proceso del servicio página web con clientes de la plataforma	78
9.3.4.	Proceso del servicio con proveedor externo y clientes del proveedor.	81
9.3.5.	Visualización gráfica y funcionalidad que tendría la plataforma digital.	82
9.3.6.	Términos y condiciones	92
9.3.6.1.	Condiciones generales	92
9.3.6.2.	Obligaciones de la plataforma arma tu pinta	92
9.3.6.3.	Obligaciones del usuario	92

9.3.6.4. Servicio de venta	93
9.3.6.5. Uso de los productos	93
9.3.6.6. Formas de pago	93
9.3.6.7. Facturas	94
9.3.6.8. Área del usuario	94
9.3.6.9. Como realizar el alquiler	94
9.3.6.10. Envío y entrega	94
9.3.6.11. Devolución de productos defectuosos	94
9.3.6.12. Disponibilidad	95
9.3.6.13. Política de privacidad	95
9.3.6.14. Derecho a los usuarios	96
9.3.6.15. Uso de la información recogida	96
9.4. Capítulo cuatro: Evaluar viabilidad financiera del proyecto	96
9.4.1 Desarrollar los indicadores de bondad	96
9.4.2 Realizar la Matriz de flujo de caja para definir costos y gastos	100
9.4.3 Realizar estudio al mercado meta para identificar sus preferencias	102
10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	107
11. BIBLIOGRAFÍA	109
12. ANEXO	115
12.1 Encuesta realizada en la ciudad de Cartagena al mercado objetivo	115

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. QFD	29
Ilustración 2. Mapa de Empatía uno	32
Ilustración 3. Mapa de Empatía dos	32
Ilustración 4. Procedimientos de ARMA TU PINTA	36
Ilustración 5. Diagrama Sipoc del cliente	38
Ilustración 6. Entorno competitivo de ARMA TU PINTA	48
Ilustración 7. Silueta de mujer para saber las tallas	59
Ilustración 8. Figura de muestra de tallas de hombre	60
Ilustración 9. Estructura organizacional del modelo de negocio ARMA TU PINTA	64
Ilustración 10. Flujograma de la descripción operativa de la plataforma digital ARMA TU PINTA	72
Ilustración 11. Flujograma del proceso de inscripción y petición de usuarios de ARMA TU PINTA	73
Ilustración 12. Flujograma Proceso de inscripción y petición de los usuarios en la plataforma digital ARMA TU PINTA	74
Ilustración 13. Flujograma del servicio que prestará a los usuarios la plataforma digital ARMA TU PINTA	80
Ilustración 14. Flujograma del servicio clientes-proveedores que publiquen sus prendas formales a la página web	82
Ilustración 15. Visualización gráfica del inicio de la página web ARMA TU PINTA	83
Ilustración 16. Visualización gráfica de los vestidos tipo cóctel en la página web	83
Ilustración 17. Visualización gráfica de prendas de vestir formales de ARMA TU PINTA	84

Ilustración 18. Visualización gráfica de estilos y tendencias	84
Ilustración 19. Visualización gráfica de los horarios y de los términos y condiciones	85
Ilustración 20. Visualización gráfica de la forma como clientes se contactarán con la página web	85
Ilustración 21. Visualización gráfica de la pestaña ALQUILA TU PINTA en la página web ARMA TU PINTA	86
Ilustración 22. Visualización gráfica de la pestaña catálogo de la página web ARMA TU PINTA	86
Ilustración 23. Visualización gráfica de elección de prenda en la página web ARMA TU PINTA	87
Ilustración 24. Visualización de la prenda de vestir seleccionada	87
Ilustración 25. Información del producto para agregar al carro	88
Ilustración 26. Visualización del producto y precio	88
Ilustración 27. Finalización del alquiler	89
Ilustración 28. Diligenciamiento de formulario de envío	89
Ilustración 29. Selección de método de pago	90
Ilustración 30. Confirmación de pedido	90
Ilustración 31. Finalizar confirmación y cierre de pedido	91
Ilustración 32. Chat de ARMA TU PINTA	91
Ilustración 33. Población por sexo y grupo de edad en la ciudad	102
Ilustración 34. Viviendas por estratos	103

LISTADO DE TABLAS

Tabla 1 Benchmarking de precios de la competencia	24
Tabla 2 Conclusiones Mapa de Empatía	33
Tabla 3 Actividades para mantener la satisfacción del clientes	37
Tabla 4 Necesidades del mercado	39
Tabla 5 Servicio y mercado del negocio ARMA TU PINTA	41
Tabla 6 Impactos del entorno en el modelo de negocio	44
Tabla 7 Número de posibles alquileres anuales de las prendas de vestir de ARMA TU PINTA	47
Tabla 8 Estimación de precios de los trajes de gala de ARMA TU PINTA	47
Tabla 9 Análisis de los aspectos internos y externos del modelo de negocio ARMA TU PINTA	50
Tabla 10 Plan estratégico de la empresa ARMA TU PINTA a través de la herramienta CAME	51
Tabla 11 Resultados de las estrategias del negocio a través de la herramienta CAME	54
Tabla 12 Propuesta de valor del negocio ARMA TU PINTA a través del lienzo CANVAS	56
Tabla 13 Requisitos para el cliente que publique sus prendas	57
Tabla 14 Tallas de prendas superiores de mujeres y hombres	58
Tabla 15 Tallas de prendas de vestir inferiores para hombres	59
Tabla 16 Calificación de las ciudades más representativas del país en eventos sociales	60
Tabla 17 Calificación de barrios para la ubicación de la bodega o local ARMA TU PINTA	61

Tabla 18 Estimación de alquileres mensuales de los trajes de gala de ARMA TU PINTA	62
Tabla 19 Meses con mayor proyección de demanda de trajes de gala en la ciudad de Cartagena	62
Tabla 20 Especificaciones del espacio para almacenar los trajes de gala de ARMA TU PINTA	63
Tabla 21 Layout del espacio para almacenar las prendas de vestir de ARMA TU PINTA	63
Tabla 22 Perfil profesional de los cargos del negocio	65
Tabla 23 Costos de inversión de equipos y herramientas	66
Tabla 24 Costos de inversión en capacitaciones al recurso humano de ARMA TU PINTA	67
Tabla 25 Costos de inversión en insumos de papelería y aseo	68
Tabla 26 Costos de servicios públicos y mantenimiento de equipos de ARMA TU PINTA	68
Tabla 27 Nómina del recurso humano de ARMA TU PINTA	69
Tabla 28 Tipo de inversión para la puesta en marcha del proyecto	69
Tabla 29 Inversión inicial de trajes de gala de ARMA TU PINTA	69
Tabla 30 Cálculo basado en los costos y vida útil de los trajes de gala.	70
Tabla 31 Clasificación de las formas de pago del servicio	76
Tabla 32 Proyección mes a mes del primer año de la plataforma ARMA TU PINTA	96
Tabla 33 Proyección a cinco años de alquiler del modelo de negocio	98
Tabla 34 Proyección a cinco años de ingresos del modelo de negocio	98
Tabla 35 Evaluación del estado financiero a cinco años del proyecto	99
Tabla 36 Alquileres del modelo de negocio a cinco años y sus ingresos	99

Tabla 37 Flujo de caja del proyecto arma tu pinta	101
Tabla 38 Porcentaje por grupo de hombres y mujeres	103
Tabla 39 Preguntas realizadas en la encuesta para el modelo de negocio ARMA TU PINTA	115
Tabla 40 Inversiones del proyecto ARMA TU PINTA	117

LISTA DE GRAFICOS

Gráfico 1. Estudio de mercado	26
Gráfico 2. Preferencia del mercado al adquirir una prenda de vestir formal	27
Gráfico 3. Inversión del mercado potencial en prendas de vestir formal	27
Gráfico 4. Ocupación de encuestados	31
Gráfico 5. Vivienda y población por estratos en Cartagena	103
Gráfico 6. ¿Qué tipo de traje prefiere?	104
Gráfico 7. ¿Qué edad tiene?	104
Gráfico 8. En el último año ¿A cuántos eventos asistió con un vestido formal?	105
Gráfico 9. ¿Cuánto estarías dispuesto a invertir en el alquiler de un traje o vestido de gala?	106
Gráfico 10. Punto de equilibrio económico	116
Gráfico 11. Propuesta de los clientes para el portafolio de servicios de ARMA TU PINTA	117

1 TÍTULO DEL PROYECTO

Diseño de un modelo de negocio para el alquiler de vestidos de gala y esmoquin, soportado a una plataforma digital en la ciudad de Cartagena de Indias.

2 PALABRAS CLAVE

Modelo de negocio, Mercado, plan de negocio, plataforma digital, vestido de gala, esmoquin, alquiler, boutique.

3 RESUMEN DEL PROYECTO

Todos los sectores comerciales e industriales tienen la necesidad de desarrollar herramientas de vanguardia que permitan mantener en constante interacción con el consumidor el producto o servicio que ofrecen. Gracias a esta constante presente también en el sector del comercio textil, más específicamente en el segmento de vestimenta formal o de gala, se desarrolló en este trabajo una plataforma digital que permitirá a usuarios propietarios de vestidos o trajes de gala, exponerlos a través de la plataforma para la renta o alquiler y a usuarios en busca de un traje o vestido para una única ocasión, interactuar de manera virtual y en tiempo real acerca de las disposición de un traje o vestido, disminuyendo así los gastos de tiempo y dinero para salir a la búsqueda de un vestido o traje para el alquiler. Para esto se realizó una encuesta con una muestra intencional a personas entre los quince (15) a cincuenta y cuatro (54) años, en los estratos socioeconómicos tres (3), cuatro (4) y cinco (5) de la ciudad de Cartagena de Indias.

Este proyecto tiene como objetivo dar solución a los altos costos de alquiler de una prenda formal de vestir y el tiempo que se tarda una persona en encontrarla, a través de la plataforma digital ARMA TU PINTA se desea mejorar y dar un valor agregado al servicio que se ofrece en la ciudad de Cartagena. Por esta razón para el desarrollo de este proyecto, se realizó un estudio de mercado por medio de una encuesta intencional a los estratos mencionados anteriormente. Adicionalmente se realizó un análisis de la competencia por medio de la herramienta benchmarking para comparar los precios y productos de la competencia con los que se desea ofertar la página web y así tener un referente de cómo funciona el mercado de alquiler de prendas de vestir, la casa de la calidad (QFD), para identificar las necesidades de los posibles clientes y como se le daría una solución, también se realizó un mapa de empatía para conocer las características de los clientes con mayor participación en la encuesta, los cuales en este caso la mayor parte fueron personas empleadas e independientes. En la segunda fase del proyecto se realizó un análisis PESTEL que permitió concluir que el sector textil y el comercio en línea son atractivos para la inversión del proyecto y el estudio técnico el cual permitió conocer dónde estaría ubicado el local/bodega del negocio, herramientas y materiales e insumos requeridos para la puesta en marcha del proyecto, la estructura organizacional y el estudio

legal, para determinar los aspectos legales necesarios para el funcionamiento del modelo de negocio ARMA TU PINTA.

En la tercera fase se desarrolló el proceso que se deberá llevar a cabo para crear la plataforma digital, mostrando como se prestaría el servicio a los usuarios y como deberían ellos registrarse y alquilar o postular sus prendas de vestir formales y así poner en funcionamiento la página web. Para la cuarta y última fase del proyecto se realizaron unos indicadores de bondad para conocer la viabilidad del proyecto por medio de una plantilla en Excel, que permitió conocer la proyección del negocio a cinco años, los gastos y costos en que se incurrirá, el flujo de caja, la inversión, el número de alquileres por mes y año, el valor residual y la tasa interna de retorno (TIR) la cual dio un porcentaje de treinta y ocho por ciento (38%) y un período de recuperación de la inversión inicial en cuatro años, cabe resaltar que se utilizó un escenario ácido (pesimista).

Al realizar todas las proyecciones se obtienen utilidades positivas que en el primer año se mantienen, en el segundo año disminuyen, pero luego del tercer año aumentan lo que permite que el negocio recupere la estabilidad financiera, por lo que se concluye que el proyecto es económicamente viable.

4 EL PROBLEMA

4.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Con el paso del tiempo la moda se ha convertido en algo trascendental, en una sociedad absorbida por el consumismo, donde los tiempos de vida útil de una prenda son cortos y hasta el 85% de los textiles son desechados en vertederos o incinerados, causando aún más contaminación. La industria textil es la segunda más contaminante del planeta produciendo el 20% de aguas residuales y 10% de emisiones de carbono en el mundo luego del petróleo, el cual en los últimos años en Colombia ha derramado 3,7 millones de barriles de crudo por diferentes razones: ataques, robos, errores e incidentes durante la operación de la misma compañía. Los materiales que lleva producir los textiles como el poliéster, nailon o el acrílico, vierten hasta medio millón de plástico anualmente en los ríos que terminan en los océanos afectando los ecosistemas marinos; existen muchas empresas que trabajan en la industria textil y afectan de manera negativa el medio ambiente, por los procedimientos que utilizan para mantener la exclusividad de sus marcas y otras empresas por utilizar materiales de mala calidad sin tener en cuenta el daño que le hacen al planeta (de Vera, 2018).

En Colombia y otros países la industria textil logra tener un impacto positivo a nivel social, por generar empleabilidad en las diferentes fases de su producción, desde las personas que cultivan sus fibras naturales hasta los que los llevan a la comercialización. “En la economía colombiana la industria textil se considera como uno de

los sectores más destacables debido a que equivale al 8,6% del PIB, e incorpora aproximadamente el 24% de empleo en el país.” Sin embargo, no todos los impactos son positivos, la cantidad promedio de residuos del sector textil que son desechados o reciclados tan solo llegan al 5% teniendo en cuenta que el 95% que resta puede terminar en los rellenos sanitarios y plantas de incineración en todo el país, sin contar los que utilizan en malas prácticas culturales en las aguas naturales.

No obstante, hay situaciones en las que algunas personas deberán cumplir con ciertos protocolos, o código de vestimenta; Se entiende que, en cada circunstancia, la vestimenta debe ser apropiada y estar a la altura del evento en sí mismo, bien sea un bautizo, matrimonio, cumpleaños, entrevista de admisión laboral, fiestas, grados o incluso fallecimientos. La imagen personal es importante porque es la primera imagen que se tiene de una persona, incluso la vestimenta denota su lenguaje sin expresarse verbalmente. Normalmente se establecen 4 códigos de vestimenta en los cuales puede encajar un evento; precisando los siguientes: etiqueta, coctel, formal/laboral y casual.

La ciudad de Cartagena es un Distrito Turístico y Cultural, que se presenta como epicentro de eventos de talla nacional e internacional, como el festival internacional de música, el festival internacional de cine y televisión, el reinado nacional de la belleza, exposiciones de moda, incluso congresos presidenciales; además de estar dentro de los 10 mejores lugares para contraer matrimonio en el mundo (Landínez, 2018) hace de esta, una ciudad con alto flujo y movimiento de vestidos y trajes de gala o cóctel. Es en este punto donde hay varios factores que representan una problemática para cumplir con los códigos o protocolos de vestimenta para las ocasiones especiales, el primero son los altos costos de los trajes o vestidos, estos, en una categoría media se encuentran desde los, doscientos cincuenta mil pesos (\$250.000) hasta los setecientos mil pesos (\$700.000) los cuales utilizan únicamente en las ocasiones que la formalidad lo amerita. Sin embargo, hay personas que solamente tendrán la necesidad de utilizar la prenda una vez o alquilarla para el día de un evento. Teniendo en cuenta las altas temperaturas que caracterizan a la ciudad, que se encuentran entre los veinticinco (25) y los treinta y ocho (38) grados Celsius; razón por la cual no se encuentra este tipo de vestimentas formales dentro de la cotidianidad de Cartagena, a menos que, un evento u ocasión así lo requiera. Una alternativa que surge para solucionar la problemática presente sería visitar una tienda o boutique, donde renten este tipo de trajes o vestidos, lo que además representa costos de movilización y tiempo, sin la garantía de encontrar uno que se ajuste a las necesidades del cliente.

4.1.1 ESTADO INICIAL

Cartagena por ser un sitio turístico, se celebran diferentes eventos durante el año como son: matrimonios, festival del cine de Cartagena de indias, independencia del reinado y reinado nacional de belleza, congreso mundial de miembros jóvenes, II conferencia de las Américas, festival del dulce, festival internacional de música clásica de Cartagena entre otros. Por este motivo los oriundos de la ciudad, organizadores de eventos y turistas buscan vestidos para cada ocasión, sin embargo, se hizo una encuesta con una muestra intencional, donde se escogieron los estratos tres (3), cuatro (4) y cinco (5). Luego de haber realizado una búsqueda se encontró en la ciudad de Cartagena tiendas dedicadas al alquiler y venta de prendas de vestir, se identificaron veintiocho (28) aproximadamente, donde diecisiete (17) son boutiques de vestidos de novia, seis (6) de alquiler de vestidos y trajes (quinceañeros, grados, etc.) y cuatro (4) de alquiler y venta de vestidos formales. Los precios de los trajes de gala en la ciudad de Cartagena oscilan entre los doscientos cincuenta mil pesos (\$250.000) a setecientos mil pesos (\$700.000). En la ciudad existen aproximadamente entre 3 a 5 boutiques reconocidas entre los estratos 3,4 y 5, donde alquilan ropa de segunda y venden, estas tiendas en su mayoría cuentan con locales físicos, muy pocas cuentan con una plataforma digital (página web) para exhibir sus productos.

4.1.2 ESTADO FINAL

La idea de negocio propuesta está proyectada a disminuir el problema identificado en la población de Cartagena, el cual es la generación de gastos en la compra de vestidos de gala y esmoquin de segunda; por esta razón nace arma tu pinta, una plataforma digital enfocada a ayudar a las personas a encontrar prendas de vestir con menores costos, disminuir tiempos de búsqueda y facilidad de entrega del traje de gala. Luego de analizar el servicio que ofrecen las tiendas que están enfocadas al segmento de mercado, al que el modelo de negocio arma tu pinta se va a dirigir, se realizó un benchmarking, en el que se escogieron en representación cuatro tiendas dedicadas al alquiler y venta de vestidos formales, estas son: equinoxio, el buen vestir, boutique Gabriel y Tatiana Celis, las cuales manejan precios aproximadamente de sesenta mil pesos (\$60.000) a trescientos cincuenta mil pesos (\$350.000). El modelo de negocio ARMA TU PINTA contará en su plataforma digital con una sección donde los usuarios podrán visualizar los vestidos y esmoquin que se ofrecerán en las diferentes categorías (vestidos de gala, cóctel, esmoquin y frac) y además tendrá otra sección donde aquellas personas que cuenten con un traje de gala de segunda en buenas condiciones, y deseen sacarle utilidad, podrán solicitar subir sus prendas para su alquiler en la plataforma. Sí cumplen con las políticas de la plataforma, se le notificará al cliente para que proceda a subir la imagen de su prenda de vestir; por esta razón se vio la necesidad de una idea de negocio enfocada al segmento de mercado que asisten a bodas, grados, conferencias y reinado de belleza.

El modelo de negocio arma tu pinta, manejará un rango de precios en las prendas de vestir que ofrecerá a sus clientes aproximadamente entre ochenta mil pesos (\$80.000) a doscientos cincuenta mil pesos (\$250.000).

4.2 ANÁLISIS DE CONSECUENCIAS

La importancia de esta idea de negocio se basa principalmente en la creación no sólo de una plataforma digital, sino también en la creación de una empresa comprometida con ofrecer un servicio con estándares de calidad a sus clientes, y con una propuesta amigable con el medio ambiente, debido a que se aplicará la logística inversa en el negocio a través de la reutilización de vestidos de gala y cóctel, esmoquin y frac; si esta idea de negocio no llegara a ser un caso de éxito estaría dejando como consecuencias lo siguiente:

Dificultad para los estratos tres, cuatro y cinco a la hora de conseguir un vestido de gala a un buen precio, un negocio que no estaría en el mercado ayudando al medio ambiente, por medio de la aplicación de la logística inversa; el cual tiene como principio fundamental la sostenibilidad, para contribuir en la disminución del riesgo de deterioro en el planeta. Las personas se tomarán más tiempo a la hora de buscar tiendas en físico de alquiler de prendas de vestir que cubra sus expectativas y seguirán teniendo gastos en transporte al movilizarse a los puntos físicos de las tiendas.

4.3 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN / HIPÓTESIS

¿Cómo diseñar un modelo de negocio que permita contribuir a la disminución de tiempos, costos y la integración de la población cartagenera en la búsqueda y participación de prendas de vestir de gala que podrán subir por medio de una plataforma digital para su alquiler?

5 JUSTIFICACIÓN

Este modelo de negocio surgió, debido a la carencia de plataformas digitales dentro del mercado textil, en la ciudad de Cartagena de indias que involucren en su estrategia a los clientes como pilar fundamental. más precisamente aquellas empresas que brindan el servicio de alquiler de prendas de vestir, en el segmento de gala, bien sea vestidos de cóctel, esmoquin, o frac. A pesar de que algunas empresas tienen tipos de “catálogos que exhiben de manera digital, estos no permiten conocer la disponibilidad, en ocasiones tampoco los precios, o el estado real en el que se encuentra el vestido/traje. Por esta razón este proyecto se presenta como una solución ante la inversión en tiempo, costos de movilización, generando así una ayuda positiva al medio ambiente por la reutilización de las prendas de vestir.

El segmento de mercado al que va dirigido el proyecto según la encuesta que se realizó a la población, arrojó que los estratos tres, cuatro y cinco serían el segmento de cliente, por esta razón se consideró viable la formulación de este proyecto. Una vez establecido esto, se hará un diseño visual de la aplicación a través de la herramienta llamada ilustrador y PowerPoint, para mostrar cómo sería la plataforma digital.

El presente proyecto se plantea asentando 3 beneficiarios. En primera instancia estarán aquellos propietarios de vestidos o trajes de gala, que a través de la plataforma digital podrán exhibirlos en tiempo real, y obtener una utilidad por ello. En segunda instancia estarán aquellos clientes o usuarios que presentan la necesidad de alquilar un traje o vestido a través de la plataforma, en la que podrán encontrar varias opciones y acceder de manera virtual, sin tener que desplazarse entre distintas tiendas físicas. El cliente deberá escoger, dentro de las distintas opciones, el vestido o traje que se adapte a sus necesidades, gustos y capacidad de pago, para finalmente ponerse en contacto a través de la plataforma, con los que administran las prendas del negocio o con los clientes externos a ella, que vendrían siendo los propietarios del vestido elegido. El último agente que se beneficiaría, sería el equipo encargado de organizar y verificar el funcionamiento apropiado de la plataforma digital, puesto que, por cada movimiento efectivo realizado a través de la plataforma, un porcentaje ira destinado tanto a su crecimiento como a los operarios.

Adicionalmente, se estará poniendo en práctica el concepto de logística inversa aprendido durante la carrera, “la gestión, de manera eficiente y costo efectiva, del flujo de materiales, inventarios en proceso, productos terminados e información relacionada, destinados al reprocesamiento, reciclaje, reutilización o disposición final desde el eslabón donde perdieron o disminuyeron su vida útil, para recuperar total o parcialmente su valor, disminuyendo el impacto medioambiental y los costos asociados”. (Dale, 1998), de esta manera el modelo de negocio incentiva a los ciudadanos de Cartagena a reutilizar prendas de vestir y busca crear conciencia. Con un beneficio para ellos, también lograrán contribuir y entender sobre la importancia que estas acciones tienen para el ambiente y el compromiso de toda la población con el mismo.

6 REVISIÓN LITERARIA

6.1 MARCO TEÓRICO

La forma en la que se percibe el mundo y se interactúa con él, se adapta constantemente con los cambios, avances y desarrollos científicos y tecnológicos. En el contexto de los sistemas de comunicación, se evidencia en finales del último siglo (XX) y lo que va corrido del presente (XXI), evoluciones en la producción y difusión

de contenidos, en los cuales los productores y difusores de contenido estaba limitado a unos pocos, pasando desde la prensa, cine, radio y televisión, a los medios digitales, con un nuevo agente que transformó la forma el ecosistema mediático, el internet (Racioppe & Cáneva, 2019). Con la llegada del internet, recibimos también la llegada de las plataformas digitales y las redes sociales. A sí mismo la llegada del internet determinó la transformación tecnológica que alteró tanto el proceso productivo como las formas de comunicación. (Scolari, 2008: 78).

Paralelo a los cambios anteriormente presentados, se evidencia un fenómeno, que empieza a cambiar las formas en la producción, distribución y consumo de los productos en la economía (Rampell, 2014) tradicional, hasta ahora conocida (Domelech 2015), llamado economía colaborativa. Este tipo de economía comprende un “consumo colaborativo” (Botsman & Rogers, 2010) en la que interactúan los intereses de consumo de los consumidores, una “economía entre pares” (Chase, 2015) en una propuesta de interacciones económicas horizontales y no verticales, una “malla” (Gansky, 2010) que en palabras de Sanchez, “alude al modo en que la tecnología digital se usa para proporcionar bienes y servicios de nuevas y variadas formas.” (2016), una “economía de bolos” (De Stefano, 2016), referente a la oferta y demanda de trabajo que se realiza online o a través de aplicaciones móviles o plataformas digitales, una “economía de acceso” (Rifkin, 2000, Kelly, 2009) en la que se plantea que el acceso a los bienes es preferible a la posesión de los mismos. La economía de uso compartido como llamo, Benkler (2004), propone la interacción de bienes y servicios entre, usuarios y organizaciones y su vez, implica un pago y no simplemente un intercambio (Sanchez, 2016); este concepto engloba los anteriores conceptos mencionados, dando lugar dentro de la economía de colaborativa al “cooperativismo de plataforma” concepto acuñado por Scholz en 2014, explica que dentro de las plataformas digitales, los usuarios que proporcionan los recursos que las hacen funcionar, ya sea en forma de trabajo o de bienes o como consumidores de un producto o servicio; que se gobiernan de una forma democrática y distribuida, y que incluso llegan a repartir los beneficios entre sus copropietarios productores-consumidores. En el modelo de negocio de “plataforma cooperativa” el valor lo generan los socios-proveedores o los socios-usuarios quienes se verán beneficiados por su esfuerzo gracias a la participación, vía retorno cooperativo, en los resultados prósperos de su actividad (Alfaro, 2015).

Dentro de los movimientos unidireccionales relacionados a los impactos tecnológicos dentro de la industria textil, han permitido que exista hoy por hoy un consumo virtual o digital de productos y servicios. No obstante, en términos generales, el comercio electrónico en Colombia comparado con otros países Latino-americanos, apenas está comenzando, esto debido a la falta de capital para la creación de empresas dedicadas a este negocio (Rojas, Arango & Gallego. 2009). Sin embargo, la conveniencia, facilidad de uso, buenos precios y amplia variedad de productos. Son razones por las cuales los mercados digitales tienen alta acogida entre la población usuario. A su vez, Rojas et al (2009), indican que en los mercados digitales se encuentran hombres y mujeres desde los 23 hasta los 49 años, tanto estudiantes como trabajadores. Si bien los estratos 4, 5, y 6 son los que más compras o adquisiciones hacen por el medio digital, gracias a su alto poder adquisitivo, y la confianza que

van desarrollando con la interacción con las plataformas digitales, hay usuarios de los estratos 2, y 3 también.

En este orden de ideas, los diferentes mercados, y segmentos del comercio van adquiriendo herramientas que le permiten estar siempre a la vanguardia; la innovación tecnológica y la implementación de nuevos desarrollos es importante para incrementar la competitividad del sector, en la medida que brinda un mayor valor agregado a los productos. (Correa, H. 2009). No es la excepción la industria textil y de confección que representa uno de los sectores industriales con mayor tradición y dinamismo en la historia económica colombiana (VanDer-Bruggen & de Catalunya, B. G., 1998), con una trayectoria de más de 100 años en el país, ha experimentado cambios respecto a la innovación y la tecnología, convirtiéndose en un sector dinámico, tanto en la producción como en la generación de empleo (Muños & Calambas, 2017).

6.2 ESTADO DEL ARTE/ANTECEDENTES

Un primer trabajo corresponde (Gaviria, 2010) quien realizó la propuesta de “plan de negocios para la creación de una empresa de confección de jeans que permite a los compradores diseñar y adquirir el jean por medio de una página web” en Este trabajo busca aprovechar estas dos situaciones del mundo moderno y aplicar una solución orientada hacia el mercado nacional colombiano. La solución planteada es de brindar a los colombianos un sitio web donde ellos puedan combinar una serie de detalles y armen un jean personalizado según sus gustos y preferencias. Detrás de ese sitio web se encontrará un plan de logística donde se contará con personas expertas en confección de jean y la coordinación de un lugar de entrega que facilite llevar el producto al cliente. Un segundo trabajo corresponde (Muñoz, 2015) estudio de factibilidad para la creación de una empresa de confección de ropa femenina en la ciudad de Pereira. Ellos en su propuesta consideran que es necesario que el sector empresarial y académico principalmente, se preocupe por potencializar nuevamente este sector que involucra textil-confección-moda. La investigación, los procesos de diagnóstico, el planteamiento de planes de mejoramiento, y el emprendimiento de nuevos negocios, pueden ser mecanismos efectivos que aporten el impulso que se necesita; Por esta razón y aprovechando situaciones como la baja participación en el desarrollo de marcas de ropa femenina por parte de las industrias de confección de la región, ventajas competitivas de la ciudad, entre otras, el presente proyecto se fundamenta en el desarrollo de un plan de negocio para la puesta en marcha de una empresa dedicada a la producción de prendas de vestir exclusivamente para mujeres, fundamentada en el desarrollo y posicionamiento de una marca propia que identifique y resalte el papel de la mujer en los nuevos escenarios de la actualidad. De esta forma, el proyecto aporta no solo desde el aspecto económico, robusteciendo el tejido empresarial de la región, sino que a su vez fortalece de manera particular el debilitado sector manufacturero de la ciudad, sumado a los aportes que desde el proceso de investigación se puedan dar a la academia que se

ha encargado de estudiar los fenómenos económicos y sociales de la industria en Pereira.

Se encontró estudio de factibilidad para la creación de una boutique móvil de ropa femenina en la ciudad de Bogotá hecho por (Rincón 2018) Idea de negocio orientada a satisfacer esta necesidad y resolver el problema de las mujeres con un estilo de vida agitado que se preocupan por su presentación personal, buscando fidelidad de estas, con el fin de convertirnos en una empresa altamente competitiva y reconocida por su novedoso canal de distribución y facilidades para el consumidor final. Para concluir el más similar a la idea de negocio arma tu pinta es: plan de negocio para la implementación de un alquiler de vestuario en línea, El proyecto de negocio, lendit, es creado para ofrecer un servicio de alquiler de prendas de vestir para mujeres en línea a través de una página web. Este servicio tiene como objetivo principal dar solución a las problemáticas a las cuales se enfrentan los amantes de la moda al momento de buscar un atuendo para una ocasión especial. A través de este servicio se pretende ahorrar horas de búsqueda de los usuarios, pues será una plataforma fácil de usar y la recepción de las prendas se realizará en el destino que los usuarios indiquen en la plataforma digital. Todos estos proyectos ayudaran para la recopilación de información del proyecto ya que muestra de qué manera se podrá realizar un análisis de mercado, como identificaron la necesidad del segmento al que va dirigido y que impacto han logrado obtener con la propuesta de su idea de negocio.

6.3 MARCO CONCEPTUAL

TECNOLOGÍA

“Por tecnología se entiende un conjunto de conocimientos de base científica que permiten describir, explicar, diseñar y aplicar soluciones técnicas a problemas prácticos de forma sistemática y racional” (Aibar & Quintanilla 2002)

SOFTWARE

Se considera que el software es el equipamiento lógico e intangible de un ordenador. El concepto de software abarca a todas las aplicaciones informáticas, como los procesadores de textos, las planillas de cálculos y los editores de imágenes. (Porto, 2008)

MERCADO

Conjunto de transacciones que se realizan entre los compradores y vendedores de un Bien o servicio; vale decir, es el punto de encuentro entre los agentes económicos que actúan como oferentes y demandantes de Bienes y servicios. El Mercado no necesariamente debe tener una localización geográfica determinada; para que exista es suficiente que oferentes y demandantes puedan ponerse en contacto, aunque estén en lugares físicos diferentes y distantes. (Eco-finanzas; S.F.)

VESTIDO DE GALA.

Es la prenda de más etiqueta del vestuario femenino, originariamente acompañaba al frac y el esmoquin, pero actualmente también combina con el chaqué, esta prenda de vestir se caracteriza por su elegancia y se utiliza exclusivamente de noche. (Cristina, s.f.)

VESTIDO DE CÓCTEL.

Un vestido de cóctel normalmente es corto a la rodilla o debajo de la misma, es una prenda muy versátil que se puede llevar de día o de noche. (Martiriadoni. 2018)

ESMOQUIN

“El esmoquin o smoking, es un traje de fiesta elegante usado únicamente para última hora de la tarde o bien para por la noche. Tiene las siguientes características: Los colores clásicos usados son el negro y el azul. Con solapas en satén, el saco puede ser recto o cruzado. El pantalón lleva una cinta de seda en el lateral, haciendo juego con el tejido de la solapa. Sé suelen usar tiradores, en vez de cinturón. Antiguamente se conocía como la chaqueta que los caballeros utilizaban cuando iban a fumar, de ahí su nombre.” (Quaranta 2019).

FRAC

De origen militar, el frac es considerado el atuendo de máxima etiqueta masculina, usado en eventos de gala o muy solemnes, como cenas de Estado, entregas de premios o actos académicos; así que, si tienes una boda, será mejor que revises otras opciones como el traje americano o el esmoquin. Se compone de casaca o levita, de faldones caídos; chaleco de piqué blanco obligatorio y pantalones clásicos negros con cinta de raso lateral, del mismo género que la chaqueta. (Quaranta 2019).

PLAN DE NEGOCIOS

Un plan de negocios "es un documento escrito de manera sencilla y precisa, el cual es el resultado de una planificación. Este documento muestra los objetivos que se quieren obtener y las actividades que se desarrollarán para lograr dichos objetivos" Todo plan "tiene etapas predecibles que involucran una serie de tareas delimitadas en un tiempo, es decir, comienzan con el estudio de una idea y terminan con la entrega de un plan de negocio concluido", los planes de negocio surgen como una propuesta de resolver la necesidad de emprender un negocio relacionado generalmente a comercialización de algún tipo de servicio en forma personal. Según la guía para el desarrollo del micro y pequeña empresa, un plan de negocio contiene la siguiente estructura: Resumen ejecutivo que contiene resumen y conclusiones, descripción y visión del negocio que muestra la información que permite entender el negocio y la descripción de los productos y los servicios que ofrece, análisis del mercado muestra la descripción del sector en el que el negocio compite o competirá, planeamiento estratégico es una estrategia que nos permita saber dónde estamos y hacia dónde vamos, así como cuáles son nuestras fortalezas y debilidades; estrategia de comercialización y ventas está enfocada en seguir la distribuir y vender los productos, análisis del proceso productivo es el que determina cómo se tiene que

organizar para producir, qué insumos, maquinaria, etc., son necesarios y el análisis económico financiero: cuántos ingresos y egresos se va a tener. (Andia y Paucara. 2013).

MODELO DE NEGOCIOS

Existen varias definiciones de modelos de negocios. Se puede definir un modelo de negocios como “un conjunto complejo de rutinas interdependientes que se descubren, ajusta y matizan mediante la acción”. El término más importante dentro de esta definición está dado por la palabra interdependientes. Y esta es una de las principales diferencias de esta herramienta. En términos generales se suele usar para definir como un negocio o empresa genera valor a través de la utilización de la cadena de valor. Si bien esta es una herramienta muy importante, la misma es muy estática, lineal y que no muestra relaciones entre las actividades primarias y las actividades de apoyo, es importante destacar que la tecnología suele ser una de las variables clave para comprender los cambios o creación de nuevos modelos de negocios”. Difícilmente el modelo de negocio de una empresa se mantendrá estático a lo largo del desarrollo de la organización. Seguramente será redefinido varias veces durante el proceso natural de desarrollo de la empresa, debido al entorno hipercompetitivo en el que se desarrollan, y las múltiples variables que afectan el funcionamiento de esta; Así mismo debemos recordar que el modelo de negocios es la forma en que se ofrece valor al cliente, y dado que los clientes son una variable de continua volatilidad, el modelo de negocio debe estar en constante adaptación a las necesidades del cliente. El modelo de negocios debe tener en cuenta componentes para generar ingresos y posteriormente beneficios. Estos componentes deberían incluir: recursos y competencias para generar valor, organización de la empresa dentro de una red de valor dentro de los límites de la empresa y la proposición de valor para los productos y servicios suministrados. Todas las organizaciones desde la naciente hasta la más desarrollada tienen un modelo de negocio, aunque esto no implica la bondad de este. Puede no ser un buen modelo, no ser rentable y no ser sostenible. De ahí que surge la pregunta: ¿Cómo evaluar un modelo de negocios? En primer lugar, hay que tener en cuenta si se encuentra alineado con los objetivos de la empresa. Otros criterios importantes para identificar la efectividad del modelo de negocio están relacionados con los conceptos de refuerzo y virtuosidad. Refuerzo se refiere a la redundancia y coherencia interna entre los distintos elementos del modelo, mientras que virtuosidad se refiere a la existencia de círculos virtuosos que no son otra cosa que las “vueltas” de varias interrelaciones entre los distintos elementos de un modelo de negocio. Este círculo virtuoso tiene relación también con las llamadas trampas del crecimiento¹⁰ esto es la idea de fijación de un crecimiento sin considerar el cómo crecer que lleva de una ventaja competitiva a una desventaja competitiva. Crecimiento y virtuosidad son dos elementos que van de la mano, indisolubles. El objetivo último no debería ser crecer, debería relacionarse con establecer una estrategia que genere círculos virtuosos que ayuden a la organización a crear y capturar valor incremental en el tiempo. (Barrios, 2010)

ESTUDIO DE MERCADO

Es la aplicación del método científico en la búsqueda de la verdad acerca de los fenómenos de marketing. Estas actividades incluyen la definición de oportunidades y problemas de marketing, la generación y evaluación de ideas, el monitoreo del desempeño y la comprensión del proceso de marketing. Dicha investigación es más que la mera aplicación de encuestas. Este proceso incluye el desarrollo de ideas y teoría la definición del problema, la búsqueda y acopio de información, el análisis de los datos, y la comunicación de las conclusiones y sus consecuencias. (Zikmund, Babin, Staines, & Quiñones, 1998).

MODELO CANVAS

El Modelo CANVAS (The Business Model Canvas) es una metodología, desarrollada por Alexander Osterwalder, la cual se está consolidando como una alternativa real para agregar valor a las ideas de negocio.

El modelo Canvas es una herramienta lo suficientemente sencilla como para ser aplicada en cualquier escenario: pequeñas, medianas y grandes empresas, independientemente de su estrategia de negocio y público objetivo (Osterwalder, 2011).

BENCHMARKING

Se trata de un proceso que estimula cambios y mejoras en las organizaciones en base a información recopilada, midiendo así el desempeño, tanto propio como el de otros. Este proceso debe ser sistemático, formal y organizado para promover un conjunto de acciones en un orden particular, siendo una secuencia coherente y esperada que cualquier miembro de la organización pueda repetir. Es continuo porque tiene lugar en un período de tiempo más o menos extenso, para poder demostrar la dinamicidad de las estrategias comerciales o de sus resultantes. Permite diagnosticar, medir, comparar y evaluar entre otras cosas los servicios, procesos de trabajo, funciones, etc., facilitando el aprendizaje sobre uno mismo y los demás, enfocando el estudio de estos últimos en cómo se prestan o realizan los servicios y no tanto en qué servicio se realiza o se presta. (Mora, F., & Schupnik, W. 2009).

QFD

El QFD es un sistema que tiene como objetivo interpretar e incorporarla "Voz del Consumidor" en las características de calidad de productos, procesos y servicios que permitan alcanzar la satisfacción de las necesidades cliente.

El QFD no es solo una herramienta de calidad, es también un importante instrumento de planificación, que permite incorporar la "Voz del Consumidor" en el proceso de desarrollo de un servicio antes de ser lanzado al mercado. (Bernal. Dornberger. & Suvelza. 2009).

DIAGRAMA SIPOC

Se aplica para determinar el alcance del proceso. Este método centra su mirada en los elementos que conforman las etapas de flujo, lo que permite acotar los límites de proceso. Para ello, las etapas se identifican como: pro-veedores (suppliers), entradas (Inputs), proceso (process), salidas (outputs) y cliente (customer). (Puente, Edwards, & Delpiano. 2014).

7 OBJETIVOS

7.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar un modelo de negocio, que incentive el libre alquiler de vestidos y traje de gala, entre propietarios y clientes potenciales, a través de una plataforma digital, con el fin de reducir tiempos de búsqueda y promoviendo la reutilización de prendas de vestir en la ciudad de Cartagena de Indias.

7.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Identificar la competencia y necesidades de los clientes potenciales, de alquiler de vestidos de gala y esmoquin, a través de una encuesta y un análisis del mercado en la ciudad de Cartagena.

Diseñar el modelo de negocio de alquiler de vestidos de gala y esmoquin de segunda, soportado por una plataforma digital, empleando la metodología Canvas.

Desarrollo de la funcionalidad que tendría el modelo de negocio arma tu pinta, a través de la herramienta ilustrador y power point como representación visual de la plataforma digital.

Evaluar la viabilidad financiera del proyecto por medio de indicadores de bondad económica.

8 METODOLOGÍA

8.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

La metodología que se empleará comprende una investigación aplicada, con un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo) y método deductivo de corte transversal.

8.2 POBLACIÓN

Según el último censo nacional realizado en el año 2018, Cartagena cuenta con aproximadamente 887.946 habitantes (DANE, 2019) de los cuales el 30,4% corresponde a mujeres entre 15 a 54 años y el 28,91% corresponde a hombres de 15 a 54 años para un total de 59,31% (DANE 2019).

Según el informe de calidad de vida 2018 de “Cartagena como vamos”, el 26% de la población pertenece a los estratos 3, 4 y 5 por lo tanto esta segmentación sería la población objetivo. Se realizó un cálculo para determinar el tamaño de la muestra

conociendo la población, con un nivel de confianza del 95% dando como resultado que se deberá encuestar a 384 habitantes.

Para conocer cuantas personas deberán ser encuestadas en cada estrato se realizó una suma de los estratos 3, 4 y 5 arrojando una cifra de 58,612 habitantes Donde el 74,51% corresponde al estrato 3, el 14,50% corresponde al estrato 4 y el 10,98% corresponde al estrato 5. Se realizó una multiplicación con el porcentaje que dio el estrato 3,4 y 5 por la muestra que fue de trescientos ochenta y cuatro (384) personas, dando como resultado lo siguiente: en el estrato tres (3) se encuestarán a doscientas ochenta y seis (286) personas, en el estrato cuatro (4) a cincuenta y seis (56) personas y en estrato cinco (5) a cuarenta y dos (42) personas.

$$n = \frac{NZ^2PQ}{d^2(N - 1) + Z^2PQ}$$

Fórmula para calcular la muestra dónde se conoce el total de unidades de observación que la integran.

8.3 MUESTRA

Se seleccionó una muestra a través de un muestreo intencional; se encuestaron trescientos ochenta y cuatro (384) personas de la ciudad de Cartagena. Se encontró que personas de la población corresponden al sexo masculino y al sexo femenino, entre los 15 y 54 años, pertenecientes a los estratos tres (3), cuatro (4) y cinco (5).

8.4 MÉTODOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

La herramienta utilizada para la recolección de la información se realizó a través de una encuesta por medio de la aplicación Google drive.

8.5 INSTRUMENTOS

A continuación, se presentará una tabla en la que se mostrarán cuatro fases con sus respectivas actividades y el tiempo en el que se desarrollará cada una a lo largo del proyecto.

9 PROCESAMIENTO DE DATOS

9.1 CAPITULO UNO: ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Identificar la competencia y necesidades de los clientes potenciales, de alquiler de vestidos de gala y esmoquin, a través de una encuesta y un análisis del mercado

en la ciudad de Cartagena. Para el desarrollo del primer objetivo específico se consideraron cuatro (4) actividades, las cuales comprenden: Investigar la competencia por medio de la herramienta benchmarking en la ciudad de Cartagena, para luego Identificar las necesidades y expectativas de los clientes por medio de la herramienta Quality Function Deployment (QFD) y luego Realizar un mapa de empatía para conocer sobre el segmento de clientes y la propuesta de valor a ofrecer. De esta manera se estableció el benchmarking con las principales boutiques, que brindan el servicio de alquiler o renta de vestidos o trajes de gala, en la ciudad de Cartagena, siendo las siguientes: boutique Gabriel, boutique Equinoxio, boutique el buen vestir, y boutique Tatiana Celis, dentro de las categorías de estudio se encuentran los servicios y precios, siendo los más destacados: alquiler de vestido tipo cóctel, de gala, esmoquin, frac, vestidos de novia, trajes de lino y guayabera, vestidos de quinceañeras y vestidos de primera comunión; Se identificó los medios de distribución, tiempos de entrega, estrategias de promoción y uso de plataformas digitales.

TABLA 1 BENCHMARKING DE PRECIOS DE LA COMPETENCIA

TIENDA	BOUTIQUE GABRIEL		BOUTIQUE EQUINOXIO		BOUTIQUE EL BUEN VESTIR		BOUTIQUE TATIANA CELIS	
	PO-SEE	PRECIO	PO-SEE	PRECIO	PO-SEE	PRECIO	PO-SEE	PRECIO
ALQUILER VESTIDO TIPO COCTEL	SI	\$ 150.000 a \$250.000	SI	\$ 100.000 a \$200.000	SI	\$80.000 a \$150.000	SI	\$40.000 a \$100.000
ALQUILER VESTIDO DE GALA	SI	\$ 180.000 a \$350.000	SI	\$150.000 a \$250.000	SI	\$120.000 a \$250.000	SI	\$100.000 a \$250.000
ALQUILER ESMOQUIN	SI	\$150.000 a \$250.000	NO	-	SI	\$100.000 a \$180.000	NO	-
ALQUILER DE	NO	-	NO	-	SI	\$280.000 a \$700.000		

TIENDA	BOUTIQUE GABRIEL		BOUTIQUE EQUINOXIO		BOUTIQUE EL BUEN VESTIR		BOUTIQUE TATIANA CELIS	
	PO-SEE	PRECIO	PO-SEE	PRECIO	PO-SEE	PRECIO	PO-SEE	PRECIO
VESTIDO DE NOVIA						\$800.000		
ALQUILER VESTIDOS DE QUINCE AÑOS	NO	-	SI	\$230.000 a \$300.000	SI	\$ 280.000 a \$500.000	SI	\$200.000 a \$ 400.000
ALQUILER DE TOGAS	SI	\$70.000	NO	-	NO	-	NO	-
ALQUILER DE GUAYABERAS	SI	\$35.000 a \$65.000	NO	-	NO	-	NO	-
ALQUILER DE TRAJES DE LINO	SI	PEN- DIENTE	NO	-	NO	-	NO	-
ALQUILER DE FRAC	SI	\$250.000 o a \$320.000	NO	-	SI	\$ 180.000 a \$250.000	NO	-
VESTIDOS DE PRIMERA COMUNION	SI	\$150.000 a \$ 380.000	NO	-	NO	-	NO	-

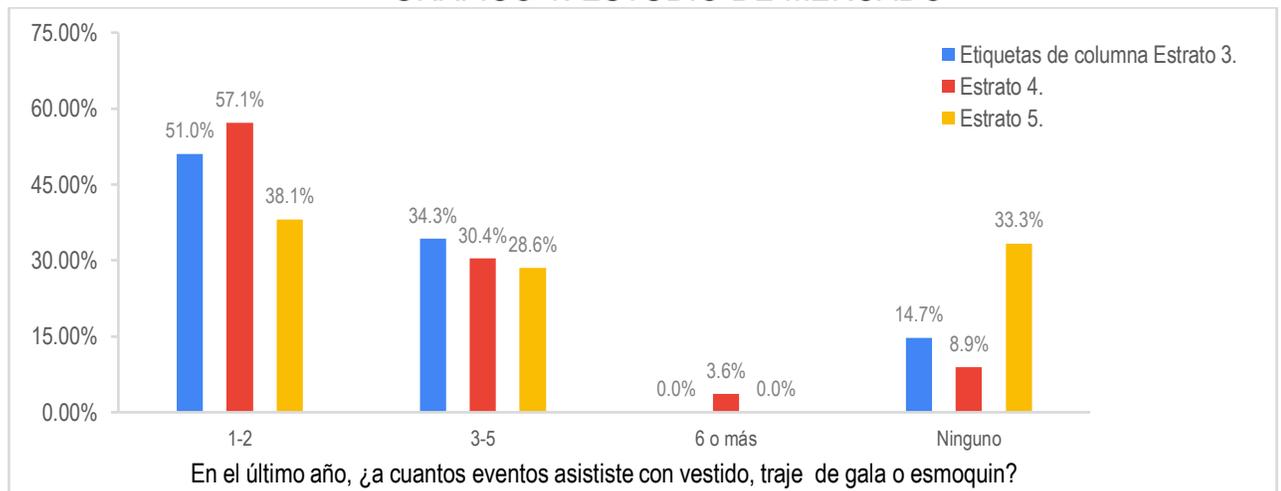
Fuente 1. Elaboración Propia

9.1.1 ENCUESTA APLICADA A CLIENTES POTENCIALES

GRÁFICAS DE ESTUDIO DE MERCADO

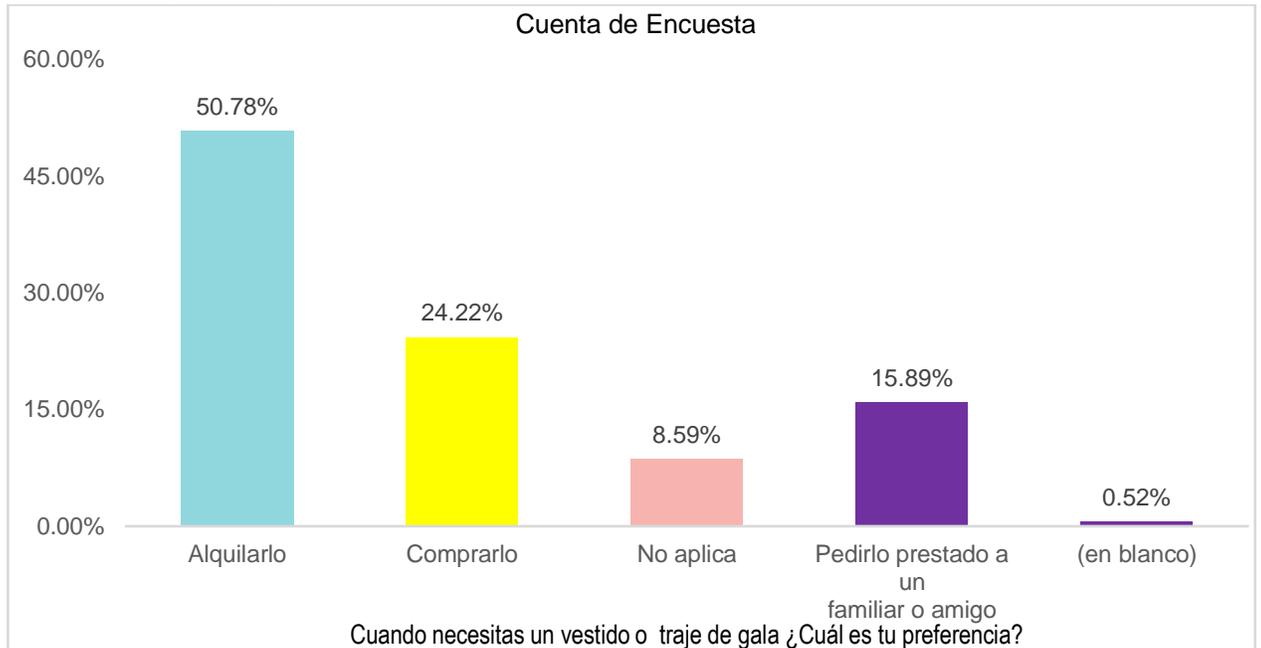
A continuación, se mostrarán los resultados que arrojó la encuesta a la muestra seleccionada la cual fue dirigida a 384 personas de la ciudad de Cartagena, población masculina y femenina, entre los 15 y 54 años, pertenecientes a los estratos 3,4 y 5. Gracias a la encuesta se determinó la ocupación de estas personas, las cuales fueron agrupadas de la siguiente manera: En busca de empleo, empleado, independiente, estudiante. Se conocieron el rango de ganancias en los que se encontraban estas personas, la frecuencia con la que asisten a eventos con trajes o vestidos de gala, los gustos de tipo de vestido o traje, las preferencias a la hora de alquilar o comprar, si tenían acceso a internet o dispositivos móviles y los métodos de pagos.

GRÁFICO 1. ESTUDIO DE MERCADO



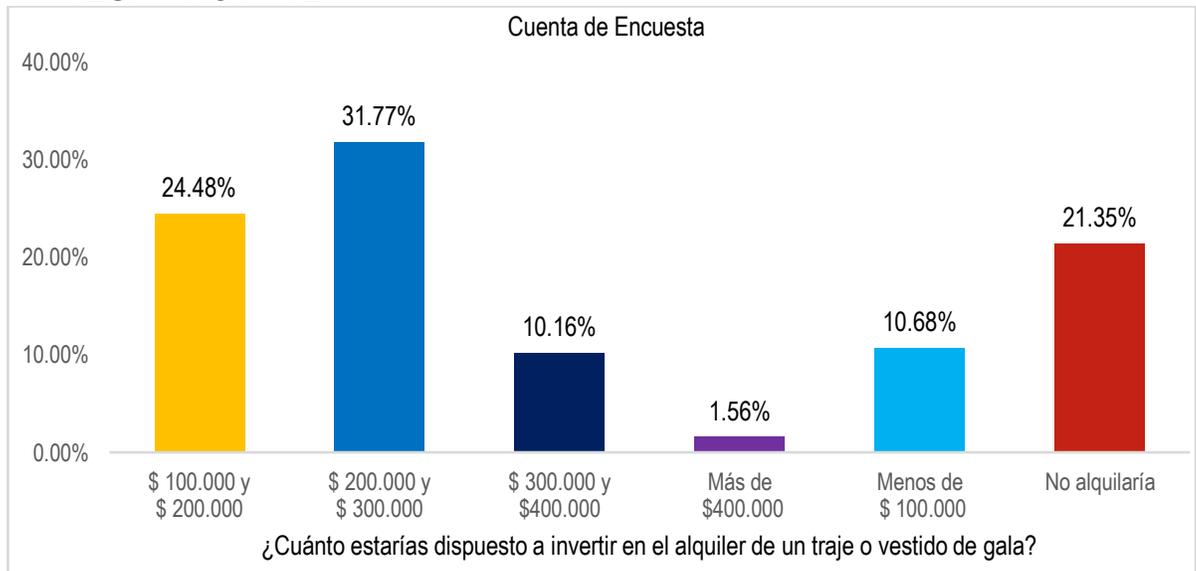
Fuente 2. Elaboración Propia

GRÁFICO 2. PREFERENCIA DEL MERCADO AL ADQUIRIR UNA PRENDA DE VESTIR FORMAL



Fuente 3. Elaboración Propia

GRÁFICO 3. INVERSIÓN DEL MERCADO POTENCIAL EN PRENDAS DE VESTIR FORMAL



Fuente 4. Elaboración Propia

Por medio de la encuesta realizada, se pudo concluir que la población objetivo en su mayoría ha ido a eventos en los cuales ha necesitado usar vestidos o trajes de gala, llegando a alcanzar la cifra de hasta 5 eventos en el año; solo menos del 16%

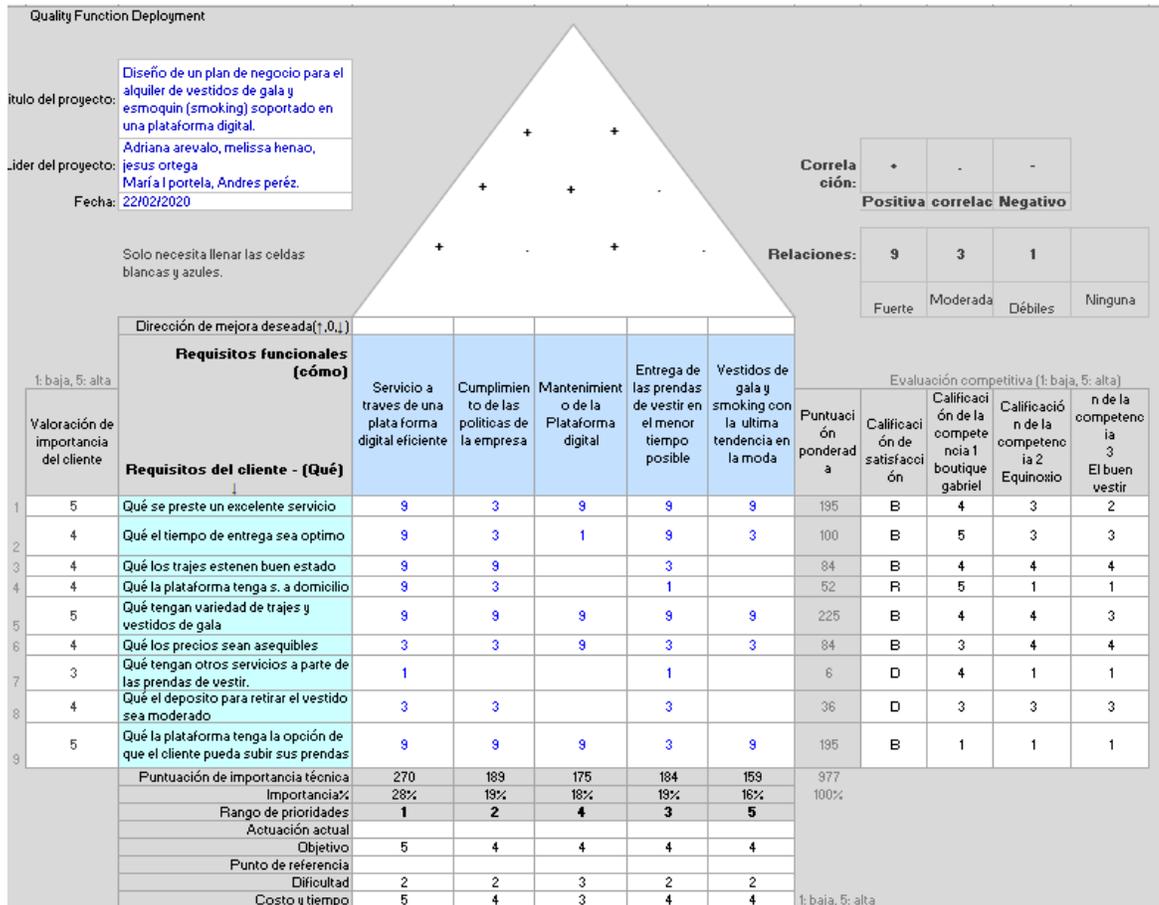
de la población encuestada no asistió a ningún evento de este tipo. Para estas ocasiones, más de la mitad de la población encuestada opta por rentar un traje o vestido, apenas el 24% compra un vestido o traje nuevo y poco más del 15% lo pide a algún familiar. La población a grandes rasgos manifiesta que llegado el caso que necesitaran un vestido o traje, el 78% estaría dispuesto a pagar por la renta de uno, entre el rango de cien mil pesos (\$100.000) y trescientos mil pesos (\$300.000), incluso llegando a pagar más de cuatrocientos mil pesos (\$400.000) aunque. Corresponde solo a una fracción más pequeña de la población objetiva.

De toda esta información se puede concluir que, ante la presencia de una ocasión especial, celebración o evento, las personas si usan trajes formales y de gala, en su mayoría optan por alquilarlo. Lo sugiere una alta viabilidad a la generación de una herramienta digital que tenga como objetivo comercial la renta de vestidos y trajes de gala, en el cual se encuentren prendas dentro del rango de precios del mercado local y de lo que los clientes también están dispuestos a pagar.

9.1.2 HERRAMIENTA QFD

También se sabrán cuáles son las características no necesarias que aportan un sobrecoste al producto sin ser apreciadas por el usuario y darán una visión de cómo está el producto frente a la competencia, para poder decidir cuáles son los aspectos prioritarios para mejorar. Se utilizará la herramienta QFD para completar el análisis que se realizó de la encuesta y el benchmarking, en la ciudad de Cartagena de indias. En esta herramienta se relacionarán los requisitos del cliente (Que) y los requisitos funcionales del modelo de negocio (Cómo)

ILUSTRACIÓN 1. QFD



Fuente 5. Elaboración Propia

Se observó en el análisis de la matriz QFD, las necesidades de los clientes, las cuales fueron las siguientes:

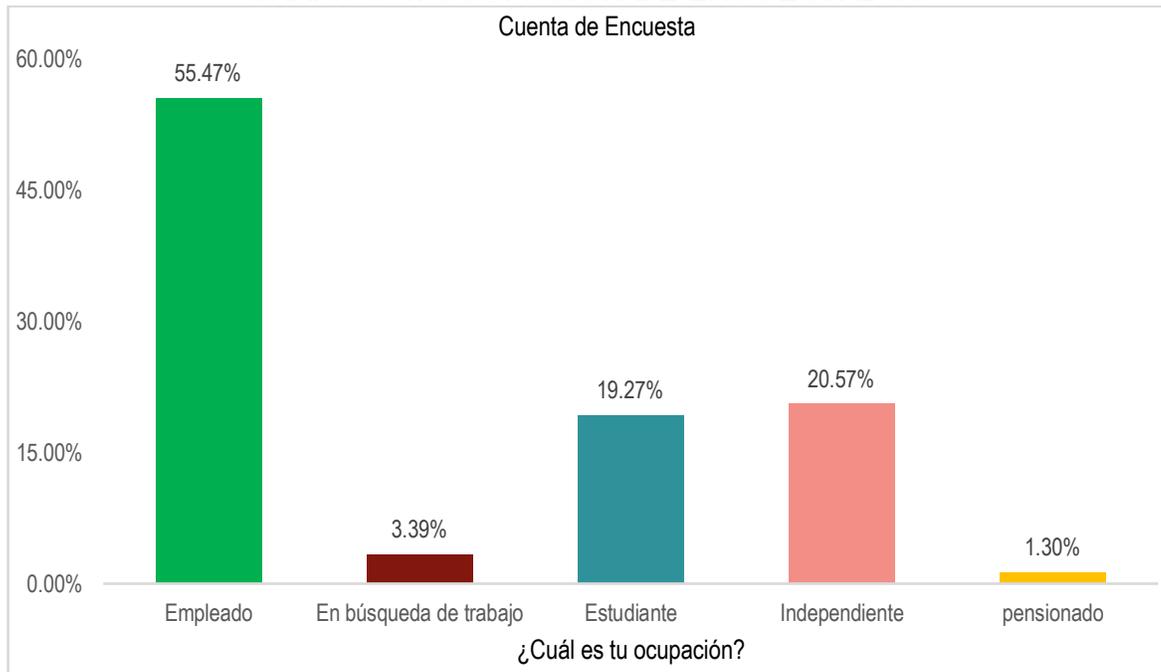
Plataforma virtual: Está fue la primera necesidad que arrojó el QFD, la cual, de forma fácil y sencilla, con el uso de una conexión a internet se podrá acceder al mercado de la renta/alquiler de trajes y vestidos de gala; Variedad de traje de gala: así mismo, existe la necesidad de una variedad en el portafolio de opciones respecto a modelos, tallas y precios, debido a que de esta manera el cliente podrá buscar y escoger un atuendo que se adapte a su gusto y necesidades. Con La matriz QFD, se logró definir las valoraciones de importancia de los clientes. En este rango de prioridades se encontró: la prestación de un servicio excelente representa un alto valor de importancia para los clientes, la variedad de trajes, vestidos de gala y la opción de que los usuarios puedan publicar sus trajes y vestidos dentro de la plataforma, a su vez el buen estado de los atuendos, los tiempos de entrega cortos, la posibilidad de un domicilio y costos asequibles, fueron los puntos que ocuparon una alta importancia en los clientes. Mientras que la existencia de otro tipo de servicios, fuera del alquiler no fueron relevantes. Se observó que las necesidades de los clientes en la ciudad

de Cartagena, es que exista una plataforma digital innovadora de alquiler de vestidos de gala y esmoquin y que exista una alta variedad de prendas para suplir sus requerimientos. En calidad de brindar soluciones eficientes ante las necesidades emergentes, surgieron dos propuestas de respuesta a los clientes; Consisten en que los usuarios podrán subir sus vestidos por medio de la plataforma digital si cumplen con las políticas y reglas de la misma, de esta forma, se ampliaría el segmento de mercado, no solo a aquellas tiendas o boutiques dedicadas al alquiler, sino, a todas aquellas personas que podrán ofrecer sus vestidos; otra solución para suplir las necesidades de los clientes serán los tiempos de entrega, con esta propuesta, la idea será minimizar los tiempos en los que el cliente encuentra el vestido o traje que requiera, y que llegué a su destino.

9.1.3 MAPA DE EMPATÍA

Después de reconocer cuales son las necesidades de los clientes y como el modelo de negocio podrá suplirlas por medio de la plataforma digital, se realizará un mapa de empatía, que ayudará a conocer el segmento de cliente y la propuesta de valor que ofrecería el proyecto a sus necesidades. Conociendo los requerimientos de la muestra que se escogió en la ciudad de Cartagena de indias para realizar la encuesta, se conoció que la población objetivo de género femenino y masculino, estará en el rango de edad de los 15 a 54 años, en los niveles socioeconómicos de empleados y personas independientes pertenecientes a los estratos 3,4 y 5 según datos arrojados por la encuesta (Ver fig.); los rasgos de personalidad encontrados, manifiestan ser personas extrovertidas, trabajadoras, elegantes y sociables. Según la encuesta realizada, a las personas, les gustaría que existiera una plataforma digital donde se les facilite el alquiler de prendas de vestir de trajes de gala y esmoquin.

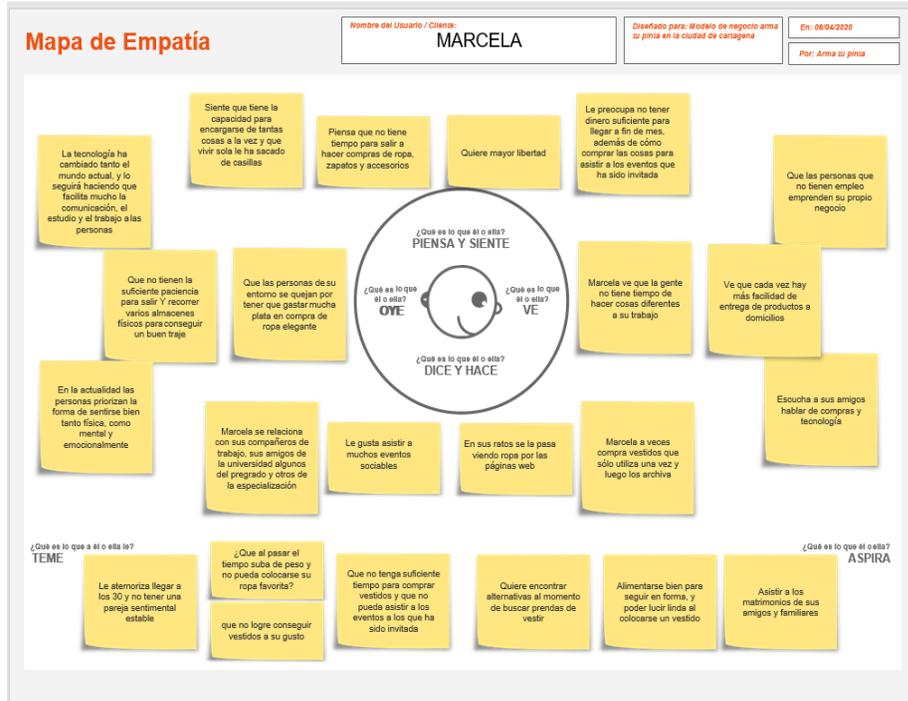
GRÁFICO 4. OCUPACIÓN DE ENCUESTADOS



Fuente 6. Elaboración Propia

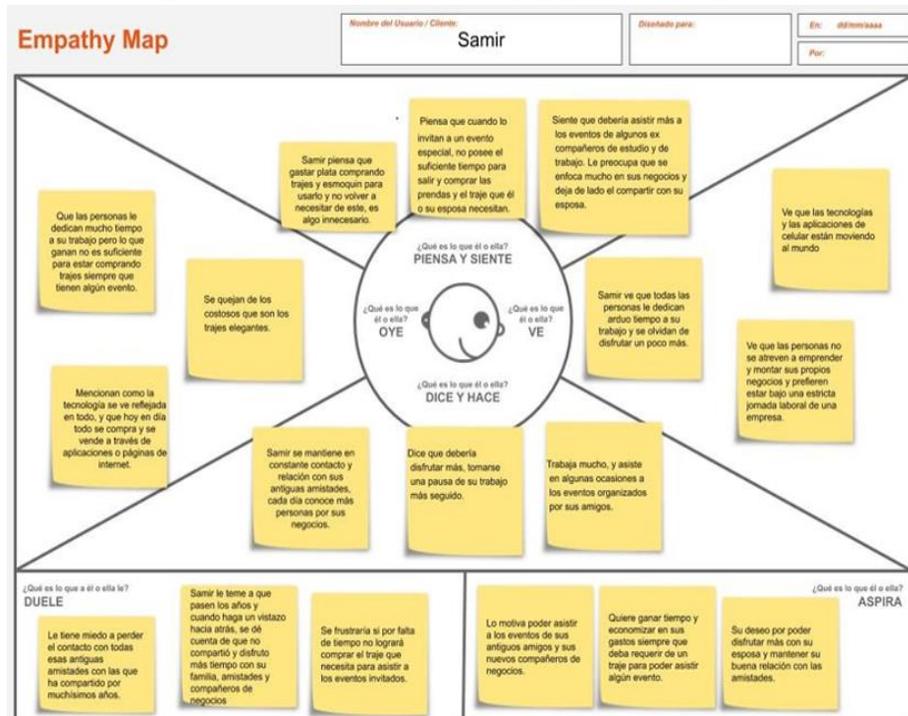
Como la población representativa de la muestra se encuentra mayormente concentrada por empleados y es seguida por las personas con labor independiente, se realizó el mapa de empatía basándose en una persona del grupo de empleados y otra del grupo de independientes; a continuación, se conocerá más sobre las actividades y pensamientos que tiene la mayoría de las personas entrevistadas que trabajan o son independientes. La persona escogida para la representación en el mapa de empatía, fue personificada con base a las características que arrojó la encuesta que se realizó a la muestra escogida de la población en la ciudad de Cartagena; La cual dice que Marcela de sexo femenino, con 28 años, trabaja y estudia; considera que no tiene tiempo para hacer compras, le preocupa no tener dinero suficiente para las responsabilidades adquiridas, aun cuando estas representan eventos a los que ha sido invitada, por ejemplo, matrimonios de sus amigas. Considera que los domicilios son una facilidad para las personas, ve el emprendimiento como una fuente de ingreso ante los constantes índices de desempleo. Le gusta ver artículos de ropa de manera virtual, y en ocasiones ha comprado prendas que usa con poca frecuencia.

ILUSTRACIÓN 2. MAPA DE EMPATÍA UNO



Fuente 7. Elaboración Propia

ILUSTRACIÓN 3. MAPA DE EMPATÍA DOS



Fuente 8. Elaboración Propia

Se realizó otro análisis, y se escogió a Samir, de sexo masculino, es una persona que trabaja independiente y que en distintas ocasiones tiene que asistir a eventos organizados por sus colegas, sin embargo, no asiste la mayoría de las veces porque no tiene tiempo suficiente para dedicarse a buscar un traje o vestimenta. Sabe que, a la hora de adquirir un traje de gala, estos tienden a tener altos costos y por trabajar independiente, tiene varios gastos en su negocio, gastos en su hogar, entre otras cosas; tiene poco tiempo para buscar un traje adecuado y que este a su alcance. Considera innecesario comprar un traje costoso que va a usar con poca frecuencia o una sola vez. No obstante, teme qué al pasar el tiempo no logre disfrutar y compartir lo suficiente con sus amigos. A Samir Le gustaría poder compartir más tiempo con su esposa. Sin embargo, él hoy en día reconoce que a través de las tecnologías actuales se pueden agilizar los procesos y tener más tiempo para realizar actividades que siempre ha querido, incluyendo los de adquisición de alguna prenda de vestir, lo que considera algo interesante y de utilidad.

TABLA 2 CONCLUSIONES MAPA DE EMPATÍA

	Marcela	Samir
Ocupación	Trabajador	Independiente
Preocupaciones	Ambos participantes consideran que no tienen la ropa necesaria para ir a eventos de familiares o amigos, que ameritan vestidos o trajes de gala, que, además, tampoco cuentan con el tiempo necesario para adquirirlo, debido a que se dedican a su trabajo y el proceso de búsqueda de un vestido o traje es demorado.	
Lo que se oye	Ambos se quejan de los altos costos que tiene la ropa elegante o la ropa de gala. Coinciden en la tecnología como herramienta que facilita la comunicación, el trabajo y las compras.	
Pensamientos	Piensan que deberían asistir más a los eventos que son invitados, de amigos o familiares, compartir con estas personas. Están de acuerdo en que no hay tiempo suficiente para ir a una	

	Marcela	Samir
	tienda física a buscar un traje o vestido, aun mas cuando este no será de uso frecuente.	
Lo que se ve	Ambos han visto como a través de la tecnología y aplicaciones móviles se encuentran productos/servicios fácilmente.	
Aspiraciones	Poder economizar tiempo en la gestión de un vestido o traje, disfrutar más de los eventos familiares y de amigos, encontrar alternativas para la búsqueda de trajes, no solo ir a una tienda física	

Fuente 9. Elaboración Propia

Es por esta razón que se vuelve vital la existencia de herramientas tecnológicas que permitan, la reducción de más gastos, como transporte y tiempos en la búsqueda de vestidos y trajes de gala. Puesto que ya sea por falta de tiempo o de ocupaciones cotidianas, adquirir una prenda nueva o desplazarse a conseguirla, (comprada o rentada), se convierte en una dificultad que puede repercutir en la asistencia a un evento o buscar y elegir con más tiempo la prenda adecuada. Por esta razón nace el modelo de negocio ARMA TU PINTA, que consiste en una plataforma digital en la que se alquilarán vestidos de gala, vestidos tipo cóctel, esmoquin y frac; además tendrá una propuesta de valor diferenciadora del mercado de renta de vestidos, la cual consistirá en que los usuarios tendrán una opción en la plataforma de subir sus propios vestidos y/o traje de gala, lo cual ayudará a fomentar la economía colaborativa que beneficie tanto a propietarios de trajes y vestidos como a otras persona tenga la necesidad de una prenda de vestir elegante.

9.2 CAPITULO DOS: DISEÑO DEL MODELO DE NEGOCIO

Una vez finalizado el objetivo número uno (1), el cual fue necesario para conocer a los clientes y sus requerimientos, se deberán complementar estas actividades realizadas para desarrollar el proyecto, con otras herramientas, por esto se proseguirá a: Diseñar el modelo de negocio de alquiler de vestidos de gala y esmoquin de segunda, soportado por una plataforma digital, empleando la metodología Canvas.

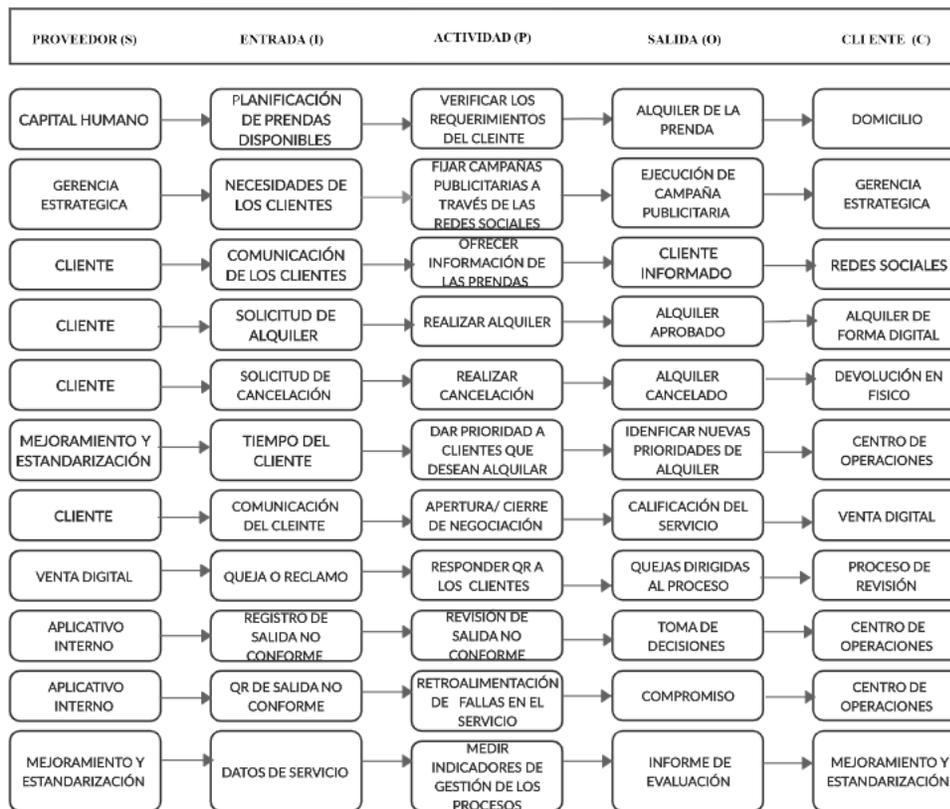
Para llevar a cabo el diseño de modelo de negocio, se definieron cinco actividades que comprenden: realizar un diagrama de sipoc el cual consiste en determinar los procesos y procedimientos del negocio, luego se deberá Identificar el porcentaje de consumo a través de la cuota de mercado, la cual mostrará la representación que el modelo de negocio ARMA TU PINTA tendrá en el mercado, lo que permitirá hacer después un análisis del modelo de negocio (lienzo Canvas) que es una gestión estratégica que permite la visualización de bloques de las actividades del proyecto, cuando se realicen todos los análisis de estas herramientas, se realizará un estudio Técnico que permitirá conocer las diferentes opciones tecnológicas que se van a requerir para la prestación del servicio, lo que también permitirá verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas (maquinaria, materia prima, infraestructura, costos de inversión y de operaciones y capital humano).

Es importante saber cuáles son los procesos y procedimientos que deberá tener la plataforma digital para la prestación de servicio a los usuarios, y establecer una serie de procesos internos y externos que permitan satisfacer sus necesidades y analizar como sería el buen funcionamiento del negocio, por este motivo a continuación se realizará un diagrama SIPOC, que ayudará a determinar, cuáles serán las posibles circunstancias que pasará el modelo de negocio y que ayudará a cumplir el objetivo del proyecto.

9.2.1 DIAGRAMA SIPOC

9.2.1.1 PROCEDIMIENTOS DENTRO DEL NEGOCIO

ILUSTRACIÓN 4. PROCEDIMIENTOS DE ARMA TU PINTA



Fuente 10. Elaboración Propia

En el proceso de alquiler, se deberá hacer en primera instancia, por parte del recurso humano encargado, la planificación correspondiente de las prendas que estén disponibles, contar con un inventario claro y verificar que se ajuste a la requisición del cliente, para efectuar la renta y el domicilio. Respecto a procesos de publicidad, es necesario que desde la gerencia estratégica se conozcan las necesidades de los clientes y que estas puedan ser adoptadas para luego lograr comunicarlo por medio de una campaña publicitaria. Los clientes por su parte generarán sus solicitudes de alquiler con tiempo, para lograr tener una respuesta oportuna, luego que la solicitud sea aprobada, se le haría efectivo el alquiler de la prenda de forma digital. A su vez, el cliente que desee realizar una cancelación, deberá presentar la solicitud de la misma para que sea realizada la devolución en físico. Se Deberá tener en cuenta los siguientes términos para la prestación del servicio y si el cliente decide no usar la prenda alquilada:

En caso dado de que el cliente decida cancelar el servicio prestado (alquiler de vestido de gala o esmoquin) y avisa después de la fecha de su evento, el servicio se dará por prestado y, por lo tanto, no se hará la devolución del dinero; Solo se hará la devolución del dinero por puntos específicos (la prenda llegue a manos del cliente con un desperfecto o que por algún problema de logística el producto llegue

a una hora diferente a la acordada con el cliente). Al hacer la cancelación del servicio, el cliente dispondrá de dos opciones, estas serán: la devolución de su dinero o un bono redimible para el próximo alquiler del vestido o traje de gala si así lo desea, esto solo aplicará en caso de que se cumpla el ítem número dos.

A continuación, se mostrará las actividades que se deberán realizar en la plataforma para dar soluciones a través de herramientas que son importantes para el negocio:

TABLA 3 ACTIVIDADES PARA MANTENER LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

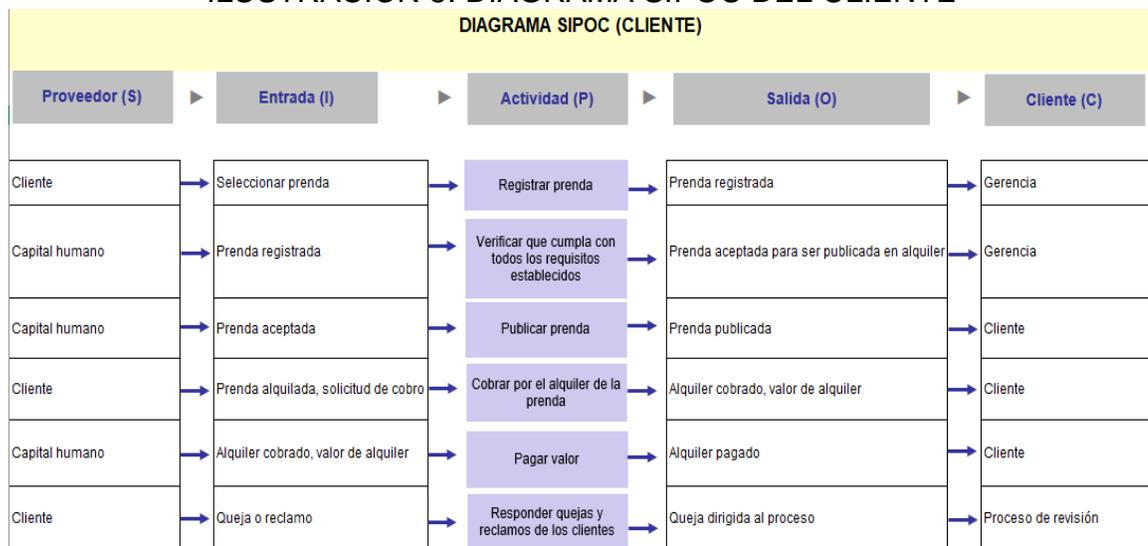
Actividad	Necesidad	Herramienta
Fijar campañas publicitarias	Encontrar vestimenta elegante de forma rápida y sencilla, donde logren visualizar enseguida los precios de los vestidos o trajes. En caso de requerir más información, podrán visitar la plataforma digital ARMA TU PINTA, por medio de un link que estará en la parte superior de bajo del nombre de la página.	A través del marketing digital, se escogerá el: mercadeo de contenidos. Por consiguiente, se utilizará la red social: instagram, la cual hoy día es una ventana para promocionar los productos o servicios que ofrecen las diferentes empresas o negocios.
Ofrecer información sobre las prendas	Se analizó en el mapa de empatía la necesidad de los clientes en economizar gastos de transporte y tiempo en la búsqueda de vestidos y trajes de gala.	A través de la plataforma digital podrán visualizar prendas de vestir formales de manera rápida y por medio del servicio a domicilio que prestará la plataforma, podrán recibir su prenda en el lugar donde se haya estipulado.

Alquiler y cierre del negocio de forma digital	Alquiler de manera virtual y que el cliente tenga la opción de pago que se ajuste a sus necesidades.	Se utilizará una plataforma digital que suplirá esta necesidad en la ciudad de cartagena, que además brindará diferentes maneras de pago como: tarjeta de crédito (Visa, Master Card, Diners Club Codensa, American Express) pagos en efectivo (Vía baloto, efecty, Corresponsal 475, Davivienda, Ser) y por último pagos en línea (PSE o Bancolombia)
--	--	--

Fuente 11. Elaboración Propia

9.2.1.2 PROCEDIMIENTO DE CLIENTES QUE DESEAN POSTULAR SUS PRENDAS

ILUSTRACIÓN 5. DIAGRAMA SIPOC DEL CLIENTE



Fuente 12. Elaboración Propia

El cliente deberá seleccionar una prenda y registrarla dentro de la plataforma, una vez efectuado el registro se informará a la gerencia la solicitud, luego que este registrada, el recurso humano hará la verificación de los estándares establecidos en la plataforma para subir la prenda; si cumple con ello, será aceptada y se generará un informe a gerencia para proseguir a ser publicada y comunicar por medio de un informe al cliente que su prenda ya se encuentra publicada en la plataforma. El

propietario deberá generar una solicitud de cobro al cliente cada vez que la prenda sea rentada; El recurso humano, responderá y dará las pautas de cómo se hará el proceso de cobro y se encargará e informará al cliente (propietario) cuando el valor esté pagado. Luego de a ver realizado el diagrama de sipoc, que ayudará a la prestación de un excelente servicio al cliente en cada proceso que tendrá la plataforma digital ARMA TU PINTA, se Identificará el porcentaje de consumo de los clientes a través de una cuota de mercado, para saber qué factores positivos y negativos influyen en el modelo de negocio y además determinar cuál es el porcentaje o segmentación de mercado que tendrá el negocio. Ahora, se mostrarán las necesidades encontradas en los clientes específicamente y las soluciones y herramientas que se utilizarán para suplirlas:

TABLA 4 NECESIDADES DEL MERCADO

Actividad	Necesidad	Herramienta
Registrar prenda	Dar una solución a lo observado en el benchmarking, lo cual es darle uso a los vestidos y trajes comprados que se les dio poco uso.	Por medio de la plataforma digital se logrará permitir a los ciudadanos de cartagena, subir sus vestidos y trajes para que obtengan un beneficio con las prenda formales que tienen guardadas, esto daría una solución a las necesidades del cliente y sería el valor agregado del negocio.
Verificar cumplimiento de los requisitos establecidos para subir las prendas formales	Encontrar vestidos y trajes de gala en buen estado en un tiempo prudente al que se tarda en ir a una tienda en físico.	Por medio de una modista que tendrá el negocio se verificará y se hará un filtro para seleccionar las prendas, que cumplan con los requerimientos que exige la plataforma para brindar un servicio de calidad al cliente.

Actividad	Necesidad	Herramienta
Publicar prenda	Lograr poner en alquiler o vender a un negocio o empresa, vestidos comprados y con pocas posturas, donde logren sacar un beneficio.	El modelo de negocio arma tu pinta, nace para poner al servicio una herramienta como lo es la plataforma digital en la cual el cliente o usuario podrá rentar sus vestidos o trajes, cumpliendo así lo planteado en el benchmarking.

Fuente 13. Elaboración Propia

9.2.2 CUOTA DE MERCADO OBJETIVOS DE CUOTA DE MERCADO

La cuota de mercado tendrá objetivos específicos que se deberán tener en cuenta para un análisis eficaz de la información a obtener, los cuales son:

- ser un modelo de negocio reconocido en cinco (5) años en Colombia a nivel nacional, además de eso, que la empresa pueda crecer con servicios diferentes.
- crear una línea de accesorios para acompañar los vestidos de gala en un periodo de trescientos sesenta y cinco (365) días.
- determinar el porcentaje (%) de vestidos y trajes que se alquilaran en un periodo de un (1) mes de la plataforma.

9.2.2.1 SECTOR DE REFERENCIA

Se escogió de sector de referencia para el modelo de negocio, el turismo, matrimonios y grados que se realizan con frecuencia en la ciudad de Cartagena de indias, por ser patrimonio histórico de la humanidad.

9.2.2.2 PRODUCTO/SERVICIO

A continuación, se mostrará el producto/servicio y mercado del modelo de negocio arma tu pinta.

TABLA 5 SERVICIO Y MERCADO DEL NEGOCIO ARMA TU PINTA

Producto/servicio	Mercado
<p>Diseño de un modelo de negocio para el alquiler de vestidos de gala y esmoquin por medio de una plataforma digital, que consistirá en que las personas o usuarios puedan acceder a los artículos de vestimenta formal que ofrecería la plataforma y además tendrían la opción de publicar sus propias prendas de vestir de gala siempre que cumplan con los requisitos y políticas establecidas.</p>	<p>Para escoger el mercado al que iría dirigida la plataforma digital, se realizó un análisis, el cual dio como resultado que en cartagena de indias hay aproximadamente 887.946 habitantes, luego de tener esta información se realizó una encuesta con una muestra intencional al segmento de mercado que estaría dirigida la plataforma los cuales serían los estratos tres (3), estrato cuatro (4) y estrato cinco (5).</p>

Fuente 14. Elaboración Propia

9.2.2.3 ANÁLISIS PESTEL

Este análisis se hace con el fin de estudiar el sector o entorno donde se encontrará el negocio, las tendencias y valor del mercado de los últimos cinco (5) años.

Variables políticas a considerar: Nuevas estrategias del gobierno para mostrar a Colombia como atractivo turístico a nivel regional e internacional en términos de infraestructura, capital humano, instituciones y desarrollo empresarial; Entrada del mercado chino en el sector textil al país por los tratados del país con ellos y aprobación de reforma tributaria en el dos mil dieciséis (2016) en cambio de impuestos y de tres (3) puntos porcentuales en el IVA. La idea de negocio hace parte del sector textil en la ciudad de Cartagena, por esta razón, es importante tener en cuenta cada uno de los factores políticos que la afectan.

Variables económicas a considerar: Ligero crecimiento en la economía en un tres por ciento (3%), con un comportamiento positivo en actividades económicas donde Colombia supera el crecimiento mundial y está muy por encima del promedio regional; País en vía de desarrollo, los precios aumentan, sin embargo, su inflación permanece más baja respecto a otros países de la región. Según las cifras de la ANDI, se observa que el comercio al por menor ocupó el segundo lugar en crecimiento para el año 2019: “comercio al por menor, alojamiento y restaurantes (4,9%)”. Las transacciones en línea en el país, se considera de gran crecimiento, a cierre de 2018, estas transacciones representaron el 8,5% del PIB. Según el informe Blackindex sobre el e-commerce en el país durante 2019, Colombia ocupa el cuarto lugar

frente a los países de la región con más de 34 millones de internautas y 68,2% de penetración de internet. (Blackindex, 2019).

En conclusión, el 2019 fue un año donde pesaron factores positivos y negativos, la mayoría de ellos similares a los observados en el año inmediatamente anterior. Entre los aspectos que impactaron favorablemente el crecimiento, están la buena posición del país en la región y en el contexto internacional; la solidez de la economía colombiana; un entorno macroeconómico donde la inflación e intereses se ajustan a los parámetros internacionales y donde las calificadoras de riesgo nos mantienen el grado de inversión. (ANDI, 2019).

Variables del entorno social a considerar: Colombia, registró una tendencia a la baja desde el año 2002, alcanzando tasas de un solo dígito durante el periodo 2013 – 2018. Según las cifras de la ANDI, para el año 2019 se puede observar que el sector de comercio fue uno de los que no generó muchos puestos de trabajo, ocupando el último lugar respecto a los otros sectores: “Las actividades que generaron nuevos puestos fueron construcción (9,6%), debido a la buena dinámica de obras públicas; intermediación financiera (5,3%), y, servicios comunales, sociales y personales (1,9%). (ANDI, 2019). Y según el Índice de Desarrollo Humano 2019 publicado recientemente por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), Colombia fue noticia debido a su significativo ascenso en este ranking. El país se encontraba en la posición 90 en el 2017 y escaló hasta el puesto 79 en el 2018. Para el año 2003, Colombia se situaba en el puesto 95, evidenciando que en el periodo 2003 – 2017 el país progresó poco en este indicador; haciendo aún más notable la variación positiva de 11 posiciones de 2017 – 2018. (ANDI, 2019).

En conclusión, se observa que el entorno social aún tiene mucha oportunidad de mejora en el país, pero también son varios los aspectos positivos como la disminución de la informalidad laboral y el ascenso en el índice de desarrollo humano desde el año 2003 a 2018.

Variable del entorno tecnológico a considerar: las TIC en Colombia ha sido uno de los que ha mostrado un mayor crecimiento en los últimos años terminando el 2016 con 5.464 nuevas empresas y 5400 nuevos empleos; aportando en un 1.19% al PIB. (RCN, 2017). La ministra de las TIC, Sylvia Constaín dice que para el 2019 “El sector de las tecnologías de información y las comunicaciones es muy importante para lograr los objetivos de productividad del país. Según cifras del Banco Mundial, Colombia podría tener un crecimiento del 1,38 por ciento del PIB, si aumenta la cobertura de banda ancha en 10 puntos porcentuales”.

Variable del entorno ambiental a considerar: Colombia para 2020 busca erradicar la actividad ilegal, causante del 46% del daño ecológico en la selva del Chocó, el principal pulmón del país. (El Diario, 2019). Una de las partes acordadas con el acuerdo de paz entre el gobierno y la guerrilla de las FARC es la de crear políticas que mejoren las actividades del sector, como conservación ambiental, erradicar cultivos ilícitos y la minería ilegal, desarrollar actividades ambientales sostenibles, implementar estrategias para reducir las emisiones de carbono, mejorar el cambio climático y

conservación de los ecosistemas. (Zimmermann, 2017); En cuanto al comercio en línea, su crecimiento ha contribuido al medio ambiente disminuyendo el uso del papel que se genera en el comercio al imprimir las facturas. (El Comercio, 2016).

Variable del entorno legal a considerar: Actualmente, según el Decreto 0731 de 2012, se pueden establecer procedimientos para adaptación de medidas de salvaguardia en el sector textil bajo los acuerdos internacionales vigentes. Estas buscan proteger el sector y hacerlo más competitivo frente a los grandes comerciantes internacionales como lo son China, Turquía e India. (Bogotá, 2012); Uso eficiente y protección de usuarios, generando confiabilidad al usar la plataforma virtual. Realizado este análisis, el modelo de negocio deberá definir de qué forma impactan estos factores, el plazo previsto y el tipo de impacto, el resultado es el siguiente:

TABLA 6 IMPACTOS DEL ENTORNO EN EL MODELO DE NEGOCIO

Entorno		Detalle	Impacto
POLÍTICO	Nivel de crecimiento	Estrategia de competitividad por parte del gobierno para que el país sea atractivo en la región y buscar inversión para el negocio	Positivo
	Competencia frente al sector	Entrada del mercado chino al país	Muy negativo
	Inestabilidad política en la ciudad	Incertidumbre en las personas, por lo que prefieren ahorrar y no gastar	Negativo
	Reforma tributaria	Aumento del IVA	Negativo
ECONÓMICO	Recuperación económica	Crecimiento del país superior al 3%, por encima del promedio regional, incrementa el poder adquisitivo del negocio	Muy positivo
	Inflación más baja	Menos pérdida del poder adquisitivo del negocio para su sustento	Muy positivo
	Comercio al por menor	Ocupó el segundo lugar en crecimiento, el negocio hará parte de este sector	Muy positivo
	Transacciones en línea	Se consideran de gran crecimiento, aportando al 8,5% del PIB	Muy positivo
SOCIAL	Tasa de desempleo	Bajó en el año 2019, oportunidad de que más clientes puedan alquilar prendas	Muy positivo
	Sector de comercio	No generó muchos puestos de trabajo para el 2019	Indiferente
TECNOLÓGICO	Cobertura de banda ancha	Si aumenta la cobertura en un 10%, más clientes tendrían acceso a la plataforma virtual	Muy positivo
AMBIENTAL	Comercio en línea	Su crecimiento ha contribuido al medio ambiente al disminuir el uso de papel, esta plataforma virtual aportará significativamente a este rubro	Muy positivo
LEGAL	Decreto 0731 de 2012	Medidas de salvaguardia en el sector textil	Muy positivo
	Ley 1341 de 2009	Uso eficiente y protección de usuarios, generando confiabilidad al usar la plataforma virtual	Muy positivo

Fuente 15. Elaboración Propia

Los criterios que se tuvieron en cuenta para clasificar el cuadro del análisis Pestel, fueron por impactos, empezando por: impacto muy positivo, positivo, negativo, muy negativo e indiferente.

- El impacto político dio negativo en la mayoría de sus variables por factores como: entrada de mercado chino al país, siendo esta una competencia para el negocio por su amplia oferta de productos a precios muy bajos, de igual manera la inestabilidad política en la ciudad, debido a que en los últimos años Cartagena ha tenido diferentes alcaldes antes de ser convocadas las elecciones obligatorias, esto ocasiona incertidumbre en los ciudadanos al no conocer la forma de dirigir por parte del nuevo mandatario, el cual es nombrado por el Presidente, si bien esto no es una variable que afecte directamente al negocio, se debe tener en cuenta porque inicialmente estará prestando sus servicios en la ciudad de Cartagena, así mismo, otro de las variables negativas fue el aumento del IVA debido a la reforma tributaria, lo que podría traer como consecuencia el aumento de los precios de alquiler, por último la variable positiva que arrojó este impacto es el nivel de crecimiento del país, lo cual sería una gran oportunidad para tener más opciones de buscar inversión para el negocio.
- El impacto económico dio positivo en todas sus variables porque el país creció en un 3%, por encima del promedio regional, esto aumentaría el poder adquisitivo del negocio, de igual manera, la inflación fue más baja, lo cual incrementa el poder adquisitivo de los clientes y así se tendría una mayor probabilidad de eventos y que estos prefieran alquilar sus trajes y vestidos a través de la plataforma, por otra parte, el comercio al por menor ocupó el segundo lugar en crecimiento en el país, esto aportaría al negocio porque hace parte de este rubro y sería evidencia de que los ciudadanos sí podrían alquilar vestidos y trajes bajo esta modalidad, por último las transacciones en línea también aumentaron y aportaron al 8,5% del PIB del país, cifra que también evidencia que los colombianos prefieren cada día más hacer sus transacciones por este medio, siendo una gran oportunidad también teniendo en cuenta que el modelo de negocio es netamente virtual.
- El impacto social dio positivo en su variable, debido a que en una se muestra que la tasa de desempleo bajó en el año 2019, lo cual significa que el nivel de ocupación aumentó, así las personas asistirán a más eventos y podrán alquilar más trajes.
- El impacto tecnológico de igual manera arrojó un resultado positivo en su variable debido a que la cobertura de banda ancha aumentó en un 10% en el país, es decir, es algo que favorece al negocio porque se logrará captar a más clientes con acceso a internet y que conozcan la plataforma virtual.

- El impacto ambiental también dio un resultado positivo porque las transacciones en línea han contribuido al medio ambiente al disminuir el uso de papel, por lo que Arma tu pinta está comprometido con esto al ser un negocio completamente virtual.
- El impacto legal también es positivo para el negocio porque los clientes se sienten cobijados por varias leyes como el decreto 0731 de 2012 y la ley 1341 de 2009 las cuales tratan de medidas para salvaguardar la industria textil y ley de protección de datos de los usuarios al momento de realizar sus transacciones a través de pasarelas de pagos como Credibanco.

Con este análisis del sector se puede observar que a pesar de que hay oportunidad en algunos sectores como el social, otros sectores como el económico y el tecnológico, juegan un papel muy importante la industria textil y a la vez aporta significativamente al PIB del país, tal es el caso del comercio electrónico que cada día va al alza. Además, que el comercio al por menor haya ocupado el segundo lugar en el 2019 en crecimiento económico, es algo favorable para el negocio porque Colombia según las cifras ha logrado mantener su posición económica respecto a la región y el resto del mundo a partir de los tratados de paz. Ahora, el país está en un momento de modernización respecto a las tecnologías de información y la idea de negocio aquí planteada aportará a este sector a través de su plataforma virtual. En conclusión las variables que más impactan al modelo de negocio son: En el sector económico, las transacciones en línea, teniendo en cuenta que el modelo es netamente virtual, en el último año estas aumentaron significativamente en el país, aportando al 8,5% del PIB, de igual manera en el sector tecnológico según el Ministerio de las TIC, se espera un aumento del 10% en la cobertura de banda ancha en el país, lo que conlleva a que más personas puedan tener acceso a la plataforma y conocer los productos, de igual manera, estos factores tendrán un impacto de mediano plazo.

9.2.2.4 CÁLCULO DE MERCADO POTENCIAL:

Para el cálculo del mercado potencial se utilizó la siguiente formula:

FÓRMULA 1. CÁLCULO DE MERCADO POTENCIAL

$$Q = N \times P \times Q$$

Donde,

n = Número de compradores posibles para el mismo tipo de producto en un determinado mercado.

p = Precio promedio del producto/servicio en el mercado.

q = Cantidad promedio de consumo per cápita en el mercado.

Para n, teniendo en cuenta que se analizó que en cartagena hay una Población aproximada de 887.946 personas, de las cuales el 59,31% corresponde a Hombres y Mujeres entre 15 y 54 años, y que él 74,51% de la población pertenece a estratos 3, 4 y 5, y que, además, en base al resultado de las encuestas realizadas, el 85,94% de la población están interesados en la plataforma digital y el número de compradores potenciales, lo que dio como resultado un mercado potencial de: **117.674**

De acuerdo a los datos que arrojo la encuesta, se discriminó la información de las personas interesadas en el servicio de la plataforma, la información que se escogió fue de las personas que respondieron que, prefieren alquilar las prendas de vestir, los que tenían acceso a internet y tienen medios digitales para utilizarla, lo cual dio que: el 58% prefieren alquilarlo y el 61% tiene acceso a internet y a tecnología, estos datos se multiplicaron con el resultado que dio el mercado potencial de 117.674, lo que dio que el número de posibles personas que alquilarían sería de: **n= 41,663**

Para q, se utilizó como base, el resultado de la encuesta realizada en cuanto al número de veces que los encuestados respondieron que utilizan las prendas de vestir al año, así:

TABLA 7 NÚMERO DE POSIBLES ALQUILERES ANUALES DE LAS PRENDAS DE VESTIR DE ARMA TU PINTA

N° de veces que usa prendas/año	Población Objetivo	% frecuencia	Q	# de Servicios
1-2	23.483	56%	1,5	35.224
3-5	13.256	32%	4	53.026
6 o Más	253	1%	6	1.515
Ninguno	4.671	11%	0	-
Total general	41.663	100%	2,15	89.765

Fuente 16. Elaboración Propia

Entonces,
n*q= 89.575

TABLA 8 ESTIMACIÓN DE PRECIOS DE LOS TRAJES DE GALA DE ARMA TU PINTA

TIPO DE TRAJE	VALOR UNITARIO DE ALQUILER	PROMEDIO DE PRECIOS DE ALQUILER
Esmoquin	\$200.000 a \$280.000	\$ 240.000
Frac	\$250.000 a \$300.000	\$ 275.000

Vestido de gala	\$150.000 a \$280.000	\$ 215.000
Vestido de cóctel	\$80.000 a \$160.000	\$ 120.000
Total		\$ 212.500

Fuente 17. Elaboración Propia

Entonces,

$$N * P * Q = 41.663 * \$212.500 * 2.15$$

Se puede concluir con la encuesta realizada, que el mercado potencial de alquiler de vestidos en cartagena es de: Diecinueve mil treinta y cuatro millones setecientos ochenta y tres mil ciento veinticinco pesos (**\$19.034.783.125**).

9.2.2.5 ANÁLISIS DE PORTER

Una vez calculado el mercado potencial, se vio la necesidad de realizar un análisis del entorno competitivo por medio de la herramienta cinco (5) fuerzas de Porter, para así tener mayor conocimiento de quienes serán los proveedores, clientes y competidores, a continuación, se visualizará de forma gráfica cada una de las fases.

ILUSTRACIÓN 6. ENTORNO COMPETITIVO DE ARMA TU PINTA



Fuente 18. Elaboración Propia

Una vez visualizada la gráfica se puede concluir que el servicio con el que cuenta este modelo de negocio, no tiene una competencia directa, debido a que, aunque actualmente lo que más se mueve es la tecnología, este es un nicho de mercado que aún no es muy amplio, existen diversos negocios dedicados al alquiler y ventas de prendas de vestir de gala, pero son muy pocos los negocios dedicados a este servicio de forma virtual, la mayoría están dados de forma física (locales), y los negocios que cuenta con alguna plataforma digital, aunque las actividades son las mismas a la de este proyecto, no cuentan con un factor diferenciador, como el que se desea mostrar y es, que los clientes puedan satisfacer sus necesidades de dos formas: el acceso a la plataforma en busca de un vestido de gala o esmoquin, o el acceso a la plataforma para aquel cliente que desee subir una prenda de vestir de gala que ya no use y quiera sacarle utilidad por medio de la plataforma. Otro aspecto muy importante dentro de la gráfica es la rivalidad entre industrias, para analizar a la competencia fue necesario el uso de la herramienta benchmarking, en donde se encontró que, las variedades de productos ofrecidos por los competidores tienden a ser muy similares entre sí, y la razón principal en la que se basan los compradores es en un buen precio o la calidad del servicio prestado, generando así rivalidad, por lo que se puede concluir que el mayor foco de atracción de los cliente siempre va a estar en el lugar donde le proporcionen la prestación de un buen servicio, incluyendo buenos precios y calidad en lo que buscan.

9.2.2.6 DOFA

El análisis DOFA se realiza para tener un diagnóstico del ambiente que rodea el negocio, donde se tiene en cuenta los aspectos negativos que pueden afectar y los aspectos positivos que pueden beneficiar, los cuales pueden ser internos o externos. De esta forma se puede observar que el modelo de negocio en el que se está trabajando tiene ciertas falencias, pero es algo en lo que se puede trabajar y mejorar con el tiempo; hay algo muy importante frente a este modelo de negocio y es, que se tiene una gran ventaja frente a la competencia dedicada a negocios similares que no cuentan este tipo de plataformas digitales, este análisis DOFA también permitirá que se tomen decisiones con más seguridad debido a que se está conociendo el escenario con profundidad, y la posición respecto a los competidores.

TABLA 9 ANÁLISIS DE LOS ASPECTOS INTERNOS Y EXTERNOS DEL MODELO DE NEGOCIO ARMA TU PINTA

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • La plataforma digital solo podrá tener acceso personas que se encuentren en la ciudad de Cartagena • No se cuenta con un vehículo propio. • Grandes gastos de marketing y publicidad para darnos a conocer y captar clientes. • Proyecto nuevo en el mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cartagena es una ciudad turística por lo tanto muchas personas lo ven como un lugar atractivo para realizar eventos como bodas. • Realización de eventos importantes en la ciudad (festival de cine de Cartagena de indias, independencia de Cartagena y reinado nacional de la belleza. • Instituciones patrocinadoras de proyectos de emprendimiento aquí en Colombia
FORTALEZAS	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • La distribución de los vestidos y/o esmoquin será al menor tiempo posible. • Plataforma digital de fácil acceso, donde las personas podrán usarla como medio para subir sus prendas de vestir que quieran alquilar • Calidad en el servicio • La plataforma manejará precios flexibles en el alquiler de las prendas. • Servicio de asesoría al cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tiendas en físico de alquiler de vestidos de gala reconocidas en la ciudad de Cartagena. • Aplicaciones de alquiler de ropa de gala al nivel nacional. • Ingreso de nuevos competidores con una idea de negocio similar.

Fuente 19. Elaboración Propia

9.2.2.7 CAME

Luego de realizar la matriz DOFA la cual sirvió para el análisis de los aspectos del modelo de negocio, el siguiente paso es el análisis CAME, esta matriz ayudará a establecer las estrategias para implementar más adelante, la función principal de esta es corregir las debilidades, afrontar las amenazas, mantener las fortalezas y explotar las oportunidades.

TABLA 10 PLAN ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA ARMA TU PINTA A TRAVÉS DE LA HERRAMIENTA CAME

ESTRATEGIAS PARA CORREGIR LAS DEBILIDADES EN EL ANALISIS INTERNO DEL MODELO DE NEGOCIO ASPECTOS NEGATIVOS	ESTRATEGIAS PARA AFRONTAR LAS AMENAZAS EN EL ANALISIS EXTERNO DEL MODELO DE NEGOCIO ASPECTOS NEGATIVOS
<ul style="list-style-type: none"> • Uso de la plataforma solo en la ciudad de Cartagena: Para empezar, será así, luego de que el negocio se haya posicionado y sea reconocido en la ciudad de Cartagena, se tomará la iniciativa de introducirse en el mercado nacional. • No se cuenta con vehículo: se estaría empezando a realizar inversiones en equipos necesarios para la ejecución del negocio, pero sería para lo más importante, en este caso para las primeras ventas se contratará a una persona que ya cuente con su propio vehículo de transporte. • Gastos en publicidad: se hace necesario para la inauguración del negocio, para que las personas conozcan de que se trata y puedan acudir a este servicio, por lo tanto, la inversión en este punto será benefactoras. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tiendas en físico de alquiler de vestidos de gala reconocidas en la ciudad de Cartagena: este tipo de tienda siempre han existido, por esa razón se buscará que los clientes tengan más facilidad de adquirir una prenda de vestir y a un menor costo. • Aplicaciones de alquiler de ropa de gala al nivel nacional: En otras partes del país ya cuentan con este tipo de plataformas, en su defecto con redes sociales donde suelen promocionar sus productos, pero aun así contar con una en la misma ciudad (Cartagena) ayudará a que su pedido llegue en mucho menos tiempo en lo que demoraría un pedido al nivel nacional. • Ingreso de nuevos competidores con una idea de negocio similar: por ello el negocio estará capacitado para un brindar un excelente servicio y así lograr la fidelización de los clientes

ESTRATEGIAS PARA CORREGIR LAS DEBILIDADES INTERNAS ASPECTOS NEGATIVOS	ESTRATEGIAS PARA AFRONTAR LAS AMENAZAS EXTERNAS ASPECTOS NEGATIVOS
<ul style="list-style-type: none"> • La distribución de los vestidos y/o esmoquin será al menor tiempo posible: En el servicio del alquiler de prendas de vestir, se incluye el domicilio hasta donde se encuentre ubicado el cliente y es completamente gratis. • Plataforma digital de fácil acceso: cualquier persona puede realizar su pedido, ya que el manejo de la página web será sencillo y se le irá explicando paso a paso lo que debe hacer. • Calidad en el servicio: esto es lo más importante a mantener, ya que se da desde el principio de la prestación del servicio hasta la entrega de mismo. • La plataforma manejará precios flexibles en el alquiler de las prendas: las personas siempre buscan productos que se acomode a su bolsillo, y ARMA TU PINTA ha pensado en ello, ofreciendo prendas de excelente calidad a buen precio. • Servicio de asesoría al cliente: si tiene dudas a la hora de seleccionar diseño, color o talla, esto será resuelto por medio del chat con el que contará la plataforma; además en la plataforma podrán subir sus prendas para rentar y se les darán las instrucciones pertinentes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cartagena es una ciudad turística por lo tanto muchas personas lo ven como un lugar atractivo para realizar eventos como bodas: En este punto es necesario hacer vínculos y relaciones con las empresas que se dedican a la organización de eventos como lo son matrimonios, para que así nos recomienden y las personas que asistan a estos, realicen los alquileres de sus vestidos y esmoquin en esta tienda virtual. • Realización de eventos importantes en la ciudad (festival de cine de Cartagena de indias, independencia de Cartagena y reinado nacional de la belleza: estos eventos se realizan en diferentes fechas del año, por lo tanto, lo que se debe hacer es publicidad y promoción de nuestro servicio en toda la ciudad, en el tiempo que se realicen los eventos, así las personas locales y de otros lugares tengan en cuenta esta tienda virtual. • Instituciones patrocinadoras de proyectos de emprendimiento aquí en Colombia: Esta es una gran oportunidad para colocar en ejecución nuestro modelo de negocio.

Fuente 20. Elaboración Propia

Teniendo en cuenta los pasos anteriores, se definirán las estrategias finales con la información obtenida en la matriz DOFA y el análisis CAME, se reunirá en 4 grupos diferentes, la primera será en, estrategias defensivas los cuales son una combinación de las fortalezas y amenazas que buscarán proteger de posibles amenazas utilizando las fortalezas; la segunda será en estrategias ofensivas que son una combinación de las fortalezas y oportunidades que buscarán obtener el máximo beneficio de una oportunidad, mediante el uso de una Fortaleza, Luego seguirán las estrategias de orientación, que son la combinación de las debilidades y oportunidad que corregirán problemas, mediante el aprovechamiento de una oportunidad y por ultimo las estrategias de supervivencia, las cuales son las debilidades y amenazas, estas buscarán soportar los posibles efectos adversos de la mejor forma posible para minimizar daños.

TABLA 11 RESULTADOS DE LAS ESTRATEGIAS DEL NEGOCIO A TRAVÉS DE LA HERRAMIENTA CAME

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
OPORTUNIDADES	<p>Estrategias ofensivas (Fortalezas + oportunidad)</p> <p>Generar confianza en los clientes a través del uso responsable y privado de la información, para que utilicen la aplicación seguros y de esta forma lograr también reconocimiento en la ciudad de Cartagena, debido a la satisfacción de los primeros clientes que usen el servicio.</p> <p>Garantizar un servicio completo, esto hace referencia a un fácil acceso, se asesorará al cliente y se contará con servicio a domicilio, todo esto lo podrá encontrar en ARMA TU PINTA, lo que ayudará a las personas que llegan a Cartagena por eventos especiales y no tienen conocimiento de lugares físicos, ni de la ciudad.</p>	<p>Estrategias de reorientación (Debilidad +oportunidad)</p> <p>Realizar un excelente proyecto, para poder participar en las ferias de apoyo al emprendimiento nacional, así se logrará conseguir los recursos económicos necesarios para desarrollar el modelo de negocio planteado, o por medio de un préstamo bancario.</p> <p>Invertir en marketing y publicidad es el primer paso para dar a conocer la plataforma virtual ARMA TU PINTA, se deberá hacer al momento de lanzar la tienda al mercado y en las ocasiones que se realicen eventos en la ciudad para las personas que no tenga conocimiento de la existencia de este negocio, lo elijan para satisfacer sus necesidades.</p>

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
AMENAZAS	<p>Estrategias defensivas (fortalezas + amenazas)</p> <p>Asegurar que el servicio que se está prestando es satisfactorio para los clientes, para que no busquen tiendas físicas u otros negocios similares, se tendrá en cuenta las quejas, sugerencias y reclamos que deseen hacer, para así mejorar la calidad del servicio.</p> <p>Brindar un espacio diferente en el cual los clientes puedan subir sus prendas y obtener un beneficio, que en otras tiendas a nivel local no encontrarán.</p>	<p>Estrategias supervivencia (Debilidad + amenazas)</p> <p>Buscar alternativas para conseguir la inversión necesaria para el desarrollo del modelo de negocio, y así llegar al mercado con una idea diferente, donde se logre superar el servicio que presta las diferentes tiendas, que serían la posible competencia.</p> <p>Lograr un reconocimiento en la ciudad, que será de gran ayuda para la introducción en el mercado nacional, así las plataformas y aplicaciones similares no serán impedimento para el posicionamiento que se desea obtener.</p>

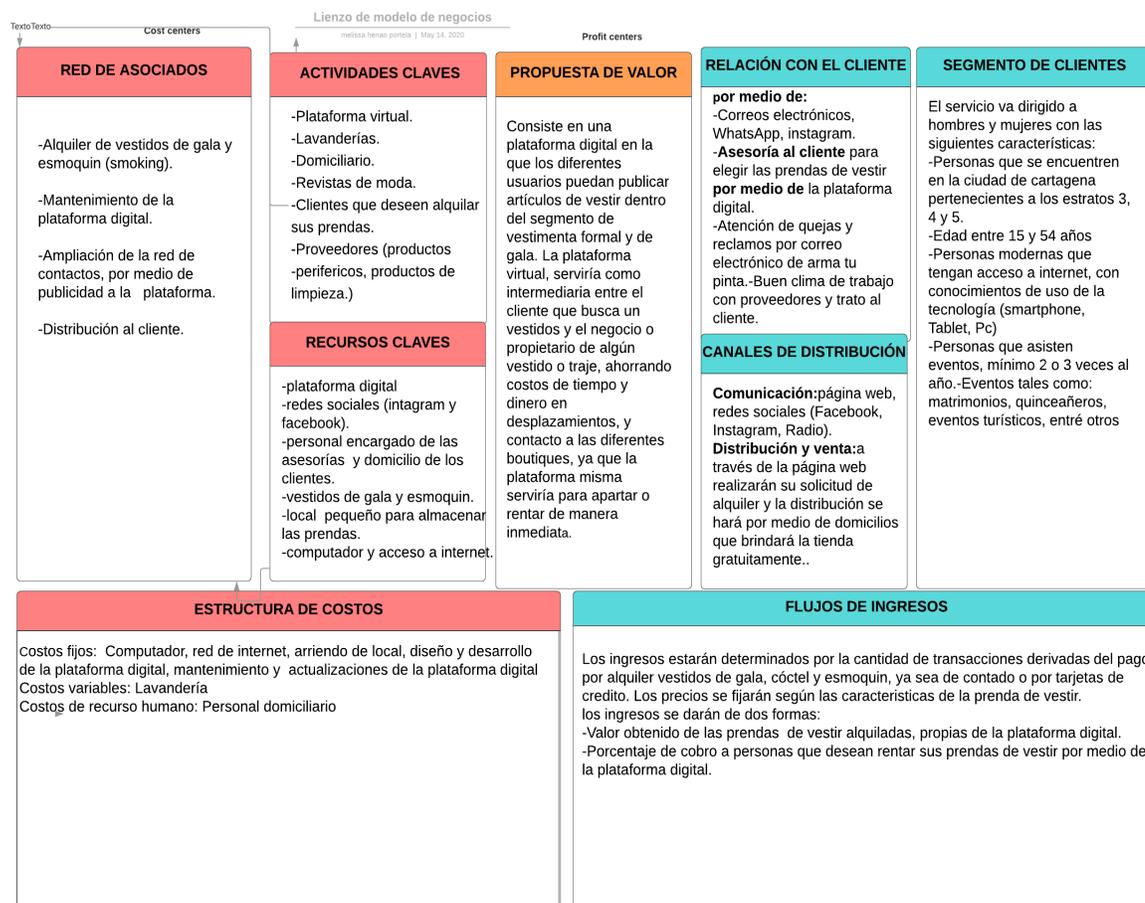
Fuente 21. Elaboración Propia

Para concluir, con la matriz DOFA o DAFO se logró identificar los aspectos que servirán de apoyo para el desarrollo de este modelo de negocio (ARMA TU PINTA), con la matriz de CAME se obtuvo estrategias más claras y concisas para el alcance de los objetivos propuestos al inicio de la actividad de la cuota de mercado, de igual forma, se logró identificar las estrategias con más prioridad. En el cuadro (CAME) se pudo observar que, ARMA TU PINTA es un modelo de negocio para el alquiler de prendas de vestidos de gala y esmoquin, el cual se espera desarrollar, con el fin de ofrecerlo al mercado cartagenero con una idea innovadora, teniendo en cuenta el abordaje de todos los aspectos presentados, se logró observar que el modelo de negocio posee debilidades y amenazas, que se deben tratar por medio de alternativas que con el tiempo se conviertan en factores positivos, así mismo, también cuenta con fortalezas y oportunidades que se deben aprovechar al máximo y que pueden servir para el desarrollo y cumplimiento de este proyecto.

9.2.3 ANÁLISIS DEL LIENZO CANVAS

Luego de haber analizado e identificado la competencia, clientes y proveedores, se utilizó la información obtenida para realizar un lienzo Canvas, y así conocer de forma clara la propuesta de valor, la infraestructura y finanzas con las que contará este modelo de negocio, a continuación, se mostrará de manera detallada los elementos claves con los que se realizó el lienzo.

TABLA 12 PROPUESTA DE VALOR DEL NEGOCIO ARMA TU PINTA A TRAVÉS DEL LIENZO CANVAS



Fuente 22. Elaboración Propia

9.2.4 ESTUDIO TÉCNICO

9.2.4.1 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

ARMA TU PINTA es una plataforma digital, a la cual podrá acceder cualquier persona que tenga acceso a una conexión a internet. Será una plataforma de fácil uso

que ofrecerá prendas formales en alquiler (vestidos de gala, vestido tipo cóctel, esmoquin y frac), además los mismos usuarios podrán tener la opción de subir sus prendas para alquilar si cumplen con unos requisitos mínimos establecidos (Ver tabla.), lo que hace a ARMA TU PINTA un servicio innovador, por permitir a los clientes tener una participación activa en ella. La zona de cobertura inicial será la ciudad de Cartagena de indias. Los vestidos y esmoquin que se van a ofertar en la plataforma digital serán de alta calidad, seleccionados con las últimas tendencias en la moda. Los vestidos de cóctel, los cuales se caracterizan por su corte a la altura de la rodilla o unos centímetros por encima o debajo de ella; vestidos de gala, los cuales se caracterizan por ser diseños largos, los colores que se manejarán en estos dos tipos de vestidos serán variados; El frac que es un traje formal, estará compuesto por un saco negro, pantalón negro, camisa de frac, un chaleco, un corbatín y abotonadura y por ultimo estarán los esmoquin que se caracterizan por llevar una chaqueta, las cuales suelen ser en colores oscuros, la camisa la cual será siempre de color blanco y lisa completamente, el cuello será de pajarita, llevará un chaleco, podrá ser de seda o del mismo tejido de la chaqueta y el pantalón, el cual será del mismo color de la chaqueta. Los Requisitos mínimos establecidos para subir las prendas a la plataforma serán:

TABLA 13 REQUISITOS PARA EL CLIENTE-PROVEEDOR QUE PUBLIQUE SUS PRENDAS DE VESTIR

Prendas de vestir	Requisitos
Vestidos de gala	Vestido sin rasgadura, el patrón deberá ser largo, tela de calidad, sin color desgastado. Tipo de tela: Organza cristal, chifón, el raso, seda, tafeta. Colores: podrán ser variados (Blanco, azul cielo, rojo, champagne), o los que estén en tendencia en el momento.
Vestidos de cóctel	En perfectas condiciones, sin remiendos ni desgastado en la tela y color. Deberán ser por debajo de la rodilla, o centímetros antes de ella. Tipo de tela: Lino, crepé, algodón y guipur Colores: Todo tipo de color, o tendencias del momento.
Prendas de vestir	Requisitos
Esmoquin	Trajes en buen estado, las prendas que componen el esmoquin deberán estar completas. (chaqueta, camisa manga larga, cuello de pajarita, y pantalón.)

	Tipo de tela: Seda o del mismo tejido del pantalón. Colores: Negro, blanco, azul, gris.
Frac	Traje en excelente estado, las prendas que componen el frac deberán estar completas. (saco, pantalón, camisa de frac, chaleco, corbatín, abotonadura.) Tipo de tela: piqué Colores: Negro.

Fuente 23. Elaboración Propia

Para que se logre el control de estos requisitos y el cliente reciba la prenda en perfectas condiciones, se contará con 4 modistas, que harán de peritos y serán aliadas estratégicas de la plataforma digital arma tu pinta, las cuales recibirán los vestidos en sus instalaciones para determinar si los vestidos o trajes de gala están en las condiciones requeridas para su alquiler.

TALLAS DE LAS PRENDAS

A continuación, se mostrarán las tallas que manejará la plataforma digital arma tu pinta, para las prendas a ofertar así:

TABLA 14 TALLAS DE PRENDAS SUPERIORES DE MUJERES Y HOMBRES

PRENDAS SUPERIORES PARA LOS VESTIDOS DE MUJER		
Talla	Contorno de pecho	Contorno de cintura
XS	83	67
S	87	71
M	93	77
L	99	83
XL	105	89
PRENDAS SUPERIORES PARA LOS TRAJES DE HOMBRE		
Talla	Contorno de pecho	Contorno de cintura
S	96	81
M	101	86

Talla	Contorno de pecho	Contorno de cintura
L	106	91
XL	111	96

Fuente 24. Elaboración Propia

TABLA 15 TALLAS DE PRENDAS DE VESTIR INFERIORES PARA HOMBRES

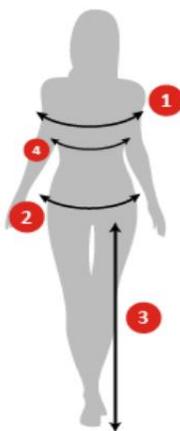
PRENDAS INFERIORES PARA HOMBRE			
Talla Numérica	Contorno cintura	Contorno cadera	Muslo
28/S	76	92	56
30/S	81	97	59
32/M	86	102	62
34/L	91	107	65
36/XL	96	112	68
38/XL	101	117	71

Fuente 25. Elaboración Propia

Cómo deberán tomarse las medidas (Mujeres)

Todas las medidas se toman directamente sobre el cuerpo

ILUSTRACIÓN 7. SILUETA DE MUJER PARA SABER LAS TALLAS

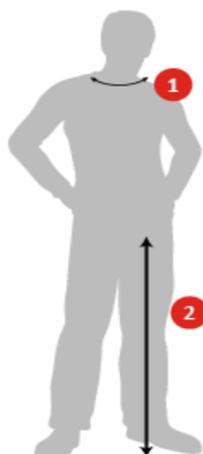


- **Número uno (1):** Toma las medidas del pecho, donde el busto sea mayor y en su caso también con el sujetador puesto.
- **Número dos (2):** La medida de la cadera se toma midiendo el contorno de tu cadera, ahí donde sea más ancha.

- **Número tres (3):** La pernera se mide desde la entrepierna hasta el suelo.
- **Número cuatro (4):** Sí vas a comprar sujetador también tiene que medir justo debajo del busto.

Cómo deberán tomarse las medidas (Hombres)

ILUSTRACIÓN 8. FIGURA DE MUESTRA DE TALLAS DE HOMBRE



- **Número uno (1):** Para obtener la medida del cuello, puede la persona podrá utilizar una camisa que le quede bien. Deberá medir luego desde la mitad del botón hasta el final del ojal.
- **Número dos (2):** La pernera deberá medirla desde la entrepierna hasta el suelo.

9.2.4.2 LOCALIZACIÓN

El país definido para la localización del proyecto es Colombia, con sede en la ciudad de Cartagena de Indias como resultado de la evaluación de los criterios realizada a 3 distintas opciones de ciudad, así:

TABLA 16 CALIFICACIÓN DE LAS CIUDADES MÁS REPRESENTATIVAS DEL PAÍS EN EVENTOS SOCIALES

Criterio	Peso	Cartagena		Barranquilla		Bogotá	
		Calf.	Resul.	Calf.	Resul.	Calf.	Resul.
Disponibilidad de Trajes Nuevos o usados	30%	4	1,2	5	1,5	5	1,5
Frecuencia de eventos de vestuario formal al año	40%	5	2	4	1,6	3	1,2

Nivel de uso de tecnologías digitales	30%	4	1,2	4	1,2	4	1,2
Total	100%		4,4		4,3		3,9

Fuente 26. Elaboración Propia

Escala de calificación: 1-5, Siendo 1 No cumple en nada, 5 Cumple completamente

El resultado de la evaluación realizada entre las 3 ciudades preseleccionadas, arrojó que Cartagena es la ciudad en la cual se ubicará el negocio.

Micro localización y Tamaño

Por medio de un análisis de alternativas en base 3 criterios preseleccionados, se evaluaron tres (3) barrios para la localización de la sede del negocio, arrojando a Nuevo bosque, como la mejor opción con una calificación de 4:

TABLA 17 CALIFICACIÓN DE BARRIOS PARA LA UBICACIÓN DE LA BODEGA O LOCAL ARMA TU PINTA EN LA CIUDAD DE CARTAGENA

Criterio	Peso	Nuevo Bosque		Los cuatro vientos		Los Alpes	
		Calf.	Resul.	Calf.	Resul.	Calf.	Resul.
Costos de locales	30%	4	1,2	3	0,9	4	1,2
Seguridad en el sector	30%	4	1,2	4	1,2	3	0,9
Lavanderías de ropa cerca del local	40%	4	1,6	2	0,8	4	1,6
Total	100%		4		2,9		3,7

Fuente 27. Elaboración Propia

Para la estimación de la capacidad instalada en el año uno (1), teniendo en cuenta que el análisis arroja un total de ochenta y nueve mil setecientos sesenta y cinco (89.765) servicios al año, lo que representa siete mil cuatrocientos ochenta (7.480) servicios mensuales, se definió que el mercado a atender sería del uno (1%), lo cual está más acorde a las proyecciones de inversión inicial, y los presupuestos de préstamo, y para los posibles alquileres mensual al año. Se estimarán dos (2) rotación de inventario al año, teniendo en cuenta que los trajes solo se podrán reutilizar hasta 10 veces (fuente), por ser el inicio del proyecto, se estima que el alquiler de vestidos de gala y cóctel, sería de uno (1) por semana y en el caso del esmoquin y frac sería

de uno (1) cada 15 días. Así pues, la capacidad instalada será de 729 servicios al año y el pronóstico para los meses será así:

TABLA 18 ESTIMACIÓN DE ALQUILERES MENSUALES DE LOS TRAJES DE GALA DE ARMA TU PINTA

Alquiler en Und. Año 1	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	No	Dic	Total
vestido de gala	4	8	16	20	30	50	40	30	20	20	40	60	338
esmoquin	2	4	8	10	15	20	20	10	10	10	20	20	149
vestido de cóctel	4	8	16	20	20	20	20	20	20	20	20	20	208
Alquiler frac	1	2	4	5	7	10	10	5	5	5	10	10	74
Intermediación	5	10	15	20	30	40	50	30	30	30	60	60	380

Fuente 28. Elaboración Propia

Los meses en los que se proyecta crecimiento en la demanda de prendas de vestir formales, están alineados a las festividades y actividades sociales anualmente programadas en la ciudad:

TABLA 19 MESES CON MAYOR PROYECCIÓN DE DEMANDA DE TRAJES DE GALA EN LA CIUDAD DE CARTAGENA

Pronóstico de meses con mayor demanda	Festividades
Marzo	Festival internacional de cine y televisión
Junio	Grados colegios calendario B y Universidades
Julio	Grados de las universidades
Agosto	Ixel moda (industria de las tendencias actuales y que vendrán de la moda)
Noviembre	Fiesta de la independencia y concurso nacional de belleza
Diciembre	Grados y matrimonios

Fuente 29. Elaboración Propia

Sin embargo, los meses con menor demanda de los expuestos anteriormente como lo son: enero, febrero, abril, mayo, septiembre y octubre, se realizan eventos y fiestas como matrimonios y quinceañeros.

En consecuencia, el espacio mínimo requerido para el negocio, es de 31,17mt², Teniendo en cuenta las siguientes consideraciones:

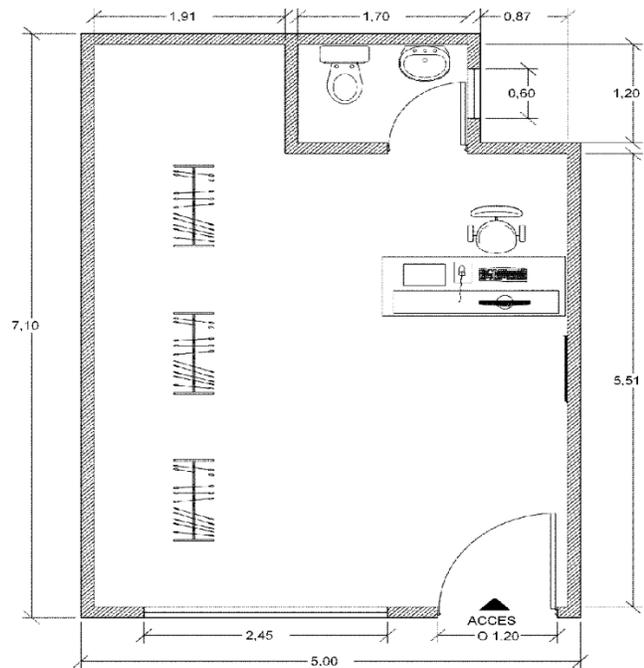
TABLA 20 ESPECIFICACIONES DEL ESPACIO PARA ALMACENAR LOS TRAJES DE GALA DE ARMA TU PINTA

Descripción	Espacio de almacenamiento en mts ²
1 puesto de Trabajo	4
Baño	2.04
Inventario	2.10
Movimientos	26.03
Total	35,67

Fuente 30. Elaboración Propia

Está es una representación del lugar donde se guardarán los vestidos formales, se realizó en el programa AutoCAD, está en escala 1:50; Papel tamaño carta.

TABLA 21 LAYOUT DEL ESPACIO PARA ALMACENAR LAS PRENDAS DE VESTIR DE ARMA TU PINTA

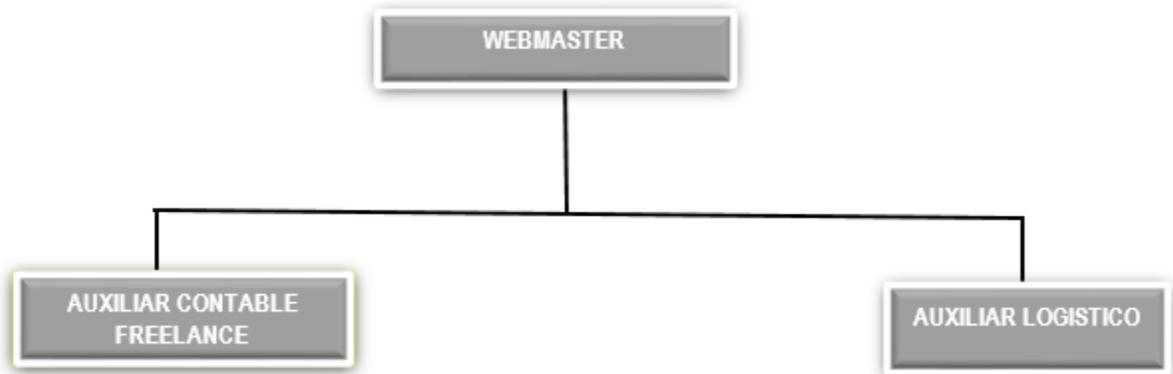


Fuente 31. Elaboración Propia

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

A continuación, por medio de un organigrama se mostrará de cómo quedará la estructura jerárquica del modelo de negocio arma tu pinta, la cual no será muy extensa, debido a que el modelo apenas se está creando, por lo tanto, se considera que no se necesitará de mucho personal, una vez se materialice el proyecto y se le dé apertura, el frente de trabajo quedará constituido de la siguiente forma.

ILUSTRACIÓN 9. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL MODELO DE NEGOCIO ARMA TU PINTA



Fuente 32. Elaboración Propia

Una vez detallado el organigrama, se puede concluir que el frente de negocio estará a cargo de un web master, con las siguientes funciones: administrar la plataforma digital, interacción con los clientes que estén interesados en las prendas de vestir, será el encargado de resolver las dudas por medio del chat que tendrá incluido la página web ARMA TU PINTA, además de eso, se tendrá en cuenta que la persona asignada para este cargo, deberá estar capacitada para la actualización del diseño de la plataforma y también deberá mantener la seguridad de la misma, El equipo de trabajo también contará con el apoyo de un auxiliar contable freelance, el cual estará a cargo de las entradas y salidas del negocio, las nóminas, impuestos, también estará encargado de llevar un pronóstico financiero y de la creación de estrategias a largo plazo que contribuyan a el crecimiento del negocio; y por último, para cerrar el equipo de trabajo, se contará con el apoyo de un auxiliar logístico, el cual estará a cargo de los domicilios requeridos por los clientes, así como también de la compra de pequeños insumos que se requieran para el negocio (papelería, productos de limpieza), y mantendrá la limpieza del local donde estarán almacenados los trajes de gala. Las personas asignadas para estos cargos, deberán tener en cuenta que por ser este un negocio virtual, no contarán con una oficina física, sino que optarán por la modalidad de teletrabajo, y, por lo tanto, deberán cumplir con unos requisitos que ayuden al desarrollo de sus actividades sin ningún inconveniente, uno de ellos es, que el trabajador deberá contar con internet banda ancha en su casa.

ROLES Y RESPONSABILIDADES

A continuación, se mostrará una tabla en la que se mencionarán los perfiles profesionales de los cargos escogidos para el modelo de negocio ARMA TU PINTA, se tomaron de referencia las funciones con mayor importancia, debido a que estas varían respecto a cada cargo y son muchas, la fuente principal para tomar información sobre los perfiles mencionados en la tabla, fue extraída de la bolsa de empleo CompuTrabajo y están dados de la siguiente manera:

Tabla 22 Perfil profesional de los cargos del negocio ARMA TU PINTA

WEBMASTER	AUXILIAR CONTABLE FREELANCE.	AUXILIAR LOGÍSTICO
Crear, editar, diseñar y organizar el contenido multimedia, incluyendo la edición de textos, el diseño gráfico y otros recursos relacionados.	Liquidar, preparar y presentar impuestos (IVA, Retención en la fuente, Renta, ICA, Activos en el exterior, Información exógena).	Recepción de mercancía.
Combinar su trabajo diario de las páginas existentes con el desarrollo de nuevos sitios.	Revisión de movimientos contables.	Preparación de mercancía.
Participar en la planificación del crecimiento futuro y estrategias de los sitios web.	Manejo de software contables y herramientas ofimáticas (Excel).	Despacho de mercancía.
Liderar la administración dinámica y óptima el estilo, calidad y actualización de los sitios.	Conocimiento en manejo de activos fijos.	Verificación de inventario.

Fuente 33. Elaboración Propia

ASPECTOS LEGALES

Los requerimientos legales para el funcionamiento de las páginas web que sus actividades sea de financiero en Colombia requieren según la ley de 633 de 2000 en el artículo 91, habla sobre los requisitos legales que las páginas y sitios web que operan en Colombia requieren de inscribirse en el registro mercantil e informar de las transiciones económicas a la identidad DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales). (Secretaría Jurídica Distrital de la Alcaldía Mayor de Bogotá D.C; 2000)

Al completar con los requisitos establecidos por la ley de comercio, se tener los siguientes beneficios que ofrece el registro mercantil que son “Acreditar y hacer pública su calidad de comerciante, hacer visible su negocio frente a potenciales clientes porque la información consignada en el registro es pública y frecuentemente consultada por empresas que buscan proveedores, brindar estructura legal que soporta jurídicamente sus negocios, Acceder sin costo a algunos de los servicios de fortalecimiento empresarial ofrecidos por la Cámara.” (Cámara de Comercio de Cartagena, sf)

La página Arma tu pinta asegura el uso de información de los datos personales de los usuarios, siguiendo las normas y leyes que están reflejadas en la ley 1377 de 2013 y la ley 1581 de 2012 que habla sobre la protección de datos personales el cual se debe manejar de forma responsable y segura. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2013)

PRESUPUESTO

Luego de definir la propuesta y sobre cómo sería la infraestructura del proyecto, se procederá a determinar el costo de los equipos y herramientas que se deberán tener para el proyecto, los cuales son:

INVERSIÓN FIJA

Computador, Internet, aire, mesa, sillas, exhibidor de ropa, dispensador de agua, ganchos de ropa, fundas para traje y una cámara. A continuación, se mostrará la cantidad, costo unitario, costo total y vida útil de esta inversión:

TABLA 23 COSTOS DE INVERSIÓN DE EQUIPOS Y HERRAMIENTAS DE ARMA TU PINTA

INVERSIÓN FIJA				
EQUIPOS/HERRAMIENTA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL
Exhibidor de ropa	3	\$48.000	\$144.000	10 años
Ganchos de ropa	60	\$1.983	\$11.900	10 años
Fundas para traje	40	\$12.000	\$400.000	5 años
Computadores	2	\$4.000.000	\$8.000.000	10 años

EQUIPOS/HE-RRAMIENTA	CANTIDAD	COSTO UNI-TARIO	COSTO TO-TAL	VIDA UTIL
TOTAL			\$8.555.900	

Fuente 34. Elaboración Propia

INTANGIBLES Y CAPITAL HUMANO

TABLA 24 COSTOS DE INVERSIÓN EN CAPACITACIONES AL RECURSO HUMANO DE ARMA TU PINTA

INVERSIÓN DE CAPACITACIONES Y CONSULTORÍA			
EQUIPO	CANTIDAD DE PERSONAL	COSTO UNITA-RIO	COSTO TOTAL
Capacitación HSE	3	\$525.000	\$1.575.000
Total			\$1.575.000

Fuente 35. Elaboración Propia

- **Capital de trabajo**
Insumo
 - **Costos Variables**
Servicio público, Mantenimiento a equipos y actualización de la plataforma, procesamiento transaccional
 - **Costos fijos**
Alquiler del local
 - **Costos operativos**
Nomina
 - **Gastos financieros**
Financiación compra de tecnología, financiación compra de insumos para servicio inicial e impuestos.
-
- **Capital de trabajo**
Insumos

TABLA 25 COSTOS DE INVERSIÓN EN INSUMOS DE PAPELERÍA Y ASEO

Insumo	Unidad de media	Cantidad/mes	Costos unitarios	Costo total por mes
Trapero	Und.	1	\$6.312	\$6.312
Escoba	Und.	1	\$8.360	\$8.360
Pala	Und.	1	\$8.090	\$8.090
Talonario	Und.	2	\$5.000	\$10.000
Sello	Und.	0,17	\$30.000	\$30.000
Limpión	Und.	3	\$15.000	\$15.000
Ambientador	ml	1	\$20.000	\$20.000
Jabón líquido anti-bacterial	Lt	1	\$10.000	\$10.000
Total				\$107.762

Fuente 36. Elaboración Propia

- **Costos variables**
Servicios públicos, mantenimiento a equipos, otros

TABLA 26 COSTOS DE SERVICIOS PÚBLICOS Y MANTENIMIENTO DE EQUIPOS DE ARMA TU PINTA

Servicio de agua	\$60.000
Servicio de luz	\$100.000
Computadores	\$200.000
Arriendo	\$600.000
Publicidad	\$1.500.000
Total	\$2.460.000

Fuente 37. Elaboración Propia

- **Costos operativos**
Nomina

TABLA 27 NÓMINA DEL RECURSO HUMANO DE ARMA TU PINTA

CARGO	SALARIO	# DE PERSONA	TOTAL, SALARIO POR CARGO	SALARIO MÁS PRESTACIONES
Auxiliar logístico	\$1.079.984	1	\$1.079.986	\$924.983 + 51%
Webmaster	\$1.202.181	1	\$1.202.181	\$1.047.180 + \$51%
Domiciliario	\$1.182.838	1	\$1.182.838	\$1.027.837+ \$51%
Total		3	\$3.465.005	\$5.405.408

Fuente 38. Elaboración Propia

- **Gastos financieros**
Financiación compra de tecnología, financiación compra de materia prima para servicio inicial e impuestos

TABLA 28 TIPO DE INVERSIÓN PARA LA PUESTA EN MARCHA DEL PROYECTO

TIPO DE INVERSIÓN	COSTO FINANCIERO (T. DE INTERÉS)	INVERSIÓN
Préstamo Bancolombia	\$22.000.000 – 17,46% Int. Anual	\$22.000.000
Aporte de los socios	\$12.000.000	\$12.000.000
Total		\$34.000.000

Fuente 39. Elaboración Propia

- **Inversión inicial en vestidos y trajes**

TABLA 29 INVERSIÓN INICIAL DE TRAJES DE GALA DE ARMA TU PINTA

PRENDAS DE VESTIR	CANTIDAD DE UNIDADES	PRECIO UNITARIO	INVERSIÓN
Esmoquin	10	\$350.000	\$3.500.000
Frac	5	\$300.000	\$1.500.000

PRENDAS DE VESTIR	CANTIDAD DE UNIDADES	PRECIO UNITARIO	INVERSIÓN
Vestido de gala	20	\$400.000	\$8.000.000
Vestido de cóctel	10	\$250.000	\$2.500.000
Total	45		\$15.500.000

Fuente 40. Elaboración Propia

Se realizó un cálculo para saber el promedio del valor de alquiler de las prendas entre los dos precios que se manejarán en la plataforma para cada vestido o traje, y el costo de lavandería así:

TABLA 30 CÁLCULO BASADO EN LOS COSTOS Y VIDA ÚTIL DE LOS TRAJES DE GALA.

DESCRIPCIÓN	U. MEDIDA	COSTO VESTIDO GALA	COSTO ESMOQUIN	COSTO V.T. CÓCTEL	COSTO FRAC	COSTO LAVADO	COSTO UNI. MATERIA PRIMA. E INSUMOS
vestido de gala	Alquiler	\$ 40.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 35.000	\$ 75.000
Esmoquin	Alquiler	\$ 0	\$ 35.000	\$ 0	\$ 0	\$ 35.000	\$ 70.000
Vestido de cóctel	Alquiler	\$ 0	\$ 0	\$ 25.000	\$ 0	\$ 35.000	\$ 60.000
Frac	Alquiler	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 30.000	\$ 35.000	\$ 65.000

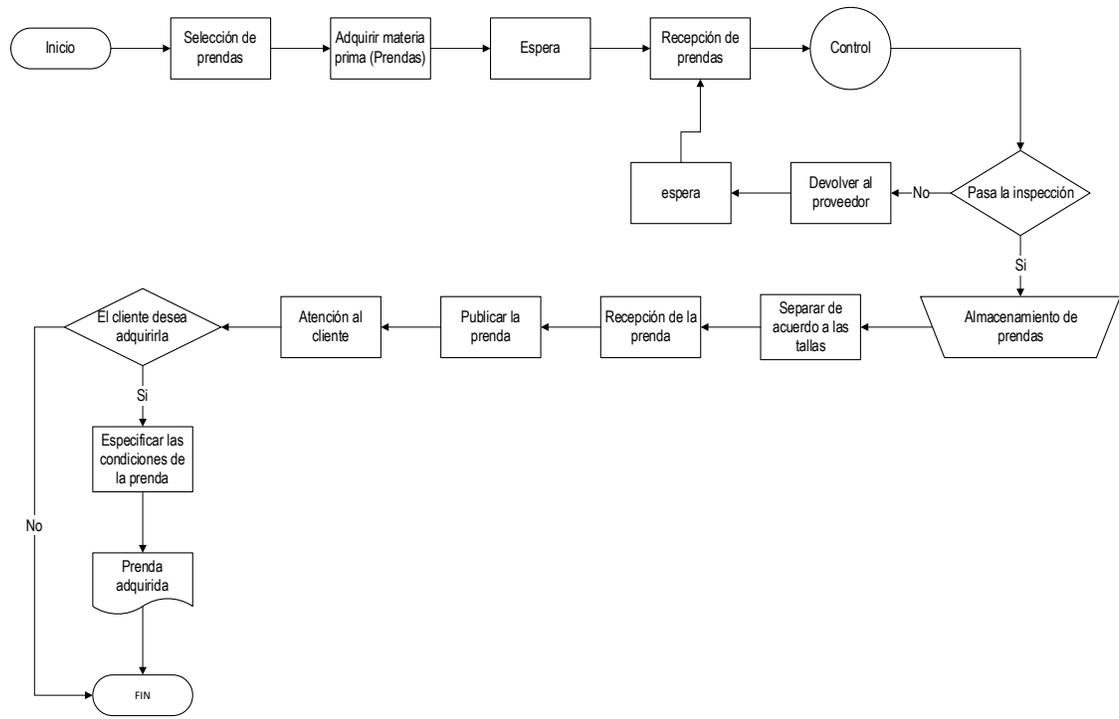
Fuente 41. Elaboración Propia

Procesos

- **Proceso de selección de las prendas de vestir formales para la página web ARMA TU PINTA**

Según lo planteado en el punto anterior, en la plataforma virtual se debe tomar con mucha importancia y cautela el hecho de que sus clientes deseen postular sus prendas para ser alquiladas y así no perder el valor agregado que se desea transmitir, por esta razón se hizo necesario el diseño de un diagrama de flujo de la materia prima que en este caso son los vestidos de gala, coctel, esmoquin y FRAC, con el fin de definir el paso a paso desde el inicio en el que se seleccionan las prendas, lo que se debe hacer durante el proceso en caso de que la misma cumpla o no con los criterios, para ello se contará con una alianza de una modista que hará las veces de perito, la cual determinará si la prenda es apta para su alquiler, de ser así se comunicará con el equipo de ARMA TU PINTA para pasar el reporte de la prenda que examinó. por ejemplo, en el momento de la recepción de la prenda, se procede a almacenarla, en caso de que pase la inspección, de lo contrario será devuelta y al final cuando ya se procede a publicarla y se especifican todos los términos y condiciones que se encuentran consignados en la plataforma virtual el cliente decidirá si alquilarla o no.

ILUSTRACIÓN 10. FLUJOGRAMA DE LA DESCRIPCIÓN OPERATIVA DE LA PLATAFORMA DIGITAL ARMA TU PINTA



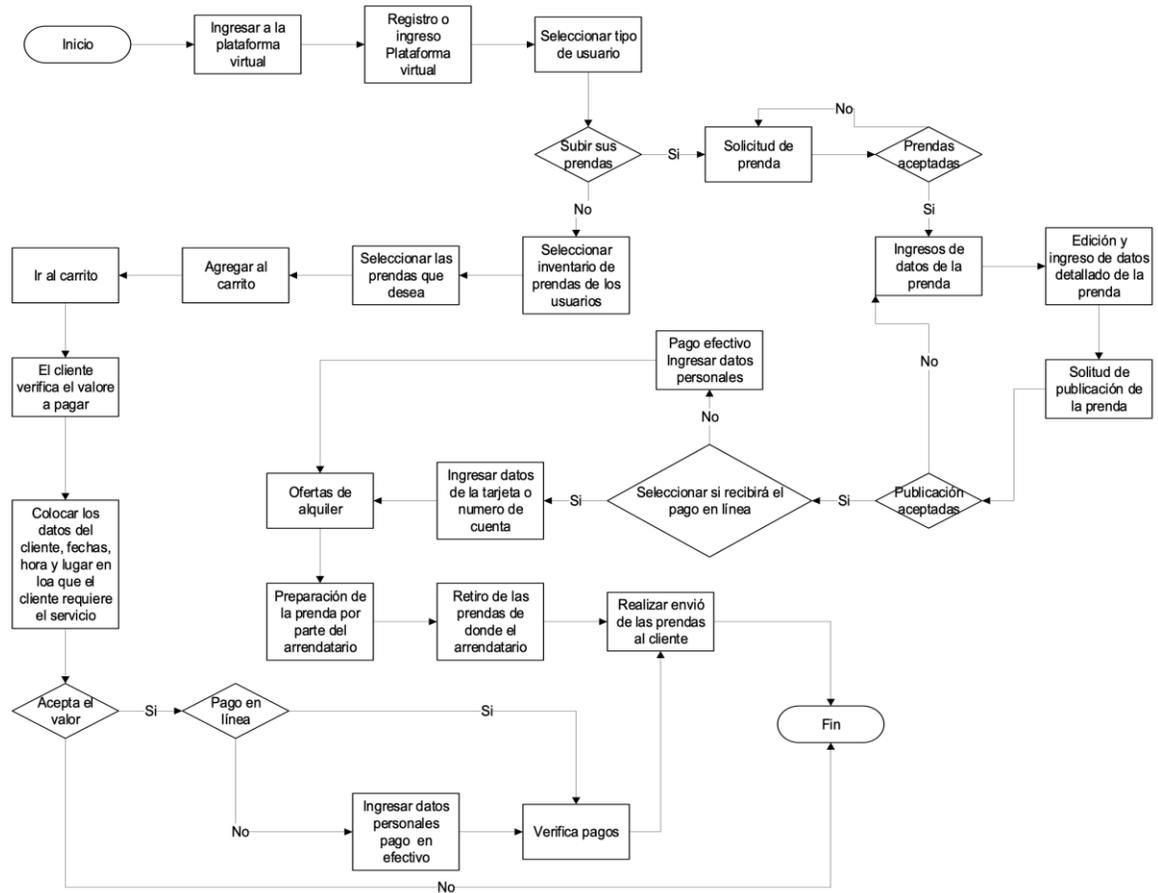
Fuente 42. Elaboración Propia

- **Proceso de inscripción y petición de los usuarios en la plataforma digital arma tu pinta**

Una vez las prendas hayan sido inspeccionadas y se cumplan con las condiciones de inspección. Se deberán registrar para obtener un inventario de las prendas que se tengan, se almacenarán en las fundas respectivas que las mantienen en las mejores condiciones y aseguran su cuidado. Dentro de las operaciones del negocio se encuentra la actualización y mantenimiento de página web. La actualización se realizará cada vez que ingresen prendas nuevas, también se anunciará a los usuarios sobre las novedades de la página. Se implementará un control de los estados de las prendas para llevar un manejo de los pedidos y las inconformidades de los clientes. Al entrar a la página web el cliente podrá registrarse para obtener más beneficios ofrecidos por la plataforma o solo ir directamente a ver los catálogos de las prendas, además puede ver el estado en que se encuentran (reservado, disponible o lavandería), el cliente selecciona la prenda que desee y que se encuentre disponible en ese momento, también puede seleccionar las especificaciones como la talla y/o arreglos adicionales la agrega al carrito de compra, el cual está ubicado en la parte superior derecha de la página, al momento de pagar por el servicio el cliente debe verificar el valor total del pago y llenar un formulario de pedido donde va a colocar

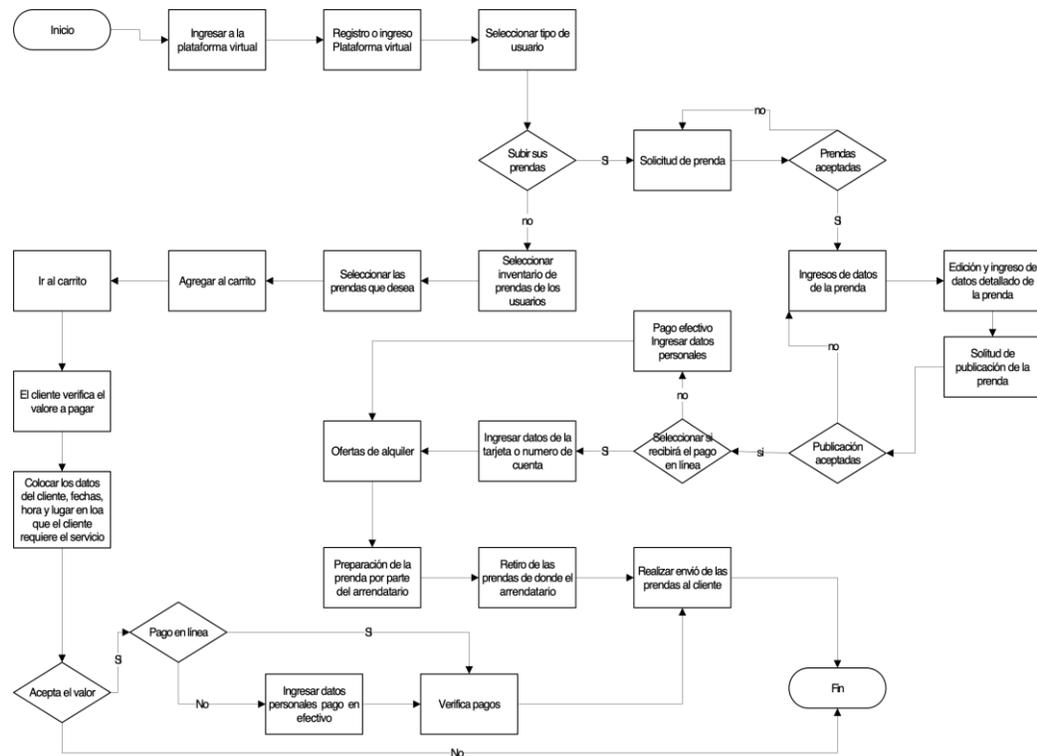
nombre completo, dirección del domicilio donde se entregará el servicio, hora disponible del cliente entre ocho (8:00) am a cuatro (4:00) pm, nombre de la persona que recibirá el servicio (en caso que la persona que realizo el pedido no pueda recibirlo, podrá dejar una persona que tome su lugar). En cuando el cliente realice el pago del servicio la persona encargada buscará y preparará la prenda para él envío.

ILUSTRACIÓN 11. FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE INSCRIPCIÓN Y PETICIÓN DE USUARIOS DE ARMA TU PINTA



Fuente 43. Elaboración Propia

ILUSTRACIÓN 12. FLUJOGRAMA PROCESO DE INSCRIPCIÓN Y PETICIÓN DE LOS USUARIOS EN LA PLATAFORMA DIGITAL ARMA TU PINTA



Fuente 44. Elaboración Propia

9.3 CAPITULO TRES

9.3.1 PROCESO DE ADQUISICIÓN DE LA PLATAFORMA Y CREACIÓN DE LA PÁGINA WEB

Para la creación de la página web en donde se exhibirán los productos relacionados con el modelo de negocio Arma tu pinta, se tuvieron en cuenta las características que se tiene en sus fundamentos o estatutos, y de este modo así crear un portal web que funcione como vitrina para los usuarios. Ejemplo, uno de los servicios principales que ofrece Arma tu pinta a sus clientes, además de la gran variedad de productos, es el de poder hacer promoción y muestreo de las prendas que las personas tengan en su dominio o sean de su propiedad, para así enriquecer el catálogo base de los productos ofertados desde la plataforma virtual, siempre y cuando cumplan con los criterios de calidad que exige la marca, y generar ganancia tanto para los usuarios como para el negocio. Partiendo de esto no solo es crear una plataforma virtual donde se pueda alquilar un producto, sino también el hecho de poder

fomentar un canal de contacto directo y eficaz con los usuarios que deseen aplicar al servicio para también exhibir en el catálogo sus artículos.

Luego de tener en claro las inclinaciones y características planteadas para la página web, se procedió a realizar el estudio o valoración económica sobre las funciones y bases de la plataforma con relación al costo que esta tendría para poder oficializarla; seguidamente la normativa jurídica que posee Arma tu pinta, para dar cabida al dominio legal de la empresa en conjunto a la plataforma virtual. Por lo que se realizaron los siguientes pasos:

- Determinación de la plataforma virtual más cercana a los fundamentos y características de Arma tu pinta por medio de una plantilla establecida por el sitio “Wix”.
- Comparación de los costos de inscripción y de mantenimiento anual (valor en dólares) ante la tenencia del dominio propio.
- Selección de plan de pago (plan base, plan corporativo, plan Premium), y de inscripción del dominio propio de la marca Arma tu pinta.
- Obtención verificada del dominio propio de la marca Arma tu pinta y validación como una marca reconocida por la plataforma web mediante la asociación de cuentas de correo (y otras afines), información general de la marca, del personal responsable y demás datos jurídicos que solicita el servidor. Si ya existe un dominio en la web con relación a su marca, este puede ser conectado automáticamente siguiendo los pasos registrados por el portal web.

Para completar los pasos anteriores, es necesario tener en claro la estructura jurídica o legal, y el funcionamiento de la marca al momento de obtener el dominio propio, acreditarlo y mantener total control sobre este. Para este caso Arma tu Pinta es un modelo de negocio que se ciñe a los estatutos y fundamentos de una Asociación reconocida ante la Cámara de Comercio para poder establecer un orden interno mediante un documento de identidad legal que facilite la obtención del dominio propio como la creación de una empresa constituida. Posterior a toda la validación de la información planteada anteriormente, se da inicio al proceso creativo de la plataforma virtual, es decir, la creación del enlace entre los usuarios y el negocio. En este paso intervienen o colaboran los profesionales en sistemas o diseño gráfico para la creación del arte e imagen de la marca, tales como logotipo, paleta de colores, tipografías, fuentes, entre otras. De la mano con el punto anterior, se da la creación del catálogo con los productos principales, en donde se sistematiza una secuencia de artículos que va dividida y clasificada de la siguiente forma: productos para mujer (vestidos de gala y vestidos de cóctel), productos para hombre (smoking y frac)

Luego de haber montado el total de los productos en la página web, se procede a establecer el método y las formas de pago. Por sugerencia de la plataforma, predefinidamente viene la opción de pago virtual, en donde es decisión de la marca, el portal o servidor para tramitar dicho pago, a lo que refiere, definir libremente un operador para el pago. En esta ocasión, se optará por Mercado Pago Colombia como portal en línea para tramitar el pago, debido a que se ajusta a las necesidades del negocio, puesto que ofrece los siguientes medios o servicios:

TABLA 31 CLASIFICACIÓN DE LAS FORMAS DE PAGO DEL SERVICIO

Tarjeta de crédito	Pago en efectivo	Transferencia Bancaria
- Visa	- Vía baloto	- PSE
- Master Card	- Efecty	- Bancolombia
- Diners Club	- Corresponsal 475	
- Codensa	- Davivienda	
- American Express	- Ser	

Fuente 45. Elaboración Propia

No obstante, adicionalmente a los medios anteriormente citados, para brindar mayor comodidad a los usuarios, se opta por implementar el pago contra entrega, fijado bajo términos y condiciones que se esclarecen en la barra de información de cada artículo del catálogo y al inicio de la plataforma virtual, al igual que las políticas y formas de envío, el cual no tiene valor adicional al precio estipulado a cada una de las prendas. Siendo así, el cliente es libre de definir que método de pago empleará de acuerdo a su conveniencia. En la etapa final de la creación de la plataforma virtual, se centran las siguientes etapas o ítems dentro de la plataforma:

- Barra de información al público: La información interna de la marca que será expuesta en la plataforma virtual, como lo son: La presentación, datos básicos de ubicación, horarios de atención, números de contacto, correo electrónico y otros canales de comunicación o redes sociales alternas.
- Chat o rótulo de comunicación inmediata: Espacio o sistema para que el usuario pueda contactar o enviar desde la misma plataforma virtual a los funcionarios de la marca, en donde se pide además información sobre el mismo para que la marca pueda contactarle si este lo autoriza. En este mismo punto se habilitó el espacio para que los usuarios que deseen exhibir sus productos puedan establecer un vínculo más íntimo con ARMA TU PINTA para poder ofrecer en el catálogo del negocio los artículos que este decida.

- Posibilidades del cliente: Habilitar un foro de moda para que los usuarios compartan detalles y comentarios de sus experiencias al usar los servicios y productos de la plataforma. Al igual que un espacio para que los clientes se registren mediante un usuario/correo y puedan ser vinculados a la sección de “miembros” y de este modo facilitar el proceso de compra si este recurre muy a menudo a los servicios y productos de Arma tu pinta.

9.3.2 PROCESOS QUE TENDRÁ LA PLATAFORMA DIGITAL ARMA TU PINTA PARA SU FUNCIONAMIENTO

9.3.2.1 OPERACIONES

Una vez las prendas que los clientes desean subir a la plataforma hayan sido inspeccionadas, se clasificarán en: vestidos de gala y trajes. Después de esto, se realizará un inventario de las prendas que se tengan, se almacenarán en la bodega u local y se dejarán en las mejores condiciones para asegurar el cuidado de las mismas.

Además de esto, se debe mantener y actualizar la plataforma virtual diariamente con el contenido digital a mostrar para que los clientes que desean alquilar se encuentren informados sobre la disponibilidad de las prendas. Adicionalmente se debe tener un control del estado de las mismas para llevar un buen manejo de los pedidos e inconformidades de los clientes. Así mismo, cada vez que se desee alquilar una de las prendas, se debe informar en la plataforma el estado en el que se encuentra (disponible o lavandería).

9.3.2.2 LOGÍSTICA

Este es un aspecto fundamental para el manejo del negocio con los clientes, debido a que se debe satisfacer las necesidades de los mismos, las prendas deben estar en el lugar y tiempo indicado, este proceso incluye el transporte y el pago por parte de los clientes. Comenzando por la distribución que se hará por parte de un domiciliario quien también se encargará de la devolución de la prenda en caso de que el cliente no esté satisfecho y también de la recogida del producto una vez terminado el alquiler. Después de recibida, se procede a verificar el estado de la prenda, posteriormente se envía a la lavandería y se almacena nuevamente. Durante todo el proceso el equipo estará pendiente para atender todas las inquietudes de los clientes a través de la plataforma virtual.

9.3.2.3 MERCADEO Y VENTAS

Este proceso es fundamental para el negocio porque el manejo que se le dé a la publicidad es lo que determinará el crecimiento del mismo, al igual que la satisfacción de los clientes, quienes son los que van a recomendar la marca dependiendo de su experiencia. Refiriéndose a las ventas, estas se harán únicamente por medio

de la plataforma virtual y el pago se realizará en efectivo en el momento en que se realiza la entrega al cliente, se estudiará la posibilidad cuando el negocio entre en marcha para recibir pagos a través de PSE o por transferencia. De la misma manera, el negocio también se enfocará en impulsar la marca a través de redes sociales y por supuesto en la plataforma virtual, el cual será el principal medio para tener contacto con los clientes.

9.3.2.4 SERVICIO AL CLIENTE:

El negocio contará con esta área en la plataforma virtual en la cual el cliente se podrá comunicar para resolver dudas e inquietudes por medio de dos apartados: Uno al final de la página en una opción que dice “Contáctanos” donde el cliente dejará sus datos junto con su escrito y otra en tiempo real, que dice “¡Vamos a chatear!” En la cual podrá recibir respuestas de manera inmediata teniendo en cuenta el horario de atención de lunes a viernes de 9:00 de la mañana a 7:00 de la noche y sábados de 10:00 de la mañana a 4:00 de la tarde.

Infraestructura: Se debe adecuar el lugar para el almacenamiento de las prendas y adquirir los servicios públicos de energía, agua y conexión banda ancha.

Personal: El centro de operaciones contará con la presencia de un web master, un aux. contable freelance y un aux. logístico que será la persona encargada de hacer los domicilios.

Tecnología: Para el uso de la plataforma virtual es necesario un computador con conexión banda ancha.

Necesidades y requerimientos: la idea de este modelo de negocio no consiste en generar una competencia directa con las tiendas de alquiler de trajes y vestidos que existen en la ciudad, si no innovar y dar un valor agregado a la manera en la que se realizan este tipo de negocios, debido a que la tecnología es una de las herramientas que más hacen parte del uso diario en todo el mundo, lo cual será atractivo para los clientes porque todo lo harán a través de una plataforma virtual sin tener que desplazarse hacia una tienda física. Por esta razón, el activo principal de la empresa serán las prendas ofertadas y la plataforma virtual.

9.3.3 PROCESO DEL SERVICIO PÁGINA WEB CON CLIENTES DE LA PLATAFORMA

Al entrar a la página web el cliente tendrá que registrarse e ingresar, luego se debe dirigir a la pestaña de catálogos donde se encuentran las prendas que son propias de la página o ingresar a la pestaña de “prendas de usuarios”, la cual muestra las prendas que los usuarios registrados y certificados por la página suben sus vestidos

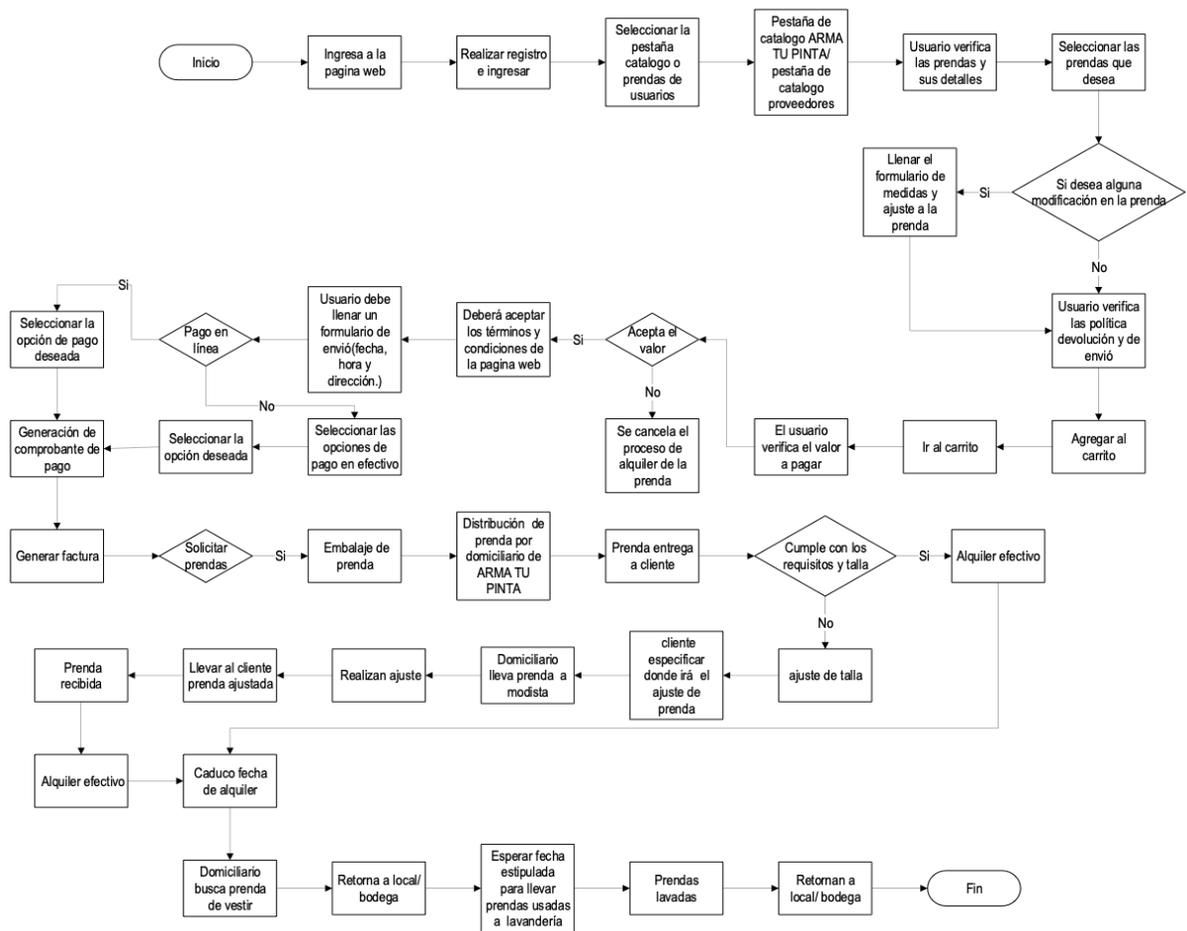
de galas, vestidos de coctel, esmoquin o frac de su propiedad, al ingresar a la pestaña el usuarios puede ver las prendas junto al precio, además puede ver el estado en que se encuentran (reservado, disponible o lavandería), y al entrar a la prenda podrá ver las especificaciones y verificar la talla, información del producto, política de devolución y de envió, también puede llenar un formulario de ajuste de la prenda, la página maneja indicaciones que ayudan a los usuarios a conocer sus medidas, igualmente encontrará el botón de agregar al carrito si el usuario lo desea y quiere alquilar la prenda, para que la compra del servicio se realice, el usuario deberá ir al botón que se encuentra en la parte superior derecha de la página, cuando el usuario se encuentre en la pestaña de carrito encontrará varias funciones como agregar código promocional que la pagina mandara vía correo a los usuarios más fieles y más concurrentes, el usuario tendrá la función de quitar prendas del carrito si lo desea, el usuario verifica el valor a pagar, podrá decir si cancela el alquiler o acepta el pago total y continúa con la compra del servicio, también tendrá que llenar un formulario el cual contiene: nombre completo, dirección de la residencia, número de teléfono y fecha en que se realizará la entrega (la fecha debe ser entre dos a cinco días después hacer el pedido), en cuanto el formulario este esté completo, el usuario seleccionará el método de pago sea efectivo, pago con tarjeta de crédito o transferencia bancaria.

El pago con tarjeta de crédito tienes varias opciones que el usuario puede seleccionar en esta se encuentra Visa, Master Card, Diners Clud, Codensa y American Express, el usuario debe llenar un formulario de información de la dirección de la facturación que pide nombre, apellido, país y correo, luego segunda parte detalles de la tarjeta que pide número de la tarjeta fecha de caducidad y el código de seguridad. El pago en efectivo el usuario puede elegir entre varias opciones como Vía Baloto, Efecty, corresponsal 472, Davivienda, Ser y Bancolombia el usuario o usuario deberá llenar un formulario correo electrónico, nombre, apellido, número de identificación, luego se generará una factura la cual debe pagar en un punto de las opciones antes mencionas. El pago por transferencia el usuario selecciona la opción de transferencia y se generará un volante que muestra el número de cuenta del negocio ARMA TU PUNTA sea PSE o Bancolombia.

Luego que se genere el comprobante de pago y al usuario se le genera la factura, el encargado de la página solicitará la prenda a él domiciliario, que se encarga de hacer el embalaje de la prenda, luego que el en cargado de la página verifique el pago y el pedido, deberá notificar por medio del sitio web al domiciliario de la prenda que se solicita y si es necesario que se lleve a donde la modista para realizar los ajustes establecidos por el usuario, el domiciliario deberá llevar la prenda al usuario y verificar que la prenda cumplas con las especificaciones del usuario, si la prenda no requiere ajuste el alquiler será afectivo, en caso de que la prenda requiera ajustar la talla, el usuario le informará al domiciliario que especificaciones requiere para hacer los ajuste a la prenda, la prenda se le entregara a la modista que se encargará de hacer los ajuste establecidos por el usuario, la prenda será entregada nuevamente al cliente con los ajustes realizados y para ser el alquiler efectivo.

Una vez que la fecha de alquiler caduque se le informa al usuario vía celular o teléfono para que se encuentre disponible y así podrá el domiciliario pasar a recoger y verifica que la prenda no tengas daños, la prenda se devuelve a la bodega/local, donde espera la fecha estipulada para que el domiciliario lleve las prendas a lavandería y después que estén lista pasar a recoger y llevarlas nuevamente al local/bodega.

ILUSTRACIÓN 13. FLUJOGRAMA DEL SERVICIO QUE PRESTARÁ A LOS USUARIOS LA PLATAFORMA DIGITAL ARMA TU PINTA



Fuente 46. Elaboración Propia

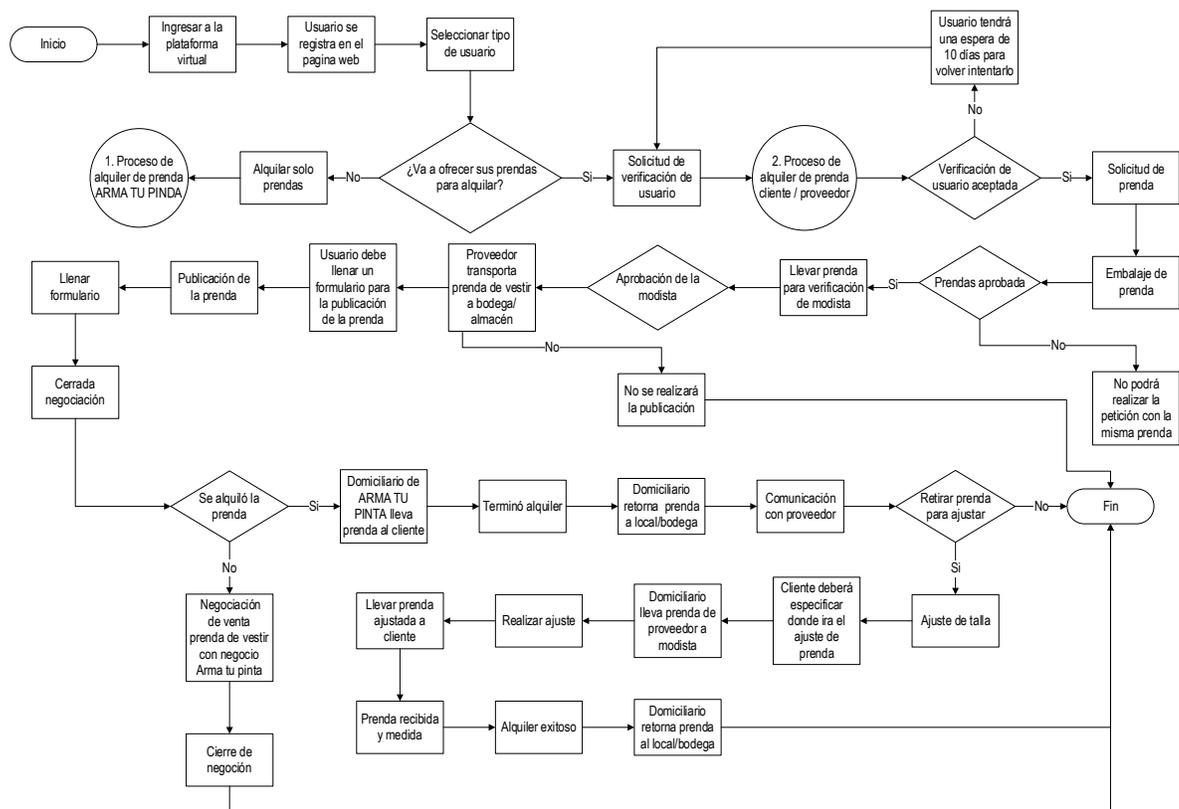
9.3.4 PROCESO DEL SERVICIO CON PROVEEDOR EXTERNO Y CLIENTES DEL PROVEEDOR.

Los usuarios que estén registrados o quieran registrarse en la página web y pasen registro de verificación de identidad, pueden tener acceso a la sección de “prendas de usuarios”, la cual les permitirá que puedan publicar en el sitio web prendas de su propiedad, como vestíos de galas, vestidos de cóctel, esmoquin y frac. Las prendas antes de ser publicadas en la plataforma deben pasar por un proceso de revisión para conocer el estado de las prendas. Para el proceso de verificación de los usuarios que deseen publicar sus prendas deberán llenar un formulario que contiene nombre completo, fecha de nacimiento, correo electrónico, teléfono celular, contraseña y anexar una foto de su documento de identificación, y por último deberán aceptar los términos y condiciones para completar el registro. El usuario recibirá un correo de aceptación o negación a su petición en el plazo de dos días hábiles, si la petición es rechazada el usuario no podrá hacer de nueva la solicitud hasta cumplir un plazo de diez (10) días, pero en el caso que sea aprobada la petición, el usuario tendrá acceso a la pestaña “subir mis prendas” en la cual deberá hacer una petición que requerirá decir la marca de la prenda, talla, donde la adquirió, el precio, cuantas veces la utilizó y anexar fotos de la prenda que quiera subir que sea vestido de gala, vestido de cóctel, esmoquin o frac. Cuando el proceso de verificación de prendas antes mencionado se realice, el usuario recibirá un correo en un plazo de dos (2) días para comunicarle si su solicitud fue aprobada o denegada. Si la petición es negada el usuario no podrá colocar la misma prenda y si la petición del usuario es aprobada puede seguir con el proceso y continuar con las indicaciones mostradas en el correo, las cuales serán, ir a la dirección que se le indicó y llevar la prenda donde la modista encargada que la revisará y determinará que se encuentre en buen estado, la modista informará de inmediato si la prenda no presenta daños, ni desperfectos a la página web para que el cliente/proveedor prosiga a la bodega de ARMA TU PINTA para llevarla. Luego se procede a publicar la prenda en la pestaña “prendas de usuarios” y se agregará las características y especificaciones de la prenda junto con el precio de alquiler. Al momento de hacer el negocio con el cliente/proveedor se le informará que debe dar una comisión del quince por ciento (15%) del alquiler, lo que cubrirá si el cliente al que se le alquila el vestido de su propiedad se le debe hacer algún ajuste, movilidad del auxiliar de la bodega para transportar el vestido nuevamente y la intermediación que hace la plataforma con los clientes que alquilan sus prendas.

En el momento en que la página tenga un pedido de alquiler de la prenda de alguno de los usuarios, se notificará al domiciliario para que realice el proceso de envío al cliente, cuando se termine el servicio de alquiler, la prenda será devuelta al local/bodega. La página ARMA TU PINTA se comunicará con el proveedor vía correo, teléfono, celular o través de la página sobre el alquiler de la prenda, si se realizaron ajustes a la prenda, si hubo devolución o si se presentó un inconveniente, además se le pasará una factura de las ganancias obtenidas y los costos que se encubrieron.

Cuando el cliente realice el pago se hará a través de la cuenta del negocio, que después de terminar el servicio se le consignará al proveedor el pago que será a través del medio disponible. Si al momento que el proveedor transfiera el pago se generar un gasto adicional debera pagarlo. Luego que finalice el alquiler, se le comunicara al proveedor para que pase por su prenda de vestir, en las condiciones que la dejo con el negocio.

ILUSTRACIÓN 14. FLUJOGRAMA DEL SERVICIO CLIENTES-PROVEEDORES QUE PUBLIQUEN SUS PRENDAS FORMALES A LA PÁGINA WEB



Fuente 47. Elaboración Propia

9.3.5 VISUALIZACIÓN GRÁFICA Y FUNCIONALIDAD QUE TENDRÍA LA PLATAFORMA DIGITAL.

A continuación, se mostrará la manera en la que los usuarios van a interactuar con la plataforma digital

Inicio: En el inicio los clientes podrán observar en resumen primeramente lo que la empresa les ofrece y la manera en la que pueden contactarse para adquirir o registrar una prenda para alquilar.

ILUSTRACIÓN 15. VISUALIZACIÓN GRÁFICA DEL INICIO DE LA PÁGINA WEB ARMA TU PINTA

DESCRIPCIÓN	PÁGINA PRINCIPAL
<p>1. CABEZOTE</p> <p>Botón página de inicio Botón al catálogo Botón al foro de moda Botón a sección de usuarios</p>	
<p>2. PRESENTACIÓN</p> <p>Descripción de la empresa manera resumida de los servicios y productos ofrecidos</p> <p>Somos una empresa que se dispone a los clientes ofreciendo una gran variedad de trajes para hombres y mujeres, de manera rápida y sencilla, y con alta calidad en nuestros productos y servicios para hacer que los eventos sociales sean una gran experiencia para nuestros usuarios.</p>	
<p>3. VISTA RÁPIDA AL CATÁLOGO</p> <p>Haciendo clic sobre cualquier prenda, se desplegará automáticamente un cuadro resumen con la información resumida del producto, con la posibilidad de darle zoom a la imagen y alcanzar todos los detalles de la pieza</p>	

Fuente 48. Elaboración Propia

Luego se mostrará los vestidos y trajes que son tendencia y su valor.

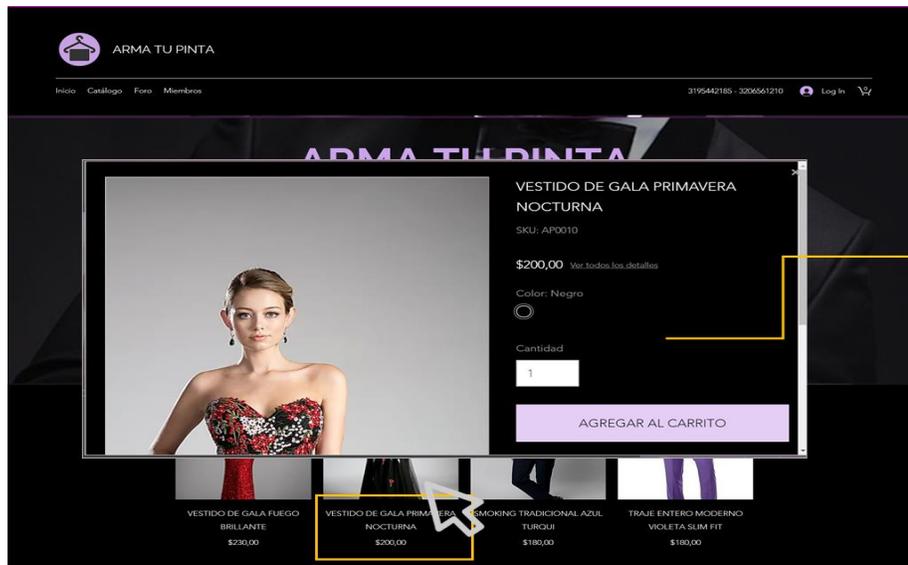
ILUSTRACIÓN 16. VISUALIZACIÓN GRÁFICA DE LOS VESTIDOS TIPO CÓCTEL EN LA PÁGINA WEB

- REGISTRO DE USUARIOS NUEVOS
- INICIO DE SECCIÓN A USUARIOS REGISTRADOS
- POSIBILIDAD DE CONECTAR CON CUENTAS GOOGLE Y FACEBOOK
- AL INGRESAR, EL PROCESO DE COMPRAS SE TORNA MAS RÁPIDO Y FÁCIL

Fuente 49. Elaboración Propia

Más abajo, los clientes podrán visualizar más opciones en las prendas.

ILUSTRACIÓN 17. VISUALIZACIÓN GRÁFICA DE PRENDAS DE VESTIR FORMALES DE ARMA TU PINTA



- RESUMEN DEL PRODUCTO
- DISPONIBILIDAD
- IMAGEN INTERACTIVA PARA APRECIAR LOS DETALLES DEL PRODUCTO (ZOOM)
- AGREGAR RÁPIDAMENTE AL CARRITO

Fuente 50. Elaboración Propia

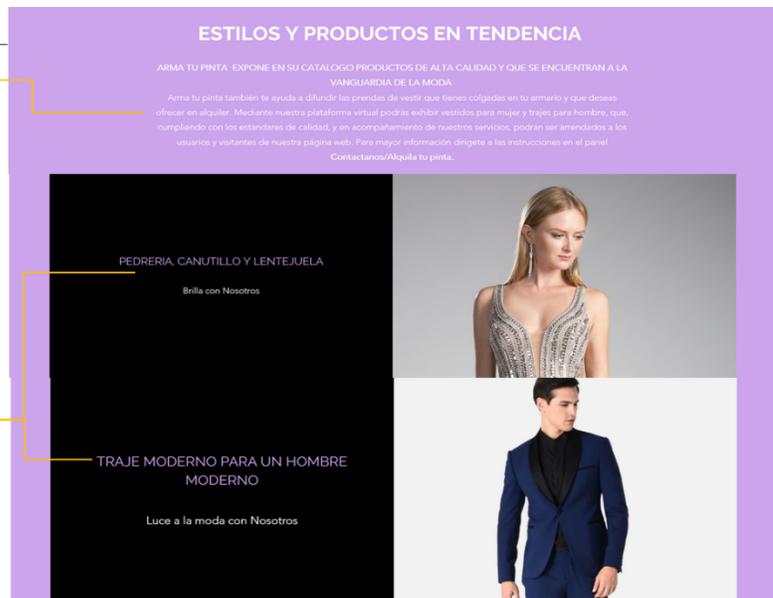
ILUSTRACIÓN 18. VISUALIZACIÓN GRÁFICA DE ESTILOS Y TENDENCIAS

DESCRIPCIÓN

4. PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS Y DEL PROCESO DE DIFUSIÓN DE PRENDA A LOS CLIENTES

Arma tu pinta también te ayuda a difundir las prendas de vestir que tienes colgadas en tu armario y que deseas ofrecer en alquiler. Mediante nuestra plataforma virtual podrás exhibir vestidos para mujer y trajes para hombre, que, cumpliendo con los estándares de calidad, y en acompañamiento de nuestros servicios, podrán ser arrendados a los usuarios y visitantes de nuestra página web. Para mayor información dirígete a las instrucciones en el panel **Contactanos/Alquila tu pinta**.

Explicación general del catálogo, donde se exponen las tendencias en temporada y los diferentes diseños a la moda que son exhibidos en la tienda virtual; además expone varios de los detalles en cuanto a la calidad de las prendas, tanto de los productos propios que son ofertados, como para los productos que los clientes desean exponer en la plataforma.



Fuente 51. Elaboración Propia

Después, se muestran los términos y condiciones.

ILUSTRACIÓN 19. VISUALIZACIÓN GRÁFICA DE LOS HORARIOS DE LOS TÉRMINOS Y CONDICIONES

DESCRIPCIÓN

5. **TÉRMINOS Y CONDICIONES**

6. **INFORMACIÓN DE HORARIOS Y ATENCIÓN AL CLIENTE Y CONTACTO DIRECTO DESDE LA PAGINA WEB**

Fuente 52. Elaboración Propia

Casi al final, se muestra el apartado de “contáctanos” donde el cliente podrá dejar sus dudas e inquietudes o registrar sus prendas para alquilar.

ILUSTRACIÓN 20. VISUALIZACIÓN GRÁFICA DE LA FORMA COMO CLIENTES SE CONTACTARÁN CON LA PÁGINA WEB

CONTACTÁMONOS

ALQUILA TU PINTA CON NOSOTROS

Reservados todos los derechos. No se permite la explotación económica ni la transformación de esta obra. Queda permitida la impresión en su totalidad.

3195442185 - 3206561210

Mapa Satellite

transversal 52, diagonal 23
Cartagena de Indias - Colombia
informatupinta@gmail.com
3195442185 - 3206561210

FORMATO DILIGENCIAMIENTO DE DATOS DEL CLIENTE

1. VÍA CORREO ELECTRÓNICO

Nombre: Mario Martínez
Apellido: martiomartinez08B
Teléfono: Dirección:
Asunto:
Escribe tu mensaje aquí...
Enviar

2. VÍA CHAT AUTOMÁTICO “CHATEA CON NOSOTROS”

Hola, deja tus datos para que podamos contactarte incluso si ya te retiraste del sitio.

Nombre:
 Teléfono de agregar tu teléfono:
 Email:
 Teléfono de agregar tu email:

Enviar

Hola Arma tu Pinta! ¿Quieres saber si tienen smoking verde?

RESEÑAS RECOMENDADAS Enviado

Creado por ASCENDER.es

Escribe tu mensaje...

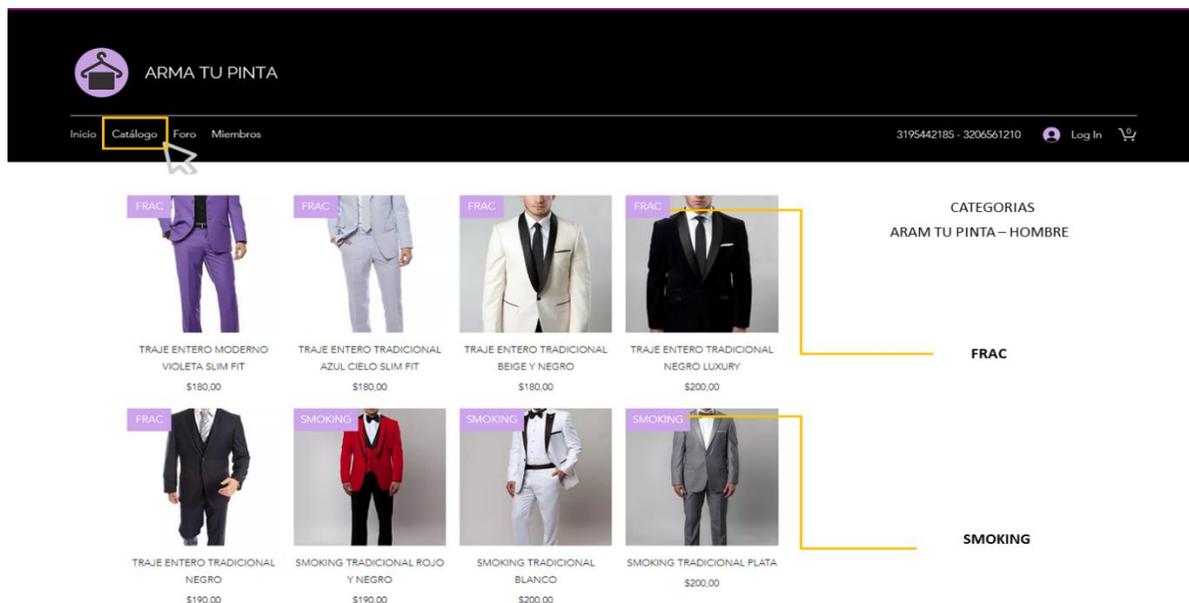
3195442185 - 3206561210

f t in

©2020 por ARMA TU PINTA. Creado con Wix.com

Fuente 53. Elaboración Propia

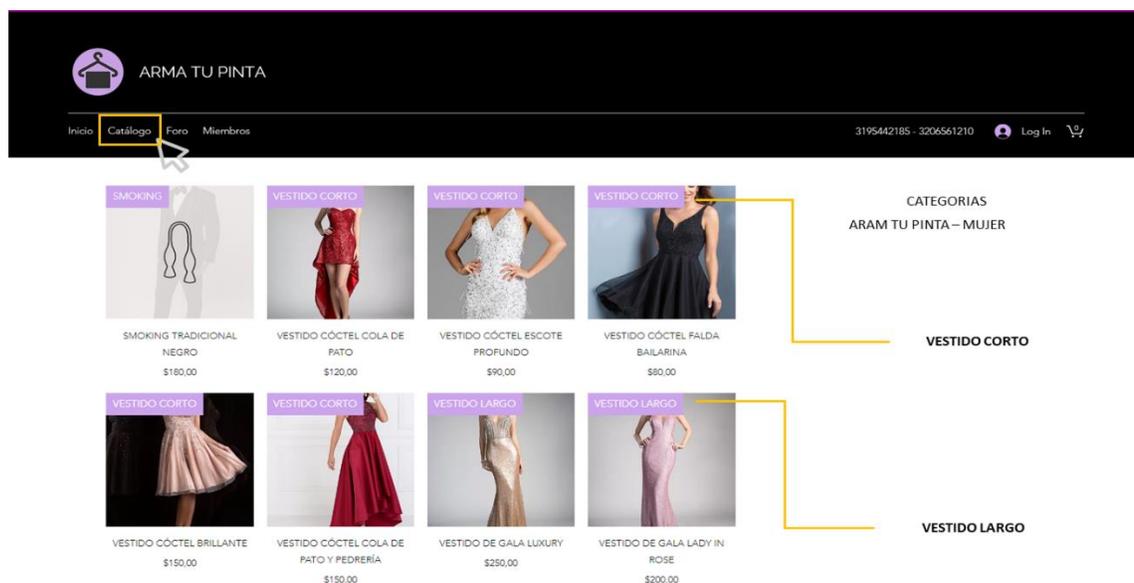
ILUSTRACIÓN 21. VISUALIZACIÓN GRÁFICA DE LA PESTAÑA ALQUILA TU PINTA EN LA PÁGINA WEB ARMA TU PINTA



Fuente 54. Elaboración Propia

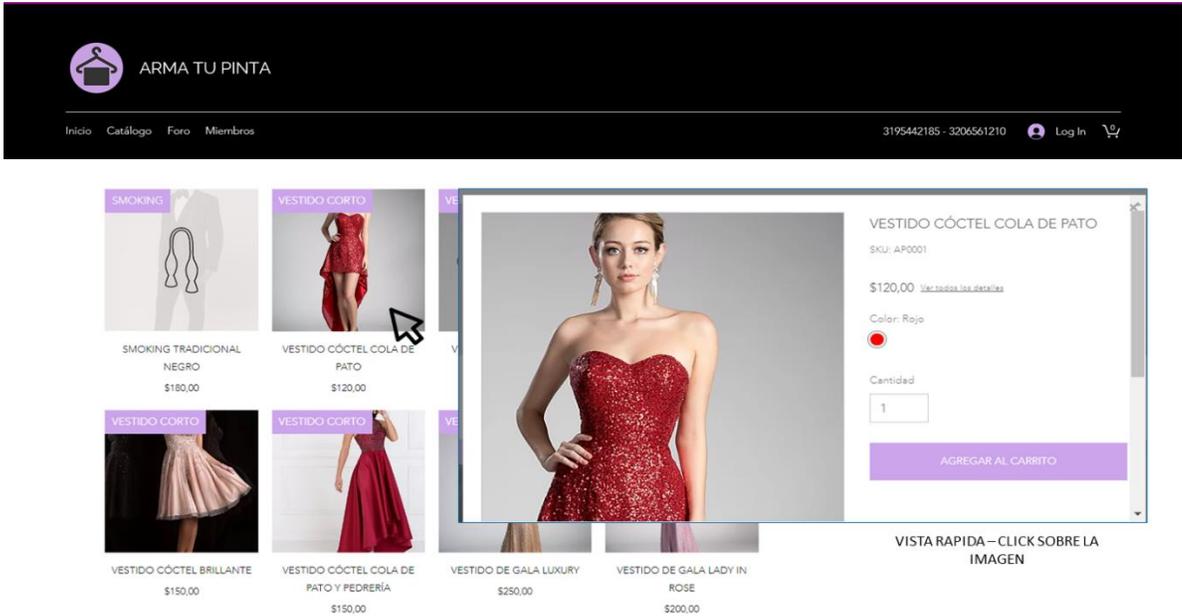
En esta opción “planes y precios” se publicarán las futuras ofertas o descuentos.

ILUSTRACIÓN 22. VISUALIZACIÓN GRÁFICA DE LA PESTAÑA CATÁLOGO DE LA PÁGINA WEB ARMA TU PINTA



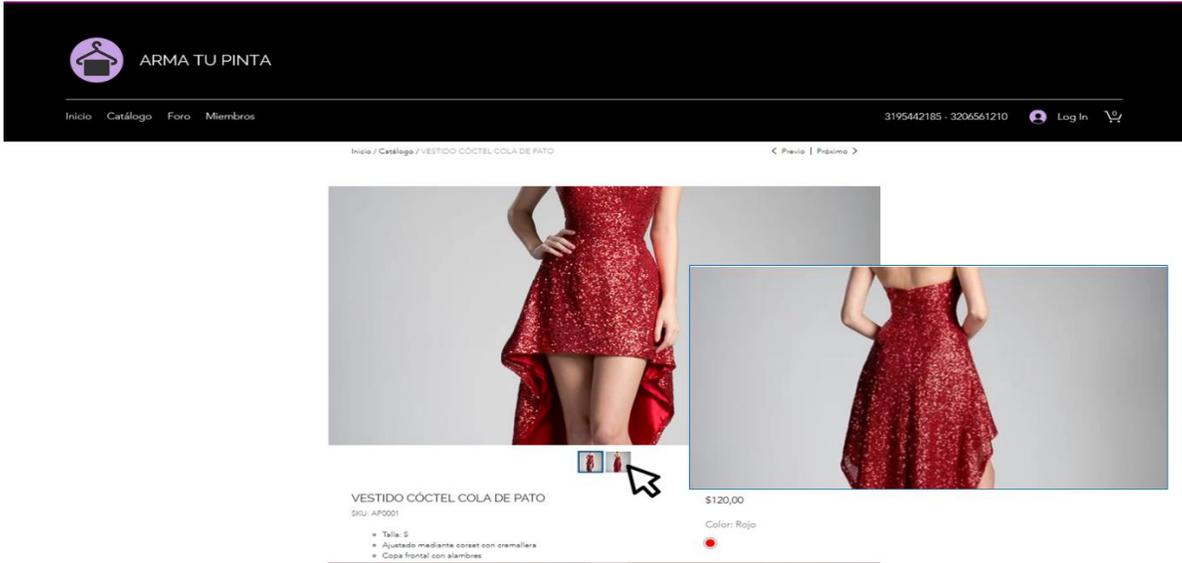
Fuente 55. Elaboración Propia

ILUSTRACIÓN 23. VISUALIZACIÓN GRÁFICA DE ELECCIÓN DE PRENDA EN LA PÁGINA WEB ARMA TU PINTA



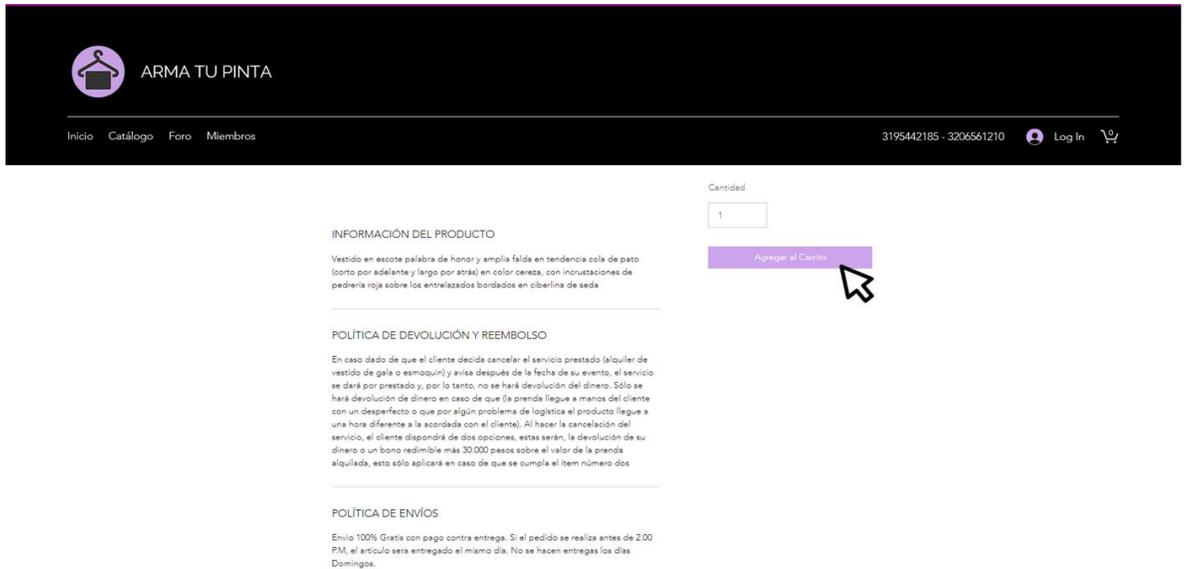
Fuente 56. Elaboración Propia

ILUSTRACIÓN 24. VISUALIZACIÓN DE LA PRENDA DE VESTIR SELECCIONADA



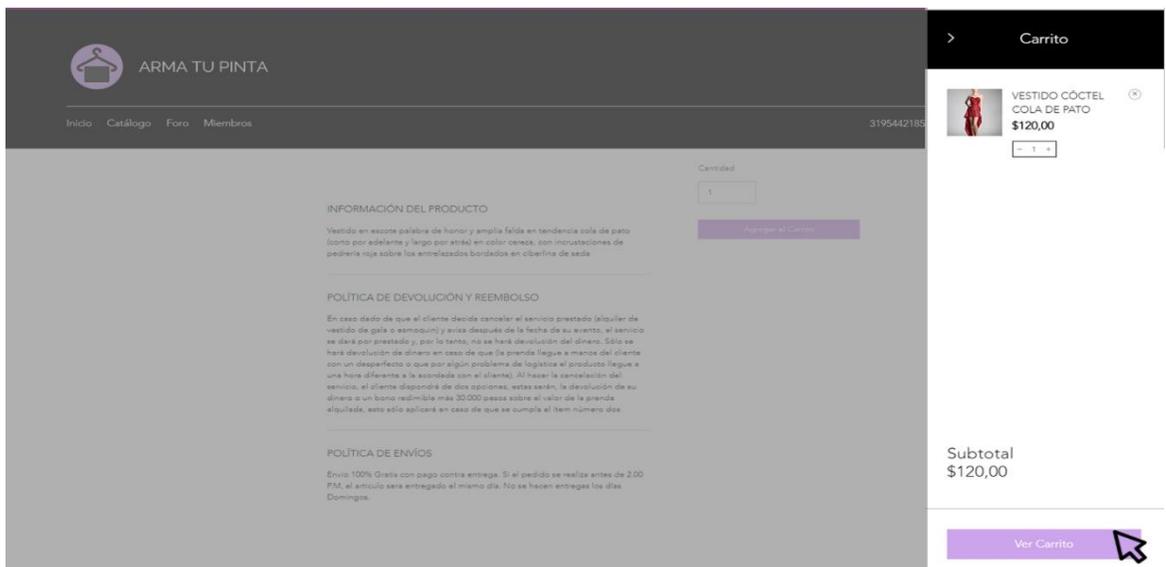
Fuente 57. Elaboración Propia

ILUSTRACIÓN 25. INFORMACIÓN DEL PRODUCTO PARA AGREGAR AL CARRITO



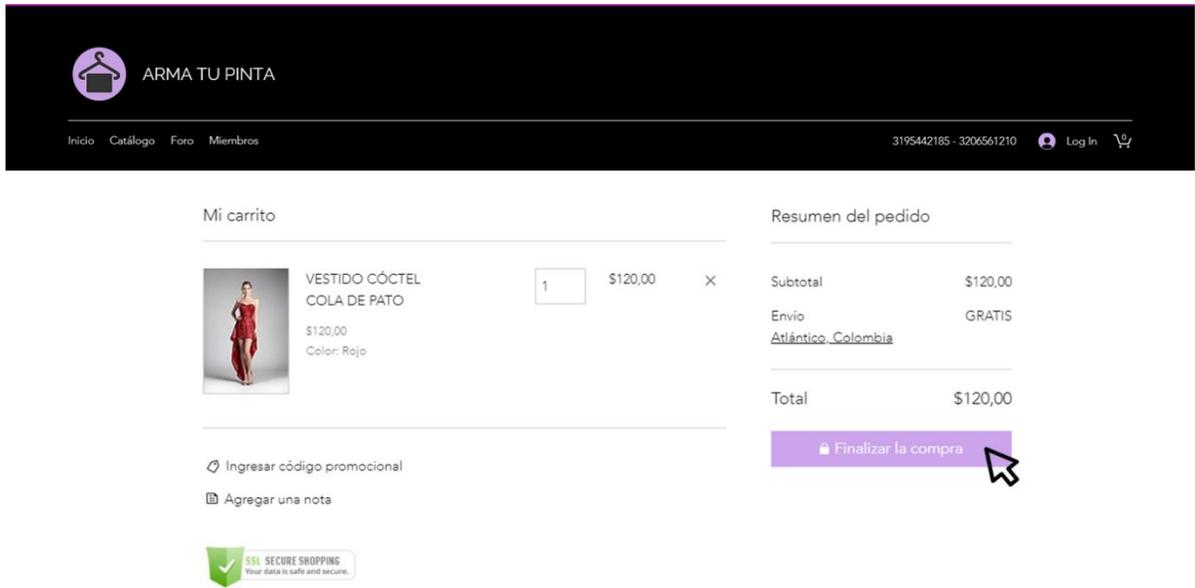
Fuente 58. Elaboración Propia

ILUSTRACIÓN 26. VISUALIZACIÓN DEL PRODUCTO Y PRECIO



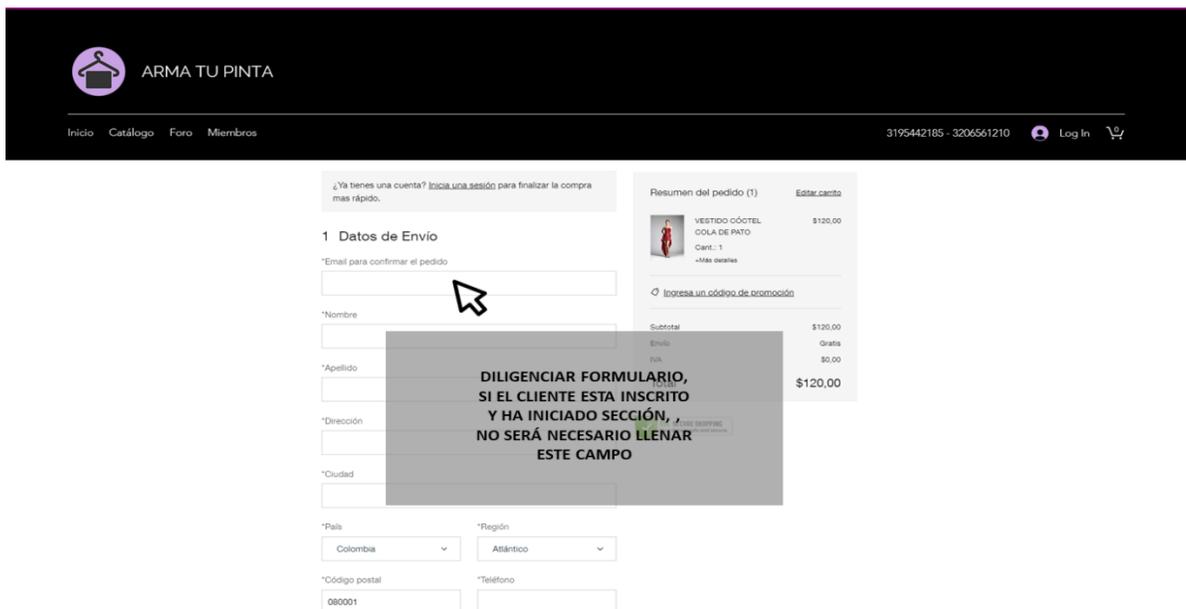
Fuente 59. Elaboración Propia

ILUSTRACIÓN 27. FINALIZACIÓN DEL ALQUILER



Fuente 60. Elaboración Propia

ILUSTRACIÓN 28. DILIGENCIAMIENTO DE FORMULARIO DE ENVIÓ DE PRENDAS FORMALES



Fuente 61. Elaboración Propia

ILUSTRACIÓN 29. SELECCIÓN DE MÉTODO DE PAGO DE PRENDAS DE VESTIR FORMALS

ARMA TU PINTA

Inicio Catálogo Foro Miembros 3195442185 - 3206561210 Log In

*Dirección
*Ciudad
*País Colombia *Región Atlántico
*Código postal 080001 *Teléfono

Continuar

Resumen del pedido (1) [Editar carrito](#)

SELECCIONE METODO POR TARJETA DE CRÉDITO:
Visa
Master Card
Diners Club
Codensa
American Express

Subtotal \$120,00
Envío Gratis
IVA \$0,00
Total \$120,00

POR EFECTIVO:
Contra entrega
Vía Baloto
Efecty
Corresponsal 4/72
Davivienda
Ser

TRANSFERENCIA BANCARIA:
PSE
Bancolombia

2 Método de envío
3 Pago
4 Revisar y realizar pedido

Fuente 62. Elaboración Propia

ILUSTRACIÓN 30. CONFIRMACIÓN DE PEDIDO

ARMA TU PINTA

Inicio Catálogo Foro Miembros 3195442185 - 3206561210 Log In

Resumen del pedido (1) [Editar carrito](#)

VESTIDO CÓCTEL COLA DE PATO \$120,00
Cant.: 1
[+Más detalles](#)

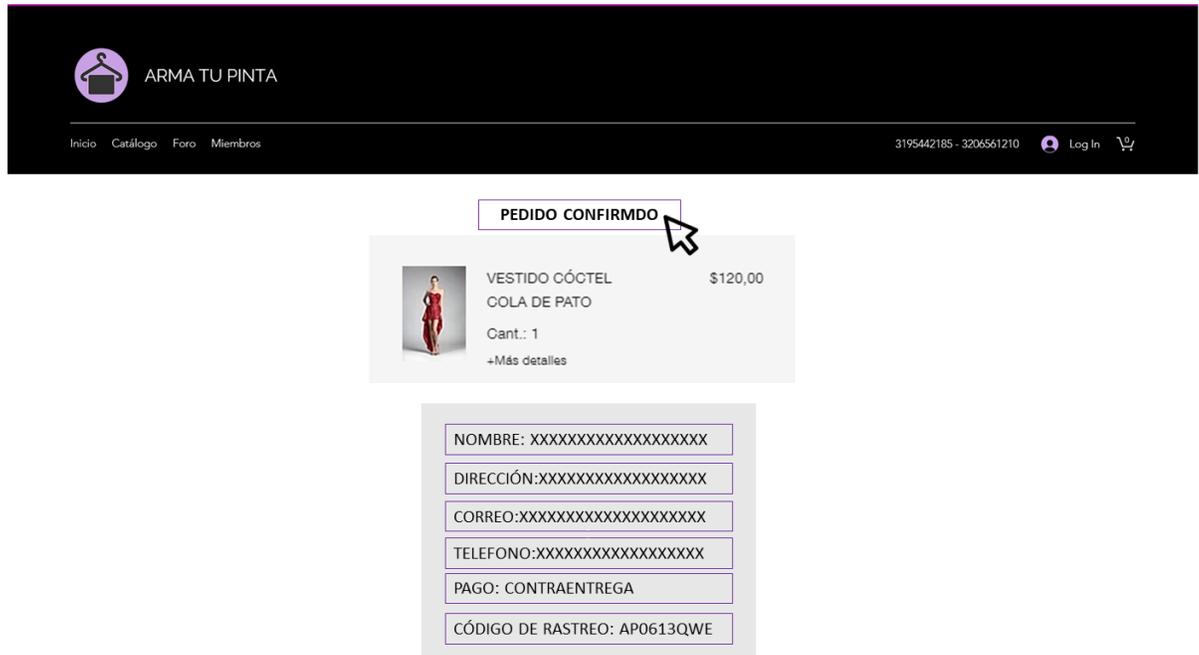
[Ingresa un código de promoción](#)

Subtotal \$120,00
Envío Gratis
IVA \$0,00
Total \$120,00

CONFIRMAR PEDIDO
CANCELAR
APLAZAR
CONFIRMAR

Fuente 63. Elaboración Propia

ILUSTRACIÓN 31. FINALIZAR CONFIRMACIÓN Y CIERRE DE PEDIDO



Fuente 64. Elaboración Propia

Para finalizar se encontrará la opción “Vamos a chatear” ubicada en la esquina inferior derecha de la plataforma, el cliente se podrá contactar y recibir una respuesta de manera inmediata, de alguna petición, queja o reclamo.

ILUSTRACIÓN 32. CHAT DE ARMA TU PINTA



Fuente 65. Elaboración Propia

9.3.6 TÉRMINOS Y CONDICIONES

9.3.6.1 CONDICIONES GENERALES

Al tener acceso a la página web e ingresar, el usuario reconoce haber leído, entendido y aceptado los términos y condiciones generales, en cuanto a su aviso legal y la política de privacidad y cookies que en ella se contienen, el usuario en caso de no estar de acuerdo con algunos de los puntos se recomienda que abandone la página. Las representaciones graficas o imágenes que se muestren en la página tiene por objetivo dar la mayor información posible y facilitar la compra a el usuario. Para comunicar alguna queja, duda, sugerencia o problema que el usuario tenga se podrá contactar por medio del chat en línea de la plataforma y para quejas y reclamos por medio del correo electrónico de la plataforma.

9.3.6.2 OBLIGACIONES DE LA PLATAFORMA ARMA TU PINTA

Arma tu pinta se compromete a:

- Diligenciar el pedido con las especificaciones del usuario
- entregar las prendas en perfecto estado y en las mejores condiciones, de tal manera que se encuentren listo para ser usado.
- Enviar las prendas en las fundas adecuadas y apropiado para cada prenda con el fin que no tengan imperfecciones ni alteraciones.
- Actualizar el inventario de prendas.

9.3.6.3 OBLIGACIONES DEL USUARIO

El usuario que se registra en la página web y haga un pedido, debe aceptar las condiciones generales y políticas de privacidad, y tendrá que consideración de usuario y aplican las condiciones generales. Al declarar ser mayor de edad está autorizado a utilizar el medio de pago seleccionado, con el cual podrá alquilar productos en estos términos y condiciones:

- Ser mayor de edad y poder contratar los servicios.
- Poder realizar consultas y pedidos legales.

- A no realizar pedidos fraudulentos.
- Al reajustarse, los datos necesarios deben ser reales y exactos. La falta de datos no reales o incompletos será exclusivamente responsabilidad del usuario y no se realizará un pedido por parte del negocio.
- Pagar el servicio contratados por la web.
- El recibir él envió debe ser personalmente, o a través de una persona autorizada y deberá notificar atreves de la página web, cualquier problema o desperfecto del paquete en el momento de la entrega.
- Usar las prendas con el cuidado recomendado durante el tiempo de alquiler.
- Devolver los productos dentro el plazo estimulado.

9.3.6.4 SERVICIO DE VENTA

El negocio se encargará de limpiar e inspeccionar profesionalmente las prendas antes de enviarlas a los usuarios, las prendas que son agregadas por primera vez, su uso anterior fue de una o dos veces.

9.3.6.5 USO DE LOS PRODUCTOS

El negocio estará comprometido a enviar las prendas en perfecto estado de uso y limpieza. El usuario debe aceptar mantener los productos en buen estado y usarlos de buena fe.

9.3.6.6 FORMAS DE PAGO

El pago de las prendas, se mostrará y se detallará durante el proceso de alquiler que aparecerá en la página, debajo de las imágenes de las prendas; para proceder al pago, el usuario deberá seguir las instrucciones que aparecen en pantalla, los métodos de pago que manejará la página son tarjetas de créditos, pagos en efectivo y transferencias bancarias.

9.3.6.7 FACTURAS

El usuario al momento de realizar el pedido tendrá la opción de solicitar el envío de factura con los datos exactos que se indicaron en ese momento, y podrá verificarla posteriormente accediendo a su cuenta en el momento que esté disponible.

9.3.6.8 ÁREA DEL USUARIO

El usuario será responsable de cualquier acceso de autorización o no autorizado a su cuenta, y aceptará asumir toda responsabilidad por la confidencialidad de la información de su cuenta, todos los cargos y usos que se realice en los servicios de su cuenta.

9.3.6.9 COMO REALIZAR EL ALQUILER

Para proceder a realizar el alquiler de las prendas, el usuario tendrá que crear una cuenta o iniciar sesión y ser mayor de 18 años, este dispondrá del inventario de prendas que se ofertaran a través de la página web y seleccionar las prendas que desee alquilar y añadir en el carro de alquiler luego deberá llenar el formulario de envío, donde tendrá que colocar la dirección de envío y rellenar el formato de pago. Por último, el usuario recibirá un correo donde deberá confirmar el pedido.

9.3.6.10 ENVIÓ Y ENTREGA

La entrega se realizará entre dos (2) y (10) días hábiles, luego de haber realizado el pedido. El ámbito territorial del servicio que prestará la página web, estará limitado solo en la ciudad de Cartagena. La entrega se realizará en la dirección proporcionada por el usuario en el momento que se realice el alquiler. El usuario será responsable de recibir, revisar y notificar cualquier problema detectado en el momento de la entrega.

9.3.6.11 DEVOLUCIÓN DE PRODUCTOS DEFECTUOSOS

Si la prenda tuviera un defecto, el usuario debe comunicarlo lo más pronto posible en cuando se efectuó la entrega a través de la página web en el sitio de contactos, indicando los defectos encontrados; el usuario dispone de veinticuatro (24:00) horas, a partir del día que se le entregue la prenda. En caso que el usuario no lo noti-

fique en el tiempo mencionado, no podrá exigir devoluciones o cambios, si la notificación llega antes de las horas estipuladas el usuario podrá pedir un cambio de prenda o pedir un reembolso.

9.3.6.12 DISPONIBILIDAD

Las prendas que estarán en la plataforma digital, estarán sujetas a disponibilidad. El negocio se compromete a entregar las prendas a los usuarios, en tamaño y diseño especificado, antes de la fecha de entrega, en caso de que la prenda, no esté disponible, por causas excepcionales en el momento de la entrega, se notificará al usuario con anterioridad a la fecha de alquiler del vestido o traje; el usuario tendrá la opción de escoger una prenda del mismo valor para reemplazar la escogida en primera instancia.

9.3.6.13 POLÍTICA DE PRIVACIDAD

La página Arma tu pinta tiene como compromiso obligación el respeto por la privacidad de los usuarios, la seguridad y producción de sus datos personales. El usuario antes de utilizar y solicitar un servicio debe leer con cuidado la política de privacidad de la página Arma tu pinta y decidir, de forma libre, si desea suministrar sus datos personales a ARMA TU PINTA. El texto busca comunicar al usuario sobre la forma que ARMA TU PINTA trata los datos personales que le son sustraídos a través del sitio infoarmatupinta.wixsite.com.

La página ARMA TU PINTA garantiza el cumplimiento de la normativa vigente en la protección de datos personales, que son la ley 1377 de 2013 y la ley 1581 de 2012. El usuario debe asegurar que es mayor de edad y que los datos informados son auténticos, completos, actuales y exactos, siendo consientes por cualquier disentiimiento. Si los datos entregados pertenecen a terceros, el usuario avalar que ha comunicado sobre las policías de privacidad a dicho tercero y que tiene su autorización para facilitar sus datos a la página ARMA TU PINTA.

Responsables por el tratamiento de datos. Esta política de privacidad se implementa a todos los datos personales recolectados a través de los formularios que existen en el sitio ARMA TU PINTA.

Deberá colocarse en contacto con la página web ARMA TU PINTA sobre pregunta relacionada con la actual política de privacidad, colocando como asunto “ARMA TU PINTA, privacidad de datos personales” a través de los contactos:

- Correo electrónico: armatupinta5@gmail.com

- Teléfonos: 6840004

9.3.6.14 DERECHO A LOS USUARIOS

El usuario está en todo su derecho de solicitar a ARMA TU PINTA el acceso de los datos personales que le interese, así como cambio de información o eliminación, así como el derecho de movilidad de los datos establecido por las leyes que rigen el tratamiento de datos personales la ley 1581 de 2012 y ley 1377 de 2013. Para que los derechos anteriormente mencionados se cumplan, el usuario puede contactar por medio del correo electrónico de la página Arma tu pinta sobre el tratamiento de dato.

Correo electrónico:

El usuario puede solicitar el uso limitado de tratamiento de sus datos personales o también oponerse al tratamiento de datos; podrá colocar un reclamo a la Comisión Nacional de Protección de Datos, si sus datos personales han sido infringidos.

9.3.6.15 USO DE LA INFORMACIÓN RECOGIDA

La página ARMA TU PINTA utiliza la información suministrada de los usuarios con el fin de mejorar el servicio, un conteo de usuarios y mantener un registro de ellos y para los pedidos. El envío de las novedades y cambios realizados en el sitio web por medio de correo electrónicos e información relevante para los usuarios que brinde algún benéfico.

9.4 CAPITULO CUATRO: EVALUAR VIABILIDAD FINANCIERA DEL PROYECTO.

9.4.1 DESARROLLAR LOS INDICADORES DE BONDAD

Para finalizar el proyecto, se procederá a evaluar su viabilidad, por medio de los indicadores de bondad, por medio de una plantilla de Excel, a continuación, se mostrarán los resultados:

TABLA 32 PROYECCIÓN MES A MES DEL PRIMER AÑO DE LA PLATAFORMA ARMA TU PINTA

Alquiler en Unidades Año 1	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago.	Sep	Oct	No v	Dic	Total
Vestido de gala	4	8	16	20	30	50	40	30	20	20	40	60	338
Esmoquin	2	4	8	10	15	20	20	10	10	10	20	20	149

Alquiler en Unidades Año 1	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago.	Sep	Oct	No v	Dic	Total
vestido tipo cóctel	4	8	16	20	20	20	20	20	20	20	20	20	208
frac	1	2	4	5	7	10	10	5	5	5	10	10	74
Intermediación	5	10	15	20	30	40	50	30	30	30	60	60	380

Fuente 66. Elaboración Propia

La encuesta arrojó que el número de servicios potenciales al año serían de ochenta y nueve mil setecientos sesenta y cinco (89.765) servicios, esta cifra, se dividió entre los doce meses del año lo que arrojó que al mes se atenderían a siete mil cuatrocientos ochenta (7.480) personas. Luego de analizar estos datos, el modelo de negocio ARMA TU PINTA, atendería el uno por ciento (1%) del cien por ciento (100%) del mercado que se dedica al alquiler de prendas formales en la ciudad de Cartagena, puesto que es un emprendimiento y es un porcentaje más real para empezar a prestar sus servicios. Se multiplicó el número de servicios potenciales al año entre el uno por ciento (1%), lo que dio como resultado que el estimado de alquileres al mes del proyecto de negocio ARMA TU PINTA, sería de setenta y cinco (75) personas al mes; La vida útil de un vestido formal es de una (1) a trece (13) posturas, por lo que se necesitaran treinta y siete (37) prendas formales para el primer año de servicios que prestará la plataforma. El creador de la plataforma digital arma tu pinta, donarán al negocio diez (7) vestidos de gala, cinco (5) esmoquin y cinco vestidos de cóctel (5); se comprarán cinco (5) frac, cinco (5) vestidos de cóctel, siete (10) vestidos de gala y ocho (8) esmoquin.

Por esta razón para el primer año, comenzando por el mes de enero, se estimó que se alquilará un vestido de gala por semana, por lo que es un mes que no tiene una fecha representativa en la ciudad de Cartagena y el negocio está en su fase inicial. para el mes de febrero se estimaron dos alquileres por semana, y así para las demás prendas de vestir (esmoquin, vestido de cóctel, frac), luego para los siguientes meses se tuvo en cuenta las festividades y eventos que se realizan en la ciudad (Ver tabla 20), en los cuales existe un incremento de alquileres de estas prendas formales. La plataforma ARMA TU PINTA, tendrá la opción de ser intermediario entre cliente-proveedor y cliente final que alquilen las prendas de vestir de ellos; a los clientes-proveedores se le pedirá una comisión del veinticinco por ciento (25%), para los gastos en que pueda incurrir la logística de la prenda formal, ajustes del vestido con la modista y por la prestación del servicio que la plataforma digital prestará.

TABLA 33 PROYECCIÓN A CINCO AÑOS DE ALQUILER DEL MODELO DE NEGOCIO

#	Alquiler en Unidades	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Alquiler vestido de gala	338	348	383	440	528
2	Alquiler esmoquin	149	153	169	194	233
3	Alquiler vestido tipo cóctel	208	214	236	271	325
4	Alquiler frac	74	76	84	96	116
5	Intermediación	380	391	431	495	594

Fuente 67. Elaboración Propia

Para realizar la proyección del modelo de negocio, se tuvo en cuenta el primer año para proyectar los demás, el cual se realizó con un factor del uno coma tres (1,3), para el segundo año uno coma cinco (1,5), para el tercer año uno coma diez (1,10), para el cuarto año uno coma quince (1,15) y para el quinto año uno coma veinte (1,20), esta proyección se realizó con un suavizamiento exponencial. Se realizó con estos factores de crecimientos, porque no se contaba con un histórico de empresas del sector de alquiler de prendas formales que contaran con el valor agregado del modelo de ARMA TU PINTA, el cual es ser intermediario entre dos personas externas a la plataforma digital.

TABLA 34 PROYECCIÓN A CINCO AÑOS DE INGRESOS DEL MODELO DE NEGOCIO

#	Alquileres Anuales en Pesos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Vestido de gala	\$84.500.000	\$87.035.000	\$95.738.500	\$110.099.275	\$132.119.130
2	Esmoquin	\$36.505.000	\$37.600.150	\$41.360.165	\$47.564.190	\$57.077.028
3	Vestido tipo cóctel	\$33.280.000	\$34.278.400	\$37.706.240	\$43.362.176	\$52.034.611
4	Frac	\$20.720.000	\$21.341.600	\$23.475.760	\$26.997.124	\$32.396.549
5	Intermediación	\$13.323.750	\$13.723.463	\$15.095.809	\$17.360.180	\$20.832.216
	Total, Alquileres en Pesos	\$188.328.750	\$193.978.613	\$213.376.474	\$245.382.945	\$294.459.534

Fuente 68. Elaboración Propia

Teniendo como base la proyección de las prendas de vestir que se alquilarán durante los cinco años, se estimaron los ingresos que tendrá la plataforma digital ARMA TU PINTA, la cual al año uno tendría unos ingresos de ciento ochenta y ocho millones trescientos veintiocho mil setecientos cincuenta pesos (\$188.328.750), los cuales fueron incrementando en los siguientes años según lo establecido en la proyección (Ver tabla 37).

TABLA 35 E DEL ESTADO FINANCIERO A CINCO AÑOS DEL PROYECTO

Flujo del Proyecto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Ingresos por Ventas		188.328.750	193.978.613	213.376.474	245.382.945	294.459.534	
Egresos Operativos		161.506.884	203.476.748	213.140.652	234.917.372	266.572.194	
		26.821.866	9.498.136	235.822	10.465.573	27.887.340	
Inversión	34.000.000						Valor Residual
Flujo del Proyecto	34.000.000	26.821.866	9.498.136	235.822	10.465.573	27.887.340	79.678.113

Fuente 69. Elaboración Propia

Luego de realizar la proyección de los ingresos a cinco años, se procedió a evaluar el estado financiero del negocio, teniendo en cuenta, los ingresos por ventas, los egresos operativos y la inversión que se hará al proyecto. Para empezar el negocio, se prestará al banco Bancolombia treinta y cuatro millones de pesos (\$34.000.000) para compra de materia prima, pagos de alquiler, nomina, entre otros, además los emprendedores realizarán una inversión de doce millones de pesos (\$12.000.000), con lo que así se completaría el capital para poner en funcionamiento la plataforma digital.

TABLA 36 ALQUILERES DEL MODELO DE NEGOCIO A CINCO AÑOS Y SUS INGRESOS

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	188.328.750	193.978.613	213.376.474	245.382.945	294.459.534
Costo de Ventas	84.728.846	87.270.712	95.997.783	110.397.450	132.476.940
Utilidad Bruta	103.599.904	106.707.901	117.378.691	134.985.495	161.982.594
Gastos de producción Fijos	82.778.038	117.313.273	124.552.869	129.770.922	138.000.545

Total Otros Gastos	82.778.038	117.313.273	124.552.869	129.770.922	138.000.545
Utilidad Antes de Intereses	20.821.866	-10.605.372	-7.174.178	5.214.573	23.982.049
Impuestos					
Intereses	2.661.976	1.226.655	14.376	0	0
Utilidad Antes de Impuestos	18.159.890	-11.832.027	-7.188.555	5.214.573	23.982.049
Impuestos a las Ganancias	5.992.764	0	0	1.720.809	7.914.076
Utilidad Después de Impuestos	12.167.126	-11.832.027	-7.188.555	3.493.764	16.067.973
Tasa de impuesto a las ganancias	33%				

Fuente 70. Elaboración Propia

Luego de haber determinado lo que se alquilaría en cinco años y la evaluación financiera del proyecto donde se determinó el préstamo que se hará al banco y las inversiones que harán los emprendedores, se procedió a analizar los ingresos por los alquileres de las prendas de la plataforma digital, los cuales dieron una utilidad después impuestos para el primer año, positiva, para el segundo año dio negativa por los posibles incrementos en alquiler por ende se requerirá pagar más en los gastos de nómina, materia prima, impuestos entre otros, que el primer año, para el segundo también arrojó negativa la cifra porque el negocio está en proceso de crecimiento ya para el cuarto año, se ve que da una cifra positiva, aunque no es alta, ya el proyecto comenzaría a estabilizarse y para el 5 año ya tendría una estabilidad frente a los primeros años nombrados anteriormente.

9.4.2 REALIZAR LA MATRIZ DE FLUJO DE CAJA PARA DEFINIR COSTOS Y GASTOS.

A continuación, se mostrará lo que arrojó la matriz de flujo:

TABLA 37 FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO ARMA TU PINTA

Flujo de Fondos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por Ventas	188.328.750	193.978.613	213.376.474	245.382.945	294.459.534
Costos de ventas	84.728.846	87.270.712	95.997.783	110.397.450	132.476.940
Sueldos y Cargas	64.864.894	97.297.340	103.135.181	109.323.292	115.882.689
Otros Gastos de Producción	11.913.144	12.915.933	14.007.689	15.196.630	16.491.756
Otros Gastos de Adm. Y Ventas	0	0	0	0	0
Impuesto a las Ganancias		5.992.764	0	0	1.720.809
Total, Egresos Operativos	161.506.884	203.476.748	213.140.652	234.917.372	266.572.194
Diferencia Operativa	26.821.866	-9.498.136	235.822	10.465.573	27.887.340
Inversiones	23.350.000				
Flujo Financiero					
Préstamo	22.000.000				
Devolución del Préstamo	-11.872.212	-12.951.504	-1.079.292	0	0
Total, Flujo Financiero	10.127.788	12.951.504	-1.079.292	0	0
Diferencia Ingresos - Egresos	13.599.655	22.449.639	-843.470	10.465.573	27.887.340
Aporte del Emprendedor	12.000.000				
Flujo de Fondos	25.599.655	3.150.015	2.306.545	13.615.588	30.193.884

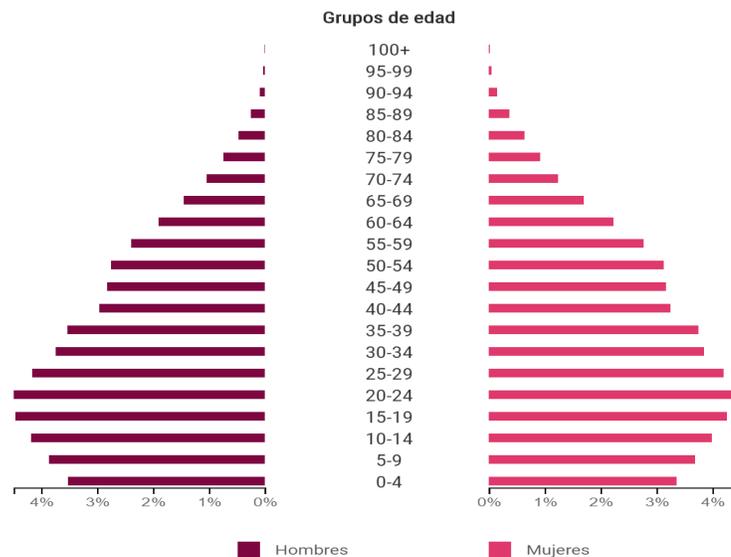
Fuente 71. Elaboración Propia

9.4.3 REALIZAR ESTUDIO DE MERCADO META PARA IDENTIFICAR SUS PREFERENCIAS

La encuesta se realizó en la ciudad de Cartagena, se escogió una muestra del mercado intencionalmente entre la edad de 14 y 54 años de edad, en los estratos tres (3), cuatro (4) y cinco (5), por medio de Google drive, el cual tiene la opción de realizar encuestas de manera virtual, la cual muestra de manera inmediata los resultados, los cuales, permite descargar en una hoja de Excel, que permitirá analizar los datos y hacer los siguientes análisis correspondientes para saber los resultados que arrojo. El medio masivo que se utilizó para dar a conocer la encuesta y ser diligenciada, fue por la aplicación de WhatsApp y la página de Facebook. El cálculo de la muestra se realizó de acuerdo a los datos de la página del Dane, que se mostrará a continuación, cuyo método utilizado es el censo poblacional en la ciudad de Cartagena de indias. El tamaño de la población es aproximadamente 887.946 habitantes (DANE, 2019), se escogió una muestra intencional en los estratos tres (3), cuatro (4) y cinco (5) para realizar la encuesta, de los cuales el 30,4% corresponde a mujeres entre 15 a 54 años y el 28,91% corresponde a hombres de 15 a 54 años para un total de 59,31% (DANE 2019). De acuerdo a la población la muestra corresponde a 384 personas.

Determinación de la distribución de la población por sexo y grupo de edad de una muestra extraída de una población finita entre quince (15) y cincuenta y cuatro (54) años. Se escogió un Nivel de confianza de 95%

ILUSTRACIÓN 33. POBLACIÓN POR SEXO Y GRUPO DE EDAD EN CARTAGENA DE INDIAS



Fuente 72. Elaborado por el DANE

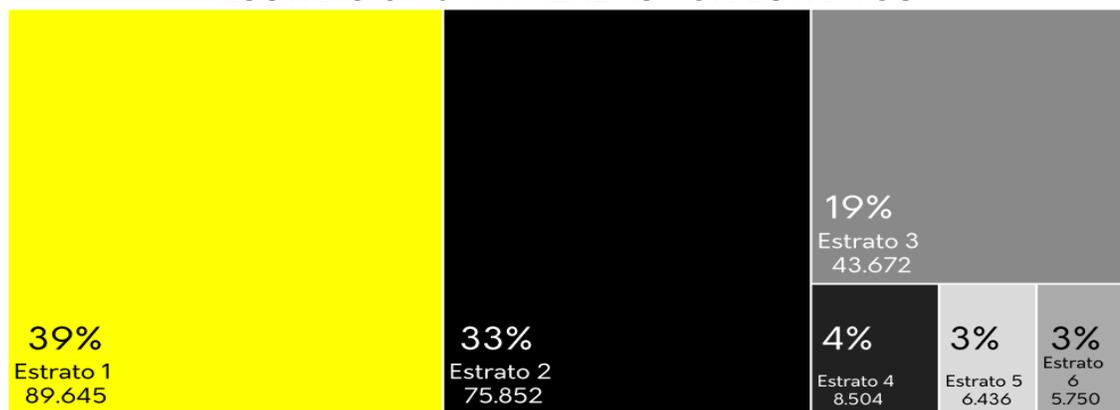
Según este informe, los porcentajes de hombres y mujeres entre quince (15) y cincuenta y cuatro años (54) están distribuidos en un total de hombres veinte ocho coma noventa y uno por ciento (28,91%) y las mujeres en treinta como cuatro por ciento (30,4%); los porcentajes de clientes potenciales de los estratos tres (3), cuatro (4) y cinco (5) en los rangos de edad mencionados anteriormente, no se hallaron per cápita y se partió de un informe realizado por el Dane de las viviendas y número de personas que aparecen por estrato:

TABLA 38 PORCENTAJE POR GRUPO DE HOMBRES Y MUJERES

Edad	Hombres	Mujeres
15-19	4,46%	4,26%
20-24	4,49%	4,43%
25-29	4,16%	4,2%
30-34	3,74%	3,85%
35-39	3,53%	3,75%
40-44	2,96%	3,25%
45-49	2,82%	3,17%
50-54	2,75%	3,13%
Total	28,91%	30,4%

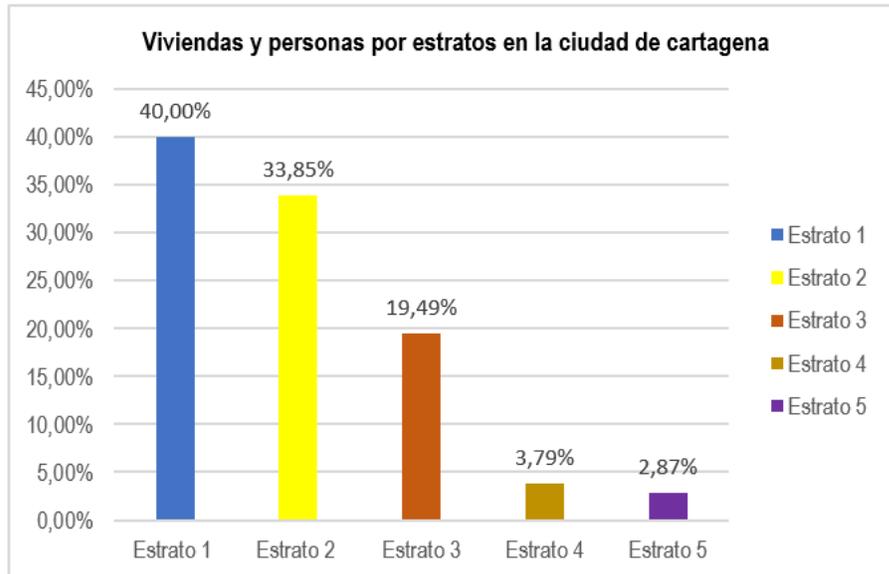
Fuente 73. Elaboración Propia

ILUSTRACIÓN 34. VIVIENDAS POR ESTRATOS



Fuente 74. CORVIVIENDA, elaboración cartagena como vamos

GRÁFICO 5. VIVIENDA Y POBLACIÓN POR ESTRATOS EN CARTAGENA

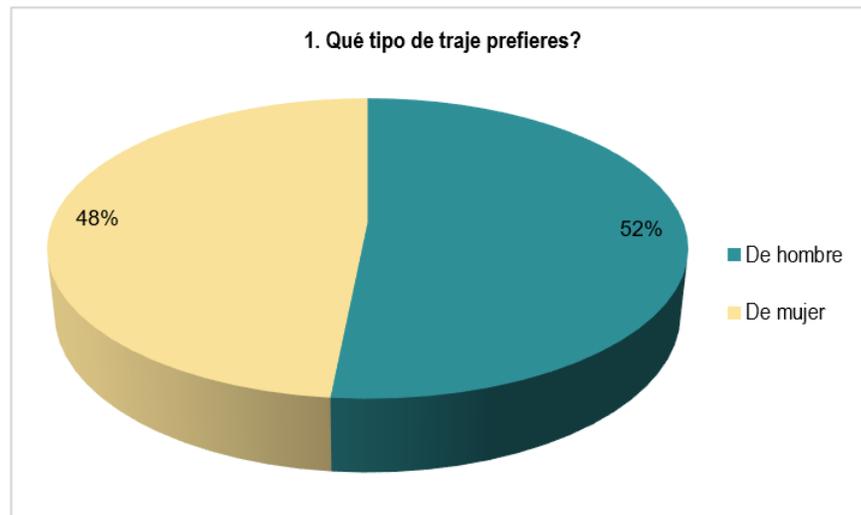


Fuente 75. Información del DANE

RESULTADOS DE LA ENCUESTA AL MERCADO POTENCIAL

A continuación, se mostrarán unas preguntas representativas de la encuesta realizada en la ciudad de Cartagena y los porcentajes que arrojó:

GRÁFICO 6. ¿QUÉ TIPO DE TRAJE PREFERE?

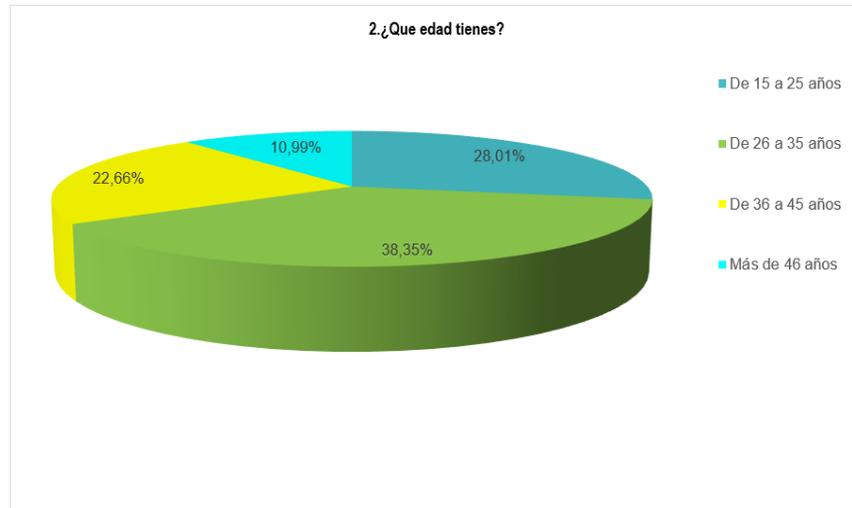


Fuente 76. Elaboración Propia

El cincuenta y dos por ciento (52) % de la muestra escogida para la encuesta, respondió que el tipo de traje prefieren es de mujeres y el cuarenta y ocho por ciento (48%) dijo que prefiere traje de hombre formal, lo cual muestra que, los hombres

serían un cuatro por ciento (4%) más activos al momento de usar un traje formal al año.

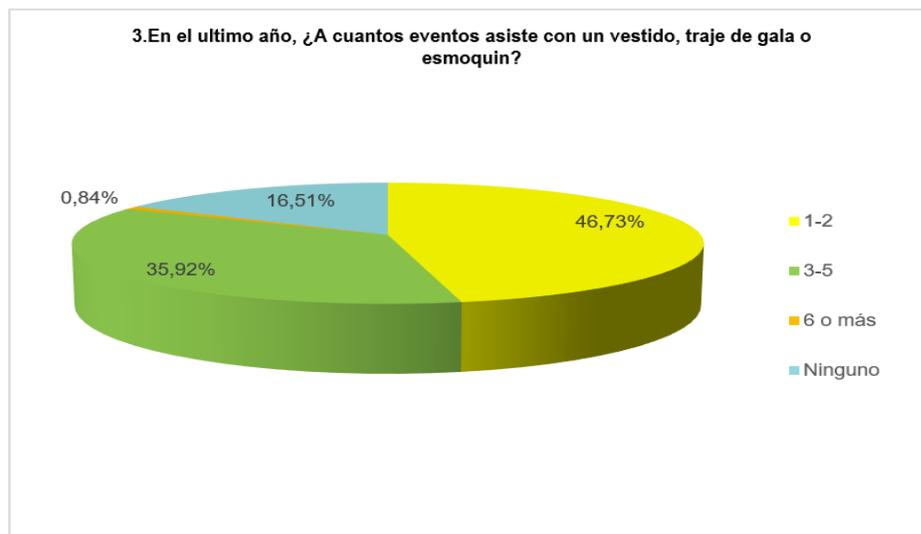
GRÁFICO 7. ¿QUÉ EDAD TIENE?



Fuente 77. Elaboración Propia

En está ilustración, podemos observar que, con respecto a las respuestas arrojadas por la encuesta intencional que se hizo con los estratos tres (3), cuatro (4) y cinco (5), el nicho de mercado sería las personas entre la edad de quince (15) y cincuenta y cuatro (54) años en la ciudad de Cartagena de indias.

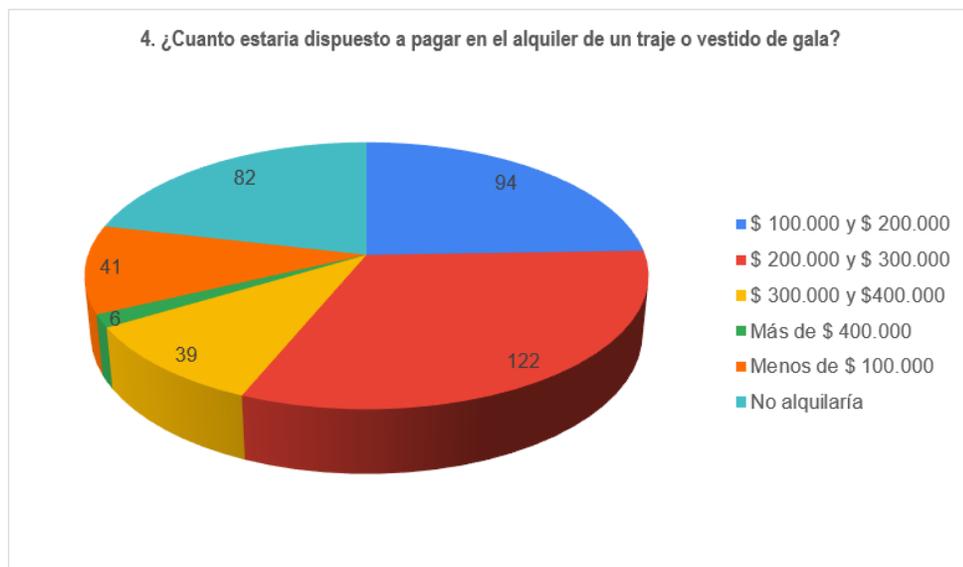
GRÁFICO 8. EN EL ÚLTIMO AÑO ¿A CUÁNTOS EVENTOS ASISTIÓ CON UN VESTIDO FORMAL?



Fuente 78. Elaboración Propia

Se estima según la encuesta que se realizó que el porcentaje de las personas encuestadas, que asisten a eventos recurrentes en el año con un treinta y cinco por ciento (35%) son los que asisten de tres (3) a cinco (5) veces al año, con un porcentaje de cuarenta y seis coma setenta y tres (46,73); luego siguen los que asisten de uno (1) a (2) veces al año a eventos que se realizan en la ciudad u otros eventos más personales, (%), los cual, los convierte en clientes que visitarán por encima de los demás la página un mayor número de veces en el año, seguidamente están los que asisten seis (6) o más veces al año a eventos formales con un cero coma ochenta y cuatro por ciento (0,84%) y para finalizar el dieciséis coma cincuenta y uno dijo que no asistiría al año a eventos que requiriera vestir formal.

GRÁFICO 9. ¿CUÁNTO ESTARÍAS DISPUESTO A INVERTIR EN EL ALQUILER DE UN TRAJE O VESTIDO DE GALA?



Fuente 79. Elaboración Propia

Se preguntó a la muestra escogida, cuanto estarían dispuestos a invertir al momento de requerir una prenda formal, para un evento que los invitaron, en la cual ellos respondieron que el sesenta y dos por ciento (62%) alquilaría las prendas, lo cual muestra la gran participación que tendría el mercado en este tipo de modalidad para adquirir una prenda, ya sea por ahorrar tiempo, gastos o contribuir a cuidar al medio ambiente reutilizando.

10 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Luego de haber realizado el presente proyecto se llegaron a las siguientes conclusiones y recomendaciones:

- De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta se puede concluir que los estratos tres (3), cuatro (4) y cinco (5) son los sectores atractivos para esta inversión de prendas de vestir formales en la ciudad de Cartagena de indias, por ser un lugar turístico y con un itinerario de eventos importantes al año, en los cuales predominan estos estratos, de la misma forma, se observó que existe un segmento de mercado potencial, que podría utilizar el servicio de alquiler de vestidos y trajes de gala que ofertaría la plataforma digital ARMA TU PINTA.
- Se identificó en la muestra escogida para realizar la encuesta, que las necesidades de las personas en la ciudad de cartagena al momento de adquirir una prenda formal, radica en el precio, calidad y tiempo que dedican en su búsqueda. Por esta razón se diseñó la plataforma digital, donde podrán encontrar prendas formales a un precio módico y en un menor tiempo, además podrán ofertar prendas formales que sean de su propiedad para sacarle una utilidad.
- El uso de la tecnología tendrá en este modelo de negocio una alta participación, debido a que la interacción que se tendrá con los usuarios será por medio de una página web y los vestidos serán llevados por un auxiliar logístico en el lugar acordado; por esta razón cabe resaltar que se contará con un local que hará las veces de una bodega, para almacenar los trajes que se ofertarán en la página web.
- Para lograr el reconocimiento de la marca ARMA TU PINTA, se utilizará una estrategia de marketing hoy día es usada por distintas empresas, la cual consiste en hacer publicidad por medio de las redes sociales, en este caso la aplicación de instagram, a través de una cuenta donde se ofertará el servicio de alquiler de prendas de vestir de segunda, además se pagara entre tres (3) a cuatro (4) veces al año a un influencer para que le haga publicidad al servicio.
- El estudio de la viabilidad financiera, se realizó por medio de los indicadores de bondad con una proyección a cinco (5) años del negocio, la cual se hizo a través de un escenario acido (pésimo), por ser un emprendimiento con un valor agregado nuevo en la ciudad de cartagena y por no tener reconocimiento en el mercado. El resultado que dio esta proyección es que el pro-

yecto de negocio es viable, sin embargo, en los ingresos después de impuestos en el tercer (3) y (4) año dio negativo debido a que los costos y gastos superan el valor de los ingresos por alquileres, un factor que podrá afectar, es que los meses con probabilidad de mayor demanda por las festividades en cartagena donde se utiliza este tipo de vestimenta no se alquilen las prendas proyectadas en esos meses.

- El resultado de la TIR (tasa interna de retorno), de una inversión es la que mide el rendimiento futuro esperado, el cual en el modelo de negocio arrojó que sería de un 38%, lo que permite determinar si más adelante se puede llegar a reinvertir.
- Para poner en funcionamiento el proyecto se requiere una inversión inicial de treinta y cuatro millones de pesos (\$34.000.000), el cual se obtendrá por el aporte de los socios y un préstamo otorgado por el banco, se estableció un escenario pesimista, donde el periodo de recuperación de la inversión será en el cuarto año (4). El préstamo que haría el banco sería de veintidós millones de pesos (\$22.000.000) se pagara en 24 meses, con cuotas de un millón setenta y nueve mil doscientos noventa y un mil pesos (\$1.079.291).

A continuación, se mostrarán las recomendaciones con base en la proyección realizada para el modelo de negocio:

- Se recomienda que para el primer año se haga un ahorro de capital para cubrir los posibles gastos del segundo año, debido a que según las proyecciones no se generarán muchos ingresos y el negocio podría verse afectado en la parte financiera, para que así se tenga un equilibrio y en el tercer año también se logren obtener ganancias que permitan seguir conservando un ahorro para posibles situaciones inesperadas, lo que la TIR del negocio tendrá un rendimiento más positivo para el negocio.
- Hacer investigaciones de mercado en el tiempo, que permitan conocer los cambios y preferencias de los clientes respecto al servicio que presta la página web para que el negocio mantenga su calidad y clientes fieles.
- Ampliar el portafolio de servicio, donde se puedan alquilar zapatos, carteras, accesorios para hombres y mujeres, y también brindar un paquete de servicio completo donde el negocio lleve hasta la casa del usuario un trabajador que maquille y peine a la persona.
- Expandir el servicio a otras ciudades del país en un periodo de ocho años.

11 BIBLIOGRAFÍA

- Aibar, E. Quintanilla, M. (2002). Cultura tecnológica: estudios de ciencia, tecnología y sociedad. Universitat de Barcelona. Institut de Ciències de l'Educació & Horsori
- Aguilar-Barojas, Saraí (2005) Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones de salud Salud en Tabasco, vol. 11, núm. 1-2, Secretaría de Salud del Estado de Tabasco Villahermosa, México
- Alfaro, J. (2015): "La regulación contractual de Uber con sus conductores", Almacén de Derecho, 17-11-2015. Disponible en: <http://almacenederecho.org/36791-2/>
- ANDI. (2016). Informe balance 2016 y perspectivas 2017. Vicepresidencia de desarrollo económico y competitividad. <http://www.andi.com.co/Uploads/ANDI-Balance%202016-Perspectivas2017.pdf>
- ANDI. (2019). Informe balance 2019 y perspectivas 2020. Vicepresidencia de desarrollo económico y competitividad. <http://www.andi.com.co/Uploads/Balance%202019%20Perspectivas%202020%20con%20portada.pdf>
- Andía Valencia, Walter, & Paucara Pinto, Elizabeth (2013). Los planes de negocios y los proyectos de inversión: similitudes y diferencias. Industrial Data, 16(1),80-84. [fecha de Consulta 8 de Abril de 2020]. ISSN: 1560-9146. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=816/81629469009>
- Arguez, I. H. (2016). El estudio de mercado en las empresas.
- Barrios, M. (2010). Definición del modelo de negocios.
- Benkler, Y. (2004): "Sharing Nicely: On Shareable Goods and the Emergence of Sharing as a Modality of Economic Production", 114 Yale Law Journal, 27.
- Bernal, L., Dornberger, U., & Suvelza, J. (2009). Quality Function Deployment (QFD) para servicios. Intelligence for innovation, 27.

Blanco, L. (2016). La moda cambia de velocidad. El mundo. Obtenido de <https://www.elmundo.es/cultura/2016/09/12/57d5704a268e3e2d518b466e.html>

Botsman, R. & Rogerns, R. (2010): What´s Mine is Yours: How Collaborative Consumption is Changing the Way We Live, Ed. Harper Collins, New York.

Camara de Comercio de Cartagena (sf): REGISTRO MERCANTIL; <https://www.cccartagena.org.co/registros-publicos/registro-mercantil/#>

Cañón Parada Santiago. (2019, enero 9). Retos del sector TIC en Colombia 2019, según Ministra Sylvia Constaín. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/retos-del-sector-tic-en-colombia-2019-segun-ministra-sylvia-constain/>

Carreño, M. (1853). Manual de urbanidad y buenas maneras. https://lafuenteadelconocimiento.weebly.com/uploads/3/1/7/2/31720447/urbanidad_carreno.pdf

Cartagena como vamos (2018) reporte digital recuperado de <http://www.cartagenacomovamos.org/nuevo/la-calidad-de-vida-en-cartagena-no-mejora-significativamente/>

City, W. H. (2015). Ferias y Festivales. Obtenido de Cartagena De Indias: <http://www.cartagenadeindias.travel/ferias-festivales>

Chase, R. (2015): Peers Inc: how people and platforms are inventing the collaborative economy and reinventing capitalism, Public Affairs, New York.

Correa, H. C. (2009). Aplicación de nanotecnología en la industria textil colombiana.

DANE. (2019). Grafica 5.

DANE. (2019). Nacimientos y defunciones - DANE.

- DANE. (2019). Distribución de la población por sexo y grupos de edad, recuperado de: <https://sitios.dane.gov.co/cnpv/#/>
- De Stefano, V. (2016): The rise of the “just-in-time workforce”: on-demand work, crowdwork and labour protection in the “gig-economy”, International Labour Office, Geneva.
- De Vera, B. D. (8 de agosto 2018). Por qué la industria textil es la más contaminante después del sector petrolero. Agencia n+1. El espectador.
- Domenech, G. (2015): “La regulación de la economía colaborativa”, Revista CE-FLEGAL, CEF, 175-176, agosto/septiembre, 61-104.
- Eco-finanzas. (s.f.). Eco-finanzas. Obtenido de <https://www.eco-finanzas.com/diccionario/M/MERCADO.htm>
- El Diario (2019). Retos ambientales de Colombia para el 2020. <https://www.eldiario.com.co/seccion-d/stella-calvoveapues-com/retos-ambientales-de-colombia-para-el-2020/>
- El Heraldó (2017) ; GUÍA PRÁCTICA PARA VESTIR CON ESTILO EN CADA OCASIÓN; <https://www.elheraldo.co/entretenimiento/guia-practica-para-vestir-con-estilo-en-cada-ocasion-366809>
- Fuente propia. (2019). Fuente propia.
- Gaviria, A. (2009) Plan de negocio para la creación de una empresa de confección de jeans que permite a los compradores diseñar y adquirir el jean por medio de una página web. Pontificia Universidad Javeriana.
- Gansky, L. (2010): The Mesh: Why the Future of Business Is Sharing, Portfolio, New York.
- Herrera, D. c. (2015). El modelo canvas en la formulación de proyectos.

- Ibañez, A. M., Aldana, F. A., & Ruiz, L. A. (s.f.). Herramienta de "software" para la enseñanza y entrenamiento en la construcción de la matriz DOFA. Ingeniería e investigación.
- IQPC. (2019). IQPC. Obtenido de industria y calidad.
- Kelly, K. (2009): "Better Than Owning", 21-1-2009, Available at: <http://kk.org/the-technium/better-than-own/>
- Landínez, Á. (30 de Noviembre de 2018). Mary Cueter, la asesora estrella a la hora de casarse. El tiempo.
- Litman, t. g. (2016). industria textil en colombia :150 años de historias. fashion-network.
- Martiriadoni, S. (2018) Vestido de coctel: ¿sabes cuál es y cuándo se usa?
- Ministerio de Tecnología, Industria y Comercio (2013). DECRETO NÚMERO 1317 DE 2013. https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-4274_documento.pdf
- Mora, F., & Schupnik, W. (2009). Outsourcing & Benchmarking. El Cid Editor.
- Muñoz, L.. (2015). ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PEREIRA.
- Muños, G. & Calambas, J. (2017) Plan de empresa para la creación de mundo jeans sector textil y de confecciones. Universidad Autónoma de Occidente. Cali.
- Osterwalder, A. (2011). Modelo canvas . Barcelona: deusto S.A. Ediciones.
- Paginas Amarillas. (2019). Directorio. Alquiler de ropa en Cartagena de indias.
- Pèrez, C. C. (10 de octubre de 2012). www.elfinancierocr.com.

- Perez, V. K. (Diciembre de 2018). Manejo de residuos sólidos del sector textil en Colombia basado en el modelo de economía circular. Obtenido de Tesis de grado.
- Porto, J. P. (2008). Definición De Software.
- Puente, S., Edwards, C., & Delpiano, M. O. (2014). Modelamiento de los aspectos intervinientes en el proceso de pauta periodística. *Palabra clave*, 17(1), 188-210.
- Quaranta moda (2019) ¿Conoces la diferencia entre un chaqué, un esmoquin y un frac?. Blog digital Quaranta moda 9
- Rammert, W. (2001). La tecnología: sus formas y las diferencias de los medios. *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*.
- Rampell, C. (2014): "What Preschoolers Can Teach Silicon Valley About "Sharing", *Washington Post*, May 15th, https://www.washingtonpost.com/opinions/catherine-rampell-paying-for-your-fair-share-in-an-app-based-economy2014/05/15/007da348dc66-11e3-8009-71de85b9c527_story.html
- Racioppe, B. & Cáneva, V. (2019) (Re)pensar la comunicación digital; Antecedentes teóricos, experiencias e imaginarios. Editorial de la Universidad Nacional de La Plata (EDULP). <https://doi.org/10.35537/10915/80859>
- Rifkin, J. (2000): *The Age of Acces: The New Culture of HyperCapitalism Where All of Life Is A Paid- For Experience*, Tarcher, New York.
- Rincón Karen, A. P. (2018). Estudio de factibilidad para la creación de una boutique móvil de ropa femenina. Bogotá.
- Rojas, M., Arango, P., & Gallego, J. (2009). CONFIANZA PARA EFECTUAR COMPRAS POR INTERNET. *Dyna*, 76(160),263-272.[fecha de Consulta 8 de Abril de 2020]. ISSN: 0012-7353. Disponible en: <https://www.re-dalyc.org/articulo.oa?id=496/49612068017>

Ruiz, L. e., & amaya, R. a. (s.f.). Gerencia de mercadeo. Obtenido de Ciencias Económicas y administrativas:
<http://3w3search.com/Edu/Merc/Es/GMerc065.htm>

Sánchez, R. A. (2016). Economía colaborativa: un nuevo mercado para la economía social. CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa, (88), 230-258.

Scholz, T. (2014): "Platform Cooperativism vs. the Sharing Economy". Available in:
<https://medium.com/@trebors/platform-cooperativism-vs-the-sharing-economy-2ea737f1b5ad#.muuo2nzvu>

Scolari, C. (2008). Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Gedisa. Barcelona.

Secretaría Jurídica Distrital de la Alcaldía Mayor de Bogotá D.C (2000). Ley 633 de 2000 Nivel Nacional. Publicada en el Diario Oficial 44275 de Diciembre 29 de 2000. <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=6285>

Semana. (2017). Los problemas ambientales que deben resolverse en el 2017.
<http://sostenibilidad.semana.com/medio-ambiente/articulo/los-problemas-ambientales-que-deben-resolverse-en-el-2017/36789>

Shujel. (2008). Emprendedores. Obtenido de <http://www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado/>

Sistemas. (s.f.). Sistemas máster. Obtenido de Sistemas master: <https://sistemas.com/aplicacion.php>

VanDer-Bruggen, M., & de Catalunya, B. G. (1998). El sector textil en Colombia. Bogotá: Becaria Generalitat de Catalunya.

Zikmund, W. G., Babin, B. J., Staines, G. M., & Quiñones, A. D. (1998). Investigación de mercados.

12 ANEXOS

12.1 ENCUESTA REALIZADA EN LA CIUDAD DE CARTAGENA AL MERCADO OBJETIVO

La encuesta que se realizó a la población cartagenera, se hizo con veinte preguntas, para conocer las preferencias y los gustos de los habitantes al momento de adquirir una prenda formal para un evento u ocasión especial, a continuación, se mostrará una tabla con las preguntas que se hicieron.

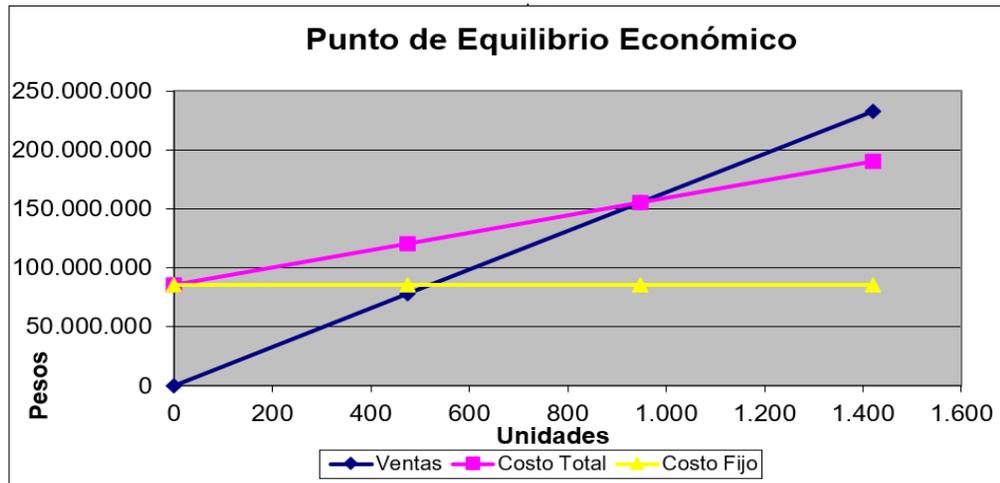
TABLA 39 PREGUNTAS REALIZADAS EN LA ENCUESTA PARA EL MODELO DE NEGOCIO ARMA TU PINTA

PREGUNTAS REALIZADAS EN LA CIUDAD DE CARTAGENA				
¿Qué tipo de traje prefieres usar?	¿Qué edad tiene?	¿Cuál es su ocupación?	¿A qué estrato social perteneces?	¿En cuál de los siguientes rangos se encuentra su ingreso mensual?
En el último año, ¿a cuántos eventos asistió con vestido, traje de gala o esmoquin?	Cuando necesita un vestido o traje de gala ¿Cuál es su preferencia?	¿Usaría una plataforma digital en la que alquilen y pueda colocar en alquiler vestidos de gala y esmoquin?	¿Usarías una Plataforma digital que le ayude a disminuir el tiempo de búsqueda de una prenda de vestir para un evento?	De los siguientes servicios, ¿Cuáles le gustaría que incluyera la plataforma digital de alquiler vestidos de gala y esmoquin?
¿Cuánto estarías dispuesto a invertir en el alquiler de un traje o vestido de gala?	De acuerdo a los eventos que asistes al año, ¿Qué tipo de etiqueta utilizas con más frecuencia?	¿Qué prendas de vestir o complemento le gustaría que la plataforma digital arma tu pinta, ponga a su servicio, aparte de los vestidos de gala?	Cuando necesitas un esmoquin ¿Cuál es tu preferencia?	¿Cuánto estarías dispuesto a invertir en el alquiler de un esmoquin?

PREGUNTAS REALIZADAS EN LA CIUDAD DE CARTAGENA				
De acuerdo a los eventos que asiste al año, ¿Qué tipo de etiqueta utiliza con más frecuencia?	¿Qué prendas de vestir o complemento te gustaría que la plataforma digital arma tu pinta, ponga al servicio del cliente?	¿Tiene usted facilidad de acceso a Internet?	¿Cuenta usted con tecnología en su vivienda (celular inteligente, computador, Tablet entre otros)?	

Fuente 80. Elaboración Propia

GRÁFICO 10. PUNTO DE EQUILIBRIO ECONÓMICO



Fuente 81. Elaboración Propia

El equilibrio en unidades es de novecientos cuarenta y ocho (948) y el equilibrio en pesos es de ciento cincuenta y cinco millones trescientos dieciséis mil ochocientos cincuenta y tres pesos (\$155.316.853).

GRÁFICO 11. PROPUESTA DE LOS CLIENTES PARA EL PORTAFOLIO DE SERVICIO DE ARMA TU PINTA

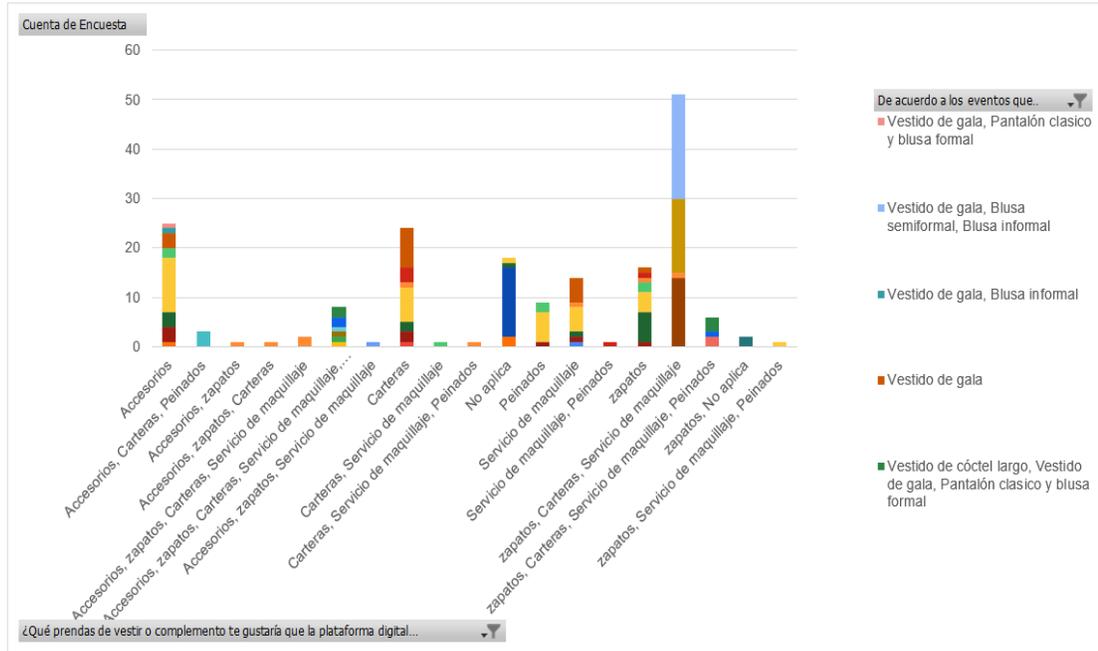


TABLA 40 INVERSIONES DEL PROYECTO ARMA TU PINTA

Total	Detalle de Inversiones en Bienes de Uso	Monto	Vida útil en Años	Amortización Anual	Amortiz. Mensual	Amortiz. Año 1	Amortiz. Año 2	Amortiz. Año 3	Amortiz. Año 4	Amortiz. Año 5	Residual
10	Vestidos de gala	\$4.000.000				0	0	0	0	0	\$4.000.000
5	Esmoquin	\$1.500.000				0	0	0	0	0	\$1.500.000
5	Vestido tipo cóctel	\$1.150.000				0	0	0	0	0	\$1.150.000
5	Frac	\$1.700.000				0	0	0	0	0	
1	Plataforma	\$5.000.000	5	\$1.000.000,00	\$83.333,33	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	
3	Computadores	\$7.500.000	3	\$2.500.000,00	\$208.333,33	2.500.000	2.500.000	2.500.000	0	0	
1	Inmobiliario	\$2.500.000	5	\$500.000,00	\$41.666,67	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	
	Total Inversión en Bienes de Uso	\$23.350.000		\$4.000.000	\$333.333	4.000.000	4.000.000	4.000.000	1.500.000	1.500.000	6.650.000

Fuente 83. Elaboración Propia