



PROYECTO DE GRADO

Presentado ante la ilustre UNIVERSIDAD DE LOS ANDES como requisito final
para obtener el título de INGENIERO DE SISTEMAS

MODELO DE NEGOCIO PARA EMPRENDEDORES TEXTILES UTILIZANDO LA PLATAFORMA IGNIS GRAVITAS CASO DE ESTUDIO: FABRICA DE BOLSOS EN EL ESTADO MÉRIDA

Por

Br. Marielena Biscardi

Tutor: Domingo Hernández

Cotutor: Gerard Páez

Julio, 2018

©2018 Universidad de Los Andes Mérida, Venezuela

C.C. Reconocimiento

Modelo de Negocio para Emprendedores Textiles Utilizando La Plataforma
IgnisGravitas

Br. Marielena Biscardi
Proyecto de Grado, Computación.

Resumen

En el Estado Mérida, las medianas empresas industriales se caracterizan por tener una baja participación en la conformación de la base económica, debido a la crisis financiera del país, por la falta de recursos evitando así el crecimiento comercial de los diferentes productos, asimismo, el escaso uso tecnológico que impulse el desarrollo turístico desde el punto de vista artesanal; aun cuando el Estado Mérida se caracteriza por basarse en la producción de artesanía en las que se cuenta el tejido la cestería y cerámica formando parte de la cultura merideña. En particular la industria de elaboración de bolsos está muy direccionada a la fabricación de bolsos artesanales, sin embargo, si se integra a la elaboración de los bolsos un producto innovador el cual satisfaga las necesidades del cliente, esta industria se podrá fortalecer y ser más competitiva.

Se plantea entonces la necesidad de crear el Modelo de Negocios Canvas utilizando la plataforma IgnisGravitas, este modelo consta de un segmento del mercado, propuesta de valor, canales, relación de clientes y fuentes de ingresos; además de los aspectos internos: asociaciones claves, actividades, recurso clave y estructura de costes; adaptado a una característica determinada, la cual corresponde en esta investigación organizar la empresas a partir de los lineamientos del modelo para identificar el sector de la población o clientes, realizar el diseño y promocionar la venta de bolsos haciendo uso de la tecnología. Por otro lado, evaluar la plataforma Ignis Gravitas, considerando las diversas estrategias, métodos y acciones relacionadas al sector textil así como su mercadeo y ayuda alcanzada.

Palabras clave: Modelado de negocios, textil, Canvas, Plataforma Ignis Gravitas, startups

Índice

Resumen.....	iii
Índice.....	v
Índice de figuras.....	viii
Índice de tablas.....	xii
 Capítulo I.....	 1
Introducción.....	1
1.1 Antecedentes.....	3
1.2 Planteamiento del problema.....	5
1.3 Justificación.....	7
1.4 Objetivos.....	8
1.4.1 Objetivo General.....	8
1.4.2 Objetivos Específicos.....	8
1.5 Metodología.....	9
1.6 Alcance de la investigación.....	10
 Capítulo 2.....	 11
Marco teórico.....	11
2.1 Industria textil: información y definiciones.....	11
2.2 Bolsos.....	13
2.3 Bolsos térmicos.....	14
2.4 El modelo de Negocio.....	16
2.5 El modelo de Negocios Canvas.....	17
2.6 Modelo de Procesos.....	20
2.7 Plataforma Ignis Gravitas.....	22
2.8 Diagnostico de la industria textil.....	25

Capítulo 3.....	27
Modelo de Negocios Canvas para la confección de bolsos térmicos multifuncionales y su implementación en la plataforma Ignis Gravitass.....	27
3.1 Propuesta: Producto mínimo viable para la fabricación de bolsos multifuncionales.....	27
3.2 Reconocimiento del mercado objetivo.....	28
3.3 Definición de los nueve elementos del Canvas.....	32
3.3.1 Segmento de mercado.....	33
3.3.2 Propuesta de valor.....	41
3.3.3 Canales.....	43
3.3.4 Relación con clientes.....	45
3.3.5 Actividades claves.....	47
3.3.6 Aliados claves.....	48
3.3.7 Recursos claves.....	50
3.3.8 Estructuras de costo.....	51
3.3.9 Fuente de ingreso.....	52
3.4 Canvas para la confección de un bolso multifuncional.....	54
Capítulo 4.....	57
Modelado de procesos para una empresa de confección de bolsos.....	57
4.1 Objetivos para el modelo de negocio de bolsos.....	57
4.2 Misión.....	57
4.3 Visión.....	58
4.4 Objetivo general.....	58
4.5 Procesos en el Modelo de Negocios para la elaboración de bolsos térmicos multifuncionales.....	58
4.5.1 Actores involucrados.....	58
4.5.2 Estructura organizativa.....	62
4.5.3 Los Procesos en la confección de bolsos Multifuncionales.....	64
Capítulo 5.....	86
Uso de la plataforma Ignis Gravitass.....	86
5.1 Registro a la plataforma.....	86

5.2	Crear la <i>startup</i>	87
5.3	Herramienta Idea.....	87
5.3.1	Idea.....	88
5.3.2	Usuarios y consumidores.....	89
5.3.3	Circunstancia.....	90
5.3.4	Producto.....	90
5.3.5	Recurso.....	91
5.4	Herramienta Producto.....	93
5.4.1	Producto.....	93
5.4.2	BMC (Business Model Canvas).....	94
5.4.3	Infraestructura.....	96
5.4.4	Relación con los clientes.....	96
5.4.5	Monetización.....	97
5.5	Herramienta Ejecución.....	98
5.6	Herramienta CEO.....	100
5.6.1	CEO.....	100
5.6.2	Finanzas.....	101
5.6.3	Tabla de capitalización.....	103
5.6.4	Afiliación.....	104
5.7	Herramienta Negocio y monetización.....	106
5.8	Herramienta Infraestructura.....	108
5.9	Herramienta tarjeta de la <i>startup</i>	110
5.10	Evaluación de la plataforma.....	114
5.11	Recomendaciones y sugerencias.....	117
Capítulo 6.....		122
	Conclusiones y recomendaciones.....	122
6.1	Conclusiones.....	122
6.2	Recomendaciones.....	123
Referencias.....		125
Anexos.....		126

Índice de Figuras

2.1	Los nueve elementos del Modelo de Negocio canvas.....	17
2.2	Plantilla para el lienzo del modelo de negocio canvas.....	20
3.1	Clasificación de encuestadas.....	28
3.2	Ingreso a editar <i>pitch</i>	29
3.3	Crear <i>pitch</i>	29
3.4	Oportunidad	30
3.5	Competidores.....	30
3.6	Mercado objetivo.....	31
3.7	Ventas.....	31
3.8	Entrada al lienzo canvas.....	32
3.9	Lienzo canvas.....	33
3.10	Lugar de trabajo.....	34
3.11	Medio donde trasladan la comida (trabajadoras ejecutivas).....	34
3.12	Diseño del bolso.....	35
3.13	Medio donde trasladan la comida (estudiante).....	35
3.14	Diseño del bolso	36
3.15	Medio donde trasladan la comida (trabajadora informal).....	36
3.16	Diseño del bolso.....	37
3.17	Perfil del cliente.....	38
3.18	Segmento de clientes (Mujeres con trabajos Ejecutivos).....	39
3.19	Segmento 1 (Mujeres con trabajos Ejecutivos) en plataforma Ignis Gravitass.....	39
3.20	Segmento 2 (Mujeres con trabajos informales) en plataforma Ignis Gravitass.....	40
3.21	Segmento 3 (Mujeres estudiantes) en plataforma IgnisGravitass.....	40
3.22	Mapa de valor.....	42
3.23	Propuesta de valor.....	42
3.24	Propuesta de valor en la plataforma Ignis Gravitass.....	43
3.25	Canales.....	44
3.26	Canales en la plataforma Ignis Gravitass.....	44
3.27	Relación con clientes.....	46
3.28	Relación con los clientes en la plataforma Ignis Gravitass.....	46
3.29	Actividades claves.....	47

3.30	Actividades claves en la plataforma Ignis Gravitass.....	48
3.31	Aliados claves.....	49
3.32	Aliados claves en la plataforma Ignis Gravitass.....	49
3.33	Recursos claves.....	50
3.34	Recursos claves en la plataforma Ignis Gravitass.....	51
3.35	Estructura de costos.....	52
3.36	Estructura de costos en la plataforma Ignis Gravitass.....	52
3.37	Fuente de ingreso.....	53
3.38	Fuente de ingreso en la plataforma Ignis Gravitass.....	53
3.39	Lienzo canvas para la confección de bolsos térmicos multifuncionales.....	55
3.40	Lienzo canvas en la plataforma Ignis Gravitass.....	56
4.1	Jerarquía de Actores.....	62
4.2	Estructura organizativa de la empresa	64
4.3	Cadena de valor para la confección de bolsos térmicos multifuncionales.....	65
4.4	Proceso fundamental 1.....	66
4.5	Diagrama de actividad, buscar Diseñadores.....	68
4.6	Diagrama de actividad Indagar tendencias de moda.....	68
4.7	Diagrama de actividad Diseñar patrones.....	69
4.8	Proceso fundamenta 2.....	70
4.9	Diagrama de actividad Buscar proveedores.....	71
4.10	Diagrama de actividad Calidad de materia prima.....	72
4.11	Proceso fundamental 3.....	73
4.12	Diagrama de actividad Realizar diseños en tela.....	75
4.13	Diagrama de actividad costura de las telas.....	75
4.14	Diagrama de actividad Acabado de los bolsos.....	76
4.15	Proceso fundamental 4.....	77
4.16	Diagrama de actividad Calidad de los bolsos.....	78
4.17	Proceso fundamental 5.....	79
4.18	Diagrama de actividad Política de rotación.....	81
4.19	Diagrama de actividad Punto reorden.....	81
4.20	Proceso fundamental 6.....	83
4.21	Diagrama de actividad Pedidos de los bolsos.....	84
4.22	Diagrama de actividad Publicidad de los bolsos.....	85

5.1	Registro de usuario.....	86
5.2	Creación de la <i>startup</i>	87
5.3	Pantalla de inicio en la <i>startup</i>	88
5.4	Idea.....	89
5.5	Usuarios y consumidores.....	89
5.6	Circunstancia.....	90
5.7	Producto.....	91
5.8	Recursos.....	92
5.9	Probabilidades de éxito e innovación.....	92
5.10	Pantalla de inicio producto.....	93
5.11	Construcción.....	94
5.12	BCM del MVP actual.....	95
5.13	Estaciones BMC.....	95
5.14	Infraestructura.....	96
5.15	Relación con los clientes.....	97
5.16	Monetización.....	97
5.17	Ejecución.....	98
5.18	Mis tareas.....	98
5.19	Nuestro soporte.....	99
5.20	Nuestras prioridades.....	99
5.21	Nuestras tareas.....	99
5.22	Pantalla de inicio CEO	100
5.23	CEO.....	101
5.24	General.....	102
5.25	Mes.....	102
5.26	Análisis.....	103
5.27	Tabla de capitalización.....	104
5.28	Afiliación.....	105
5.29	Miembros.....	105
5.30	Juntas.....	106
5.31	Pantalla de inicio herramienta Negocio y monetización.....	107
5.32	Negocio (lienzo canvas).....	107
5.33	Relaciones con clientes.....	108

5.34	Monetización.....	108
5.35	Infraestructura.....	109
5.36	Reuniones.....	109
5.37	Pantalla de inicio Tarjeta de la <i>startup</i>	110
5.38	<i>Startup</i>	111
5.39	<i>Pitch</i>	111
5.39.1	Nuestra oportunidad.....	112
5.39.2	Inversión y canales de ventas.....	112
5.39.3	Proyecciones financieras.....	113
5.39.4	Meta.....	113
5.39.5	Equipo, aliados y recursos.....	113

www.bdigital.ula.ve

Índice de tablas

4.1	Actores.....	59
5.1	Parámetros y resultados de la plataforma Ignis Gravitass.....	115
5.2	Recomendaciones.....	117
5.3	Fortalezas y debilidades de la plataforma Ignis Gravitass.....	121

www.bdigital.ula.ve

Capítulo 1

Introducción

Aunque el trabajo artesanal ha sido estudiado con cierta profundidad especialmente lo relativo a su característica, tecnología, producción y comercialización, esencialmente en aquellas regiones hispanoamericanas en las que esa actividad alcanzo un significado desarrollo, ese interés se ha manifestado de manera ilimitada por los trabajadores, y solo ha despertado interés de los investigadores cuando los artífices se han destacado en la realización de obras, las que han alcanzado una especial trascendencia y elevado valor artístico y financiero. A diferencia de aquello que se desempeñan en labores para producir artefactos utilitarios y de uso cotidiano, apenas son recordados por la posteridad a pesar de la importancia que reviste, son desconocidos y olvidados.

En el caso del estado Mérida, los indígenas prehispánicos tuvieron ciertas actividades artesanales, pero solo fue con la llegada de los peninsulares que las actividades hicieron su aparición en la ciudad de las nieves eternas, debido a las numerosas necesidades de herramientas, tecnología y otros productos que eran fabricados por los artífices.

Sin embargo, los europeos aportaron nuevos materiales, técnicas, instrumentos e introdujeron nuevas necesidades, en general la cultura indígena fue proclive al proceso de producción artesanal, pero las autoridades coloniales permitieron e impulsaron el seguimiento y desarrollo de la artesanía en Hispanoamérica. De esta forma, los artesanos se concentraron en las grandes capitales donde residían la mayoría de sus potenciales clientes. De ese modo, la conformación de los núcleos urbanos al estilo europeo en la cordillera merideña posibilitó el surgimiento del mercado de bienes de consumo de distintos tipos, en medio de una novedosa actividad comercial. Para satisfacer esas necesidades vitales se impulsó el desarrollo de trabajos artesanales, el que se desplegó en diversos rubros; posterior mente se reunieron según sus

oficios, estableciendo jerarquía subordinadas de acuerdo al conocimiento adquirido por los trabajadores, luego de un proceso de aprendizaje prestaban las fianzas para asegurar que sus clientes no serían defraudados ni estafados por el noble fabricante.

De ese modo desarrollaron su producción la cual fue de vital importancia para la economía emeritense, puesto que permitió el abastecimiento de diversos productos, a fin de satisfacer las crecientes necesidades, pero también enfrentaron numerosos obstáculos de sus propias labores, los cuales limitaron severamente su poder adquisitivo, como en su capacidad de pago, por cuyas razones debieron soportar rígidas medidas punitivas.

En este contexto, el estado Mérida se constituye en una de las manifestaciones culturales más ricas por los elementos de patrimonio cultural e identidad que la conforman, una de ellas es la actividad artesanal que se ha venido convirtiendo en un factor estratégico de desarrollo con una experiencia de organización y un nivel de calidad de las piezas u objetos, transformándose turísticamente por presentar diferentes propuestas textileras, convirtiéndose en exquisitas piezas de exhibición y para coleccionistas con diseños modernos.

Aun cuando se ha avanzado en el negocio de producción textil en el país, y existen talleres, que desde sus inicios cuentan con numerosos clientes dentro y fuera del país; sus creaciones le han merecido numerosos premios internacionales e incluso sus creaciones de algunos se pueden encontrar en museos textil de Washington, en Estados Unidos; cada día los artesanales autóctonos de este estado han incorporado una gran variedad de tejidos reinventando su creatividad. Pero actualmente, poseen muy poca publicidad comercial.

En este sentido, el propósito del presente proyecto se basa en apoyar el desarrollo de un emprendimiento innovador en el área textil, enfocando el estudio en la fabricación de bolsos que satisfagan las necesidades del cliente, para el fortalecimiento de la actividad se propone enfocar los esfuerzos en los recursos financieros, físicos e intelectuales e incluso humanos para lograr un

emprendimiento satisfactorio, a través del beneficio y la utilización de las Tecnologías de información y comunicación, empleando como metodología el modelo de negocios para analizar el conjunto de elementos que conforman el plan estratégico en función de planificar la actividad comercial.

En esta perspectiva, el modelo de negocios es necesario porque permite describir y explicar la forma que se va a realizar, así como los diferentes aspectos relacionados con los objetivos, estrategias, el proceso productivo, inversión requerida y la rentabilidad esperada, para ofrecer y promocionar satisfactoriamente la venta de bolsos,

En este contexto, se consideró pertinente utilizar el Modelo de Negocios Canvas (The Business Model Canvas), como herramienta para proponer el valor que es darle respuesta al problema, el segmento del clientes, ubicando geográficamente el tipo de personas que va dirigido el servicio, los canales el medio de cómo va llegar el producto al cliente, relación con el cliente, modelo de ingreso (el valor del producto), para difundir lo relacionado con la venta de los bolsos en el estado; ofreciendo comodidad al cliente. De igual forma se usara la plataforma IgnisGravitas para asegurar el éxito del emprendimiento pues nos proporciona una serie de herramienta que ayudan a tal fin acompañándonos en todo momento.

En definitiva, con el desarrollo del presente proyecto, se busca minimizar el poco uso de la tecnología teniendo en cuenta los beneficio y ventajas como medio de valor para desarrollar el crecimiento y venta de productos en la pequeñas y medianas empresas.

1.1 Antecedentes

En este sentido, Archila (2009) señala en su trabajo de investigación titulado “Plan de negocio para la creación de una empresa de confección de jeans que permite a los compradores diseñar y adquirir el jeans por medio de

una página web”. La empresa textil-confección busca romper el esquema de la producción en línea, porque promocionan que el consumidor se identifique con el producto o servicio, dándole la oportunidad al cliente de diseñar su prenda de vestir; es decir le permiten al comprador que escoja la referencia del jeans para la promoción de su línea de ropa y no para su venta. El uso de tecnología le ha permitido a la empresa darse cuenta de la capacidad de alcance que tiene este medio para la comercialización de cualquier producto. Por tal razón considero relevante utilizarlo como estrategia de comercialización y distribución.

Este estudio aporta teórica y conceptualmente elementos que fortalecen a esta investigación, puesto que para aplicar la estrategia de diseño implemento un plan de negocio basado en 7 pasos (observación, determinación del mercado, variable de segmentación, proyección, acción de competencia, determinación FODA y elección del segmento) y en comercialización como estrategia las TICs, lo que confirma que un plan de negocio necesita del apoyo de la herramienta tecnológica para que se promueva cualquier producto.

Por otro lado, Fernández (2010) en su trabajo de investigación titulado “Plan de negocio para una empresa productora y comercializadora de arte urbano a través de camisetas y bolsos”; este estudio presenta como problemática la competitividad y desaceleración en lo concerniente a las ventas, por lo que la empresa no cumplió sus objetivos en este aspecto, de allí surge la dificultad para superar el mal estructural, exceso de personal y la tecnificación faltante en el proceso y línea de producción. En consecuencia se planteó como idea de negocio la estrategia de promoción y publicidad mesclando el marketing y la página web que servirá como núcleo de la nueva concepción de negocios con el fin de ir a la vanguardia y crear una comunidad en torno a la marca.

Este antecedente tiene relación directa con este estudio puesto que promociona la venta de camisetas y bolsos; además aplica como estrategia modelos empresariales que orientan la promoción y publicidad de un producto considerando determinados pasos que conllevan al uso adecuado de la

estrategia de servicio en el trato y conocimiento de los clientes en cuanto al producto en venta.

Así mismo se menciona Rojas (2017) en su trabajo de investigación titulado “Modelado de negocio para el sector turístico, caso de estudio: turismo de montaña en el estado Mérida”; la finalidad del presente proyecto es diseñar un Modelo de Negocios para la promoción del sector turístico de montaña en el estado Mérida, que satisfaga los requerimientos de información para los clientes o turistas sobre las diferentes opciones de Turismo de montaña presentes en este Estado. Este trabajo se basó en el Modelo de Canvas, tuvo como punto de partida la identificación a través de la representación gráfica de recursos del turismo, incluyendo los objetivos, procesos y actividades relacionados, para luego hacer uso de la metodología del Modelo de Negocios Canvas (The Business ModelCanvas), mediante los nueve elementos; que lo caracteriza para el desarrollo de un plan de negocio. Este autor, recomienda el desarrollo de tecnologías de información como principal herramienta para la promoción del estado, promoviendo que las mismas expongan la relación de los distintos factores que dan vida al turismo de Mérida, a través de la relación entre atractivos, actividades, eventos y servicios existentes en la región.

Este estudio es relevante y tiene relación directa con esta investigación porque se enmarca en el mismo plan de negocio basado en el modelo canvas, que es un sistema que permite realizar un plan de negocio en corto tiempo y de manera rápida; especificando la forma de engranar los nueve elementos que lo conforman que es la estructura que compone una empresa y que esta a su vez permite que mejore los aspectos en la medida que se vaya desarrollando garantizando la estrategia competitiva.

1.2 Planteamiento del problema

La historia de la hilatura está en el mismo origen de la utilización que el hombre hizo de las fibras naturales. En ese origen, la primera herramienta de hilado fueron las propias manos del hombre que, realizando una sencilla torsión

sobre un manojo de fibras y desarrollando su creatividad comenzaron a elaborar la diversidad de tejidos, de allí se fue pasando del telar manual artesano que hemos conocido, a la renovación de su maquinaria por otra más nueva, más automatizada y de mayor productividad. La corriente arrolladora de la industria textil a consecuencia del cambio social, ha ido presentando sus productos, sus fabricados, porque van adquiriendo una utilización agradable y más cómoda. Así han aparecido nuevas fibras, nuevos productos, técnicas, procesos, en cuanto a calidad y capacidad.

En este sentido, Viktor y Rolf señala que el recurso textil, “propone una idea experimental del proceso del diseño. Se exhibirá su impronta, su estructura morfológica y sintáctica aplicada en su prenda. También se analiza aquellas transformaciones que genere nuevas formas en la tipología bases elegidas para la colección” (p.4). De allí, la importancia que cada artesanal busca la identidad a partir de la toma de partido como una mirada individual, orientada hacia el futuro, una herramienta que bien utilizada en su justa medida aporta elementos que convivirían con la lógica evolución con el ser humano, presentando un objeto o producto nuevo.

Por lo tanto, el acto de diseñar es un aspecto innovador en cada artesano, por eso, la idiosincrasia propia del negocio y el trabajo manual parecen apartarse de un proceso mecanizado y tecnológico, quizá porque no se centra en la fase productiva, pero tampoco se puede olvidar que las TIC son una gran ayuda a la hora de gestionar y vender los productos. El artesano tiene a su alcance, como cualquier otro empresario, una serie de aplicaciones que le pueden ayudar en su quehacer cotidiano y en la gestión de su negocio, beneficiándose en el ahorro del tiempo por una mejor gestión de información, avance en los trámites internos del negocio y aumento de la capacidad de comunicación con terceros.

Sin embargo, el grado de penetración de elementos de las tecnologías de la información y comunicación en el sector artesanal es muy poca en comparación a otros sectores productivos del estado Mérida, esto es consecuencia que ha ido descendiendo por la situación de la crisis del país,

asimismo, por el desconocimiento y falta de capacitación para poder sacarle el rendimiento adecuado junto con el financiamiento con que puedan hacer frente al proceso de digitalización y más en el caso del diseño y la producción que están muy poco tecnificado en el negocio artesanal en la actualidad.

Se propone entonces, como producto a elabora un bolso con doble funcionalidad, que sirva para el día a día de la mujer merideña donde pueda llevar fácilmente sus pertenencias y a la vez tenga la opción de llevar consigo la comida caliente a su trabajo, ya que está elaborado con un material térmico que permite mantener la temperatura de los alimentos, además de tener la comodidad de cargar con un solo bolso y la tranquilidad de que no se derramaran los alimentos.

1.3 Justificación

La terminación textil comúnmente se conoce como la ennoblecimiento textil y consiste en conferir las características finales de hilos y telas en una serie de proceso, por su parte, el eslabón de indumentaria y confecciones comprende la elaboración de prendas u objetos; y esto a su vez se caracteriza por su diseño que es el rol fundamental que ocupa en la creación del valor agregado a la prenda, pero una vez terminada la misma, juega un papel central la actividad de comercialización a partir de la selección de un mercado objetivo.

Sin embargo, en los últimos años gran porcentaje del trabajo artesanal, que requiere un nivel bajo de calificación, se ha separado del proceso productivo de la empresa. Por tanto, el sector textil puede considerarse capital intensivo y su producción demanda importantes inversiones. En consecuencia, la tecnología empleada adopta un rol clave no solo para obtener mejor productividad sino para lograr los niveles competitivos.

Por tal razón, es de gran importancia la creación de un modelo para asegurar el buen desempeño y éxito del negocio, usando la tecnología que en

este caso será la plataforma Ignis Gravitass (www.ignisgravitas.com), la cual además de ayudar en el éxito del emprendimiento proporciona la capacidad de mostrar el producto a todas las personas que interactúen en ella, dándole la máxima potencialidad y más si se tiene en cuenta que, en muchas ocasiones, el artesano tiene la capacidad muy limitada de exponer sus artículos en ferias o encuentros sectoriales. Además, puede enseñar y comunicar los procesos de producción, teniendo un dialogo fluido con el potencial cliente, capaz de verter una opinión sobre el artículo, aún más importante, dando la pista para saber cómo transformar género en el futuro para evolucionar en el negocio, aunado a ello la ejecución de un módulo de inventario el cual ayudara a tener un mejor control de materia prima en la empresa.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General:

Desarrollar un modelo de negocio Implementado en la plataforma Ignis Gravitass para emprendedores textiles en el estado Mérida.

1.4.2 Objetivos Específicos:

1. Indagar sobre el estado actual de la industria textil en el estado Mérida.
2. Diagnosticar el nivel de conocimiento que posee el personal de la empresa sobre modelos de negocios textiles.
3. Identificar el tipo de recursos o medios que utiliza la empresa para la promoción textilera.
4. Determinar las características de los productos textiles utilizados en la empresa.
5. Determinar las privaciones y requerimientos en la promoción para el impulso de la actividad textilera en el Estado

6. Desarrollar el modelado de procesos de la empresa dedicada a la confección de bolsos.
7. Implementar el modelo en la plataforma Ignis Gravitass.
8. Evaluar la experiencia de Usuario en la Plataforma Ignis Gravitass.

1.5 Metodología

Desde el punto de vista metodológico este estudio determina las características de la investigación y define que se hace, como y cuando. En este caso fue imprescindible decidir y planificar estrategias para darle solución al problema en estudio; por otro lado, describe el análisis sistemático de un evento de la realidad, además de comprender la naturaleza y factores constituyentes, explicando las causas y efectos. Al respecto, Finol y Camacho (2008) señala que el marco metodológico. "Es el proceso de investigación iniciado con planteamiento, descripción, análisis del contexto referido a un evento, hecho o problema, donde se identifica el tipo y diseño e investigación, población, muestra, técnica de instrumento para la recolección de datos" (p. 6).

Esta metodología está basada en el uso de dos modelos, uno es el modelo del producto el cual lo realizamos a través del modelo de negocio basado en Canvas para obtener un producto viable y en el cual se debe hacer la identificación de nueve elementos, que se desarrolla paso a paso el plan de la empresa donde se alcanzan los objetivos mediante la aplicación de estrategias y acciones para llevar a cabo la idea del negocio o iniciativa empresarial; orientado en las decisiones al lanzamiento de un producto, gracias a la implementación del valor y del núcleo de la actividad de la empresa; por ello es importante señalar los elementos de la creación del valor que son: estructura de los costos (actividades clave, socios clave, recurso clave) y fuente de ingreso (relación con los clientes, segmentos de clientes, canales de comunicación), el otro modelo es el modelado de procesos determinando así los lineamientos que deben ejecutar una determinada empresa y cada proceso que se debe llevar a cabo para la promoción.

Por lo tanto, la metodología de investigación está asentada en el estudio de bases Teóricas, identificación de aspectos relevantes en la fabricación de Bolsos, determinación del contexto actual en el área textil (organizaciones,

recursos, actores, atractivos, infraestructura, promoción), identificación de necesidades y propuesta para clientes beneficiados con la fabricación de bolsos por medio del Modelo de Negocios Canvas, determinación de la dinámica y actores necesarios para llevar a cabo la confección de bolsos a través de Modelado de Procesos.

1.6 Alcance de la Investigación

Esta investigación tiene diversos alcances, el primero es conocer teóricamente y desarrollar el modelo de negocio de la empresa dedicada a la confección de bolsos a través de la metodología del canvas y después a través de la plataforma IgnisGravitas se concretó la idea del producto con el fin de innovar con diseños de bolsos logrando el primer prototipo gracias al acompañamiento y disciplina que generó el uso de la plataforma, además de reforzar el estudio y la aplicación del modelo de negocio, segundo el estudio de los procesos de negocio con el fin de desarrollar el modelo de procesos, puesto que este permite comprender el proceso que se lleva a cabo dentro de la empresa considerando tanto su estructura organizativa como las gestiones que se deben llevar a cabo para el buen funcionamiento de la misma.

Capítulo 2

Marco Teórico

Una vez seleccionado el problema y definido los objetivos, la investigadora realiza una descripción del objeto en el cual expone sus rasgos más relevantes. Basándose en esta composición la investigadora construye el marco teórico que es el principal soporte del estudio. Establece la teoría y sus interrelaciones; representa un sistema coordinado, coherente de conceptos y propósitos para abordar el problema. Su elaboración surgió como producto de la búsqueda de lecturas y de discriminación de información válida para sustentar la información, ampliando las perspectivas sobre el campo de estudio

2.1 Industria textil: información y definiciones

La industria textil es considerada dentro del sector económico una de las industria que genera mayor número de empleos, según la organización mundial del comercio (2016) se generan 89.000 empleos directos y 356.000 indirectos lo que constituye el tercer sector generador de empleos en Venezuela.

Inicialmente, la producción textil era una actividad artesana propia del medio rural en la que también participaban pequeños grupos de artesanos hábiles. Con el desarrollo tecnológico nacieron las grandes empresas textiles, cuya influencia económica se dejó sentir con especial fuerza en el Reino Unido y los países de Europa occidental. De este modo, los avances tecnológicos que tuvieron lugar en el siglo XVIII no sólo impulsaron la industria textil moderna, sino que inauguraron el sistema fabril y los profundos cambios de la vida familiar y social que terminarían englobándose bajo la denominación de Revolución Industrial. El cambio continúa, pues los grandes establecimientos textiles se trasladan desde las zonas industrializadas hacia nuevas regiones que prometen mano de obra y energía más baratas, la competencia fomenta el desarrollo tecnológico continuo, con innovaciones como el control por

ordenador, para reducir la necesidad de mano de obra y mejorar la calidad. En esta perspectiva, la industria textil no sólo suministra productos esenciales para la creciente población mundial, sino que además ejerce una profunda influencia en el comercio internacional y la economía de las naciones

Orden de ideas, en la industria textil agrupa todas aquellas actividades dedicadas a la fabricación y obtención de fibras, hilado, tejido, tintado, y finalmente el acabado y confección de las distintas prendas. Entre ellas se tienen:

Hilado comprende el conjunto de procesos al que son sometidas las fibras textiles, tanto las naturales como las sintéticas, para ser transformadas en hilados homogéneos y resistentes. En épocas pasadas se utilizaba el pelo de animales, plantas y semillas para obtener fibras, luego se crearon las primeras fibras sintéticas. Aunque las fibras sintéticas elaboradas a partir de celulosa o productos químicos derivados del petróleo, solas mezcladas entre sí o con fibras naturales se emplean cada vez más, no han conseguido eclipsar por completo a los tejidos de fibras naturales, como la lana, el algodón, el lino o la seda. La seda es la única fibra natural formada por filamentos que se retuercen para obtener un hilo. Las demás fibras naturales hay que estirarlas, disponerlas en paralelo peinándolas y torsionándolas en una máquina continua de hilar que hace el hilo.

Fabricación de tejidos Desde sus orígenes en la antigüedad, el telar manual ha sido la máquina básica para tejer, luego, el telar “mecanizado” se convirtió en el instrumento predominante en Europa y, excepto en las culturas tradicionales donde se mantuvo el manual, en todo el mundo. Desde entonces, el cambio tecnológico los ha ido sustituyendo por aparatos más grandes, más rápidos y mucho más automatizados.

Tintura y estampado En un principio se utilizaban tintes naturales para dar color a hilos y tejidos, pero el descubrimiento de los colorantes derivados del alquitrán de hulla en el siglo XIX y de las fibras sintéticas en el

XX estimuló el continuo perfeccionamiento de la tintura, pero pronto fue sustituida por el estampado mecánico. Los cilindros de cobre grabados se utilizaron por primera vez en Inglaterra en 1785, a esto siguió un perfeccionamiento rápido que culminó en el estampado mecánico con cilindros de seis colores y registro perfecto. Las actuales estampadoras mecánicas producen más de 180 m por minuto de tejido estampado en 16 colores o más.

Acabado Al principio, los tejidos se acababan por cepillado o tundido de la superficie, relleno o apresto de la tela, o tratamiento en calandria de rodillos para darle aspecto lustroso. Ahora los géneros se pre encogen, se mercerizan (los hilos y tejidos de algodón se tratan con soluciones cáusticas para mejorar la resistencia y el brillo) y se someten a muy variados tratamientos de acabado para hacerlos inarrugables, mantener los pliegues y mejorar la resistencia al agua, el fuego y el enmohecimiento. Con tratamientos especiales se producen fibras de alto rendimiento, llamadas así por su extraordinaria solidez y resistencia extrema a altas temperaturas. Así como por ejemplo la aramida, una fibra similar al nylon, es más fuerte que el acero, y el kevlar, que se elabora a partir de aramida, se utilizan en la confección de tejidos a prueba de balas y prendas de vestir resistentes tanto al calor como a los productos químicos. Otras fibras sintéticas combinadas con carbono, boro, silicio, aluminio y otros elementos se utilizan para confeccionar materiales súper ligeros y súper fuertes, utilizados en aviones, naves espaciales, filtros y membranas resistentes a los productos químicos, y ropa de protección para la práctica deportiva.

2.2 Bolsos

Los bolsos y carteras son accesorios indispensables para toda mujer. Además de ser el complemento ideal para nuestra rutina de todos los días, los bolsos son una especie de pozo infinito para guardar todas las cosas que cada ser humano necesita y que no puede dejar de llevar a donde quiera que vaya. Y es que si algo tiene los bolsos, es una gran utilidad para casi todas las

actividades de nuestro día a día, por ello más que un simple accesorio, los bolsos son el mejor aliado y complemento. Son muchas las ventajas de los bolsos de tela, son espaciosos, prácticos, versátiles y hermosos gracias a esto se han vuelto populares entre todas las mujeres.

2.3 Bolsos térmicos

Un bolso térmico o bolso de aislamiento térmico es un recipiente en forma de bolsa fabricada con algún material con propiedades aislantes que le permitan mantener el calor o el frío. Los materiales más habituales son el neopreno el cual es una familia de cauchos sintéticos que se producen por polimerización de cloroprenoy el Foam. Dentro de este último, las dos variedades más utilizadas por los fabricantes de bolsos térmicos son el poliestireno expandido más ligero y el poliestireno extruido más denso y resistente. Cabe destacar, que el bolso térmico cuenta con características para su elaboración, varía de acuerdo al diseño y la creatividad; en este caso se diseñaran para tres tipos de perfil (estudiante, ejecutiva y casual).

Sin embargo, existe una gran diferencia entre un bolso térmico tradicional y uno moderno; en el diseño y material; por lo que se busca un bolso multifuncional, en vista que en un solo bolso se encuentran dos compartimientos, uno ideal para trasladar comida pues cuenta con materiales térmicos de alta calidad que mantienen la temperatura de los alimentos y el otro ideal para llevar las cosas personales de la mujer; destacándose con telas innovadoras y a la moda.

Pero, la nueva economía con la herramienta de los negocios virtuales, plantea nuevos retos tanto en la comunicación como en la concepción de productos y servicios. Ante todo debe ser evidente la ventaja competitiva que un producto ofrece al consumidor final. Esto depende de la creatividad del diseñador cuando proyecta formas adecuadas a estos ritmos y requerimiento; por tanto requiere de recursos pertinentes, basado en estrategias coherentes que se focalicen en la satisfacción de objetivos claros, de modo que la solución

no depende tanto de la inspiración si no de un trabajo arduo, sistemático y ordenado que seleccione los caminos y medios para alcanzarlos.

De allí que, el diseño es un proceso; es decir el resultado concreto del diseñador, así como la necesidad de tener una conciencia clara acerca de sus efectos sociales y económicos, para esto, se requiere de la acción simultánea de disciplinas técnicas y humanistas. En esta primera instancia es importante resaltar que el resultado concreto de la labor del diseñador es la configuración de las formas, facilitando el camino hacia la especialización, esto radica en su proceso mental para imaginar, prefigurar y configurar, permitiendo integrar en la forma conceptos requerimiento y limitaciones desde distintos ángulos: costos, segmento de mercado, tecnología a emplear, eficiencia esperada, entre otros.

Por otro lado, es un bolso de mujer más clásico y el más antiguo, contiene una gran cantidad de información sobre su portadora; es un mundo de proporciones reducidas que cumple una función, algunos justifican su necesidad, mientras que otros son consecuencias de cosas que se han tenido o vivido y que han quedado adheridas de algún modo. En consecuencia, el bolso es un accesorio para la mujer actual por la identidad colgante e integral del mismo puesto que contiene la facilidad y la práctica de llevar en él, elementos necesarios que utilizan en la vida diaria. La elaboración del bolso térmico viene determinada por un factor esencia, la necesidad de su uso, puesto que permite transportar un número determinado de artículos de uso frecuente así como los alimentos del consumo diario; adaptando a la comodidad y a la moda, siendo un accesorio de mano que va más allá de lo que uno piensa siendo practico, útil y hasta cierto punto indispensable, por lo que con las características mencionadas proporciona beneficios y ventajas, brindando cierta elegancia.

2.4 El Modelado de Negocios

Es importante tener claro el significado de negocio, se puede decir que es un sistema, método o forma de obtener dinero, a cambio de productos o servicios. Por otro lado, también es una actividad comercial o social que se ha pensado y que se desea desarrollar. Comprender a profundidad de modelo de negocios implica conocer la definición de determinados autores:

Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, Timothy Clark (2013) señala que es la lógica que subyace en el sustento económico de las corporaciones, es decir, la lógica que sigue una empresa para obtener ganancias. Asimismo, Casadesus-Masanell y Ricart(2011) proponen definirlo como un conjunto de elecciones y un conjunto de consecuencias derivadas de estas elecciones, las elecciones, adoptadas por la dirección, definen como la empresa crea y captura valor . Estas elecciones provocan consecuencias y estas, a su vez, pueden permitir la adopción de nuevas elecciones, generando bucles que retroalimentan las elecciones y consecuencias del modelo de negocio, estos bucles pueden ser de dos tipos círculos virtuosos o círculos viciosos. Los círculos virtuosos son bucles que consiguen reforzar el valor de los componentes del modelo de negocio en cada iteración.

Asimismo, Barrios (2005) argumenta que dichos modelos se elaboran para simplificar su comprensión y estudio del sistema a experimentar. En general dicha abstracción de la realidad a partir de la cual el individuo hace una interpretación puede variar, ya que todos perciben la realidad de formas distintas. Entonces el modelado se puede definir como el proceso de abstracción y simbolización para entender y manejar la complejidad de un sistema. Este proceso involucra tres conceptos esenciales; el objeto de estudio, el conocimiento (conjunto de conceptos), la representación (símbolos y su significado). De igual manera, este autor dice que es una representación de los elementos que constituyen una organización o parte de ella y de sus interrelaciones; es decir, sus objetivos, procesos, actividades, actores,

responsabilidades, sistemas, recursos, reglas, objetos de negocios, unidades funcionales, entre otras.

Considerando las definiciones antes señaladas se verificar la importancia que tiene el modelo de negocios como recurso y herramienta emprendedora para la empresa, porque permite ser innovador, aplicar metodologías que guía paso a paso el desarrollo del modelo con la intención de representar de la mejor forma las oportunidades que tiene la empresa y su propuesta ante el mercado.

2.5 El Modelo de Negocios Canvas

El modelo de negocio es una especie de anteproyecto de una estrategia que se aplica en las estructuras, procesos y sistemas de una empresa. Según Alexander Osterwalder, Yves Pigneur(2010) creen que la mejor manera de describir un modelo de negocio es dividiéndolo en nueve módulos básicos que reflejen la lógica que sigue una empresa para conseguir ingresos. Estos nueve módulos cubren las cuatro áreas principales de un negocio: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica, y son representadas en un lienzo la figura 2.1 representa el lienzo con cada elemento.



Figura 2.1 Los nueve elementos del Modelo de Negocio Canvas

Fuente: Osterwalder y Pigneur (2011).

En este sentido se puede decir que se tiene una **propuesta de valor** la cual crea valor para un segmento de mercado gracias a una mezcla específica de elementos adecuados a las necesidades de dicho segmento. Los valores pueden ser cuantitativos (precio, velocidad del servicio, etc.) o cualitativos (diseño, experiencia del cliente, etc.). Alexander Osterwalder, Yves Pigneur (2010), en pocas palabras es aquello que te hace diferente de la competencia, y por lo que tu cliente está dispuesto a pagarte, su objetivo es solucionar los problemas de los clientes; además de satisfacer sus necesidades lo que lo hace especial en el mercado y que está colocada en el centro del lienzo.

Sin embargo, la propuesta de valor se tiene que llevar a un **segmento de clientes** y son según Alexander Osterwalder, Yves Pigneur (2010) “el centro de cualquier modelo de negocio, ya que ninguna empresa puede sobrevivir durante mucho tiempo si no tiene clientes (rentables), es posible aumentar la satisfacción de los mismos agrupándolos en varios segmentos con necesidades, comportamientos y atributos comunes. Un modelo de negocio puede definir uno o varios segmentos de mercado, ya sean grandes o pequeños. Las empresas deben seleccionar, con una decisión fundamentada, los segmentos a los que se van a dirigir y, al mismo tiempo, los que no tendrán en cuenta”.

Por otro lado, con los clientes se tienen que establecer una serie de **relaciones** pues las empresas deben definir el tipo de relación que desean establecer con cada segmento de mercado. La relación puede ser personal o automatizada; y estas tienen que estar basadas en la captación de clientes, fidelización, estimulación de las ventas (venta sugestiva); para llevar esa propuesta de valor a los clientes, se tiene que hacer a través de unos **canales** como por ejemplo comerciales, Internet, tiendas offline, entre otros. En este mismo sentido, las funciones primordiales de los canales son dar a conocer a los clientes los productos y servicios de una empresa, ayudar a los clientes a evaluar la propuesta de valor de una empresa, permitir que los clientes compren productos y servicios específicos, proporcionar a los clientes una propuesta de valor, ofrecer a los clientes un servicio de atención posventa. Eso sería de puertas hacia fuera.

Mientras, que de puertas hacia dentro, es decir, a la izquierda en el lienzo, se tienen las **actividades claves** que son las acciones más importantes que debe emprender una empresa para tener éxito, y al igual que los recursos clave, son necesarias para crear, ofrecer una propuesta de valor, llegar a los mercados, establecer relaciones con clientes y percibir ingresos. Además, las actividades también varían en función del modelo de negocio y los **recursos clave** que permiten a las empresas crear y ofrecer una propuesta de valor, llegar a los mercados, establecer relaciones con segmentos de mercado y percibir ingresos. Cada modelo de negocio requiere recursos clave diferentes pueden ser físicos, económicos, intelectuales o humanos; asimismo, la empresa puede tenerlos en propiedad, alquilarlos u obtenerlos de sus socios clave.

En esta perspectiva, también cuenta con **socios clave** ya que las empresas se asocian por múltiples motivos y estas asociaciones son cada vez más importantes para muchos modelos de negocio. Las organizaciones crean alianzas para optimizar sus modelos de negocio, reducir riesgos o adquirir recursos; Y por último, no menos importante que los otros siete elementos, la **estructura de costes** donde se describen los principales costes en los que se incurre al trabajar con un modelo de negocio determinado. Tanto la creación y la entrega de valor como el mantenimiento de las relaciones con los clientes o la generación de ingresos tienen un coste. Estos costes son relativamente fáciles de calcular una vez que se han definido los recursos clave, las actividades clave y las asociaciones clave.

No obstante, algunos modelos de negocio implican más costes que otros, las **fuentes de ingresos** del negocio es donde “las empresas deben preguntarse lo siguiente: ¿por qué valor está dispuesto a pagar cada segmento de mercado? Si responde correctamente a esta pregunta, la empresa podrá crear una o varias fuentes de ingresos en cada segmento de mercado. Cada fuente de ingresos puede tener un mecanismo de fijación de precios diferente: lista de precios fijos, negociaciones, subastas, según mercado, según volumen o gestión de la rentabilidad.

Los módulos descritos anteriormente representan los aspectos más importantes para cualquier modelo de negocio; en la figura 2.2 se muestra la plantilla para el lienzo en el cual se deben plasmar toda la información que se tenga para realizar la propuesta de negocio.

Socios Clave ¿Quién son nuestros socios clave? ¿Cómo se pueden proporcionar socios? ¿Qué recursos clave podemos proporcionar de nuestros socios clave? ¿Son actividades clave o recursos clave de socios?	Actividades Clave ¿Qué actividades clave requieren nuestra propuesta de valor? ¿Cuáles son las más importantes? ¿Pueden ser realizadas por los socios? ¿Pueden ser realizadas por nosotros?	Propuesta de Valor ¿Qué valor ofrecemos a los clientes? ¿Qué problema o necesidad estamos resolviendo? ¿Qué necesidad estamos creando o mejorando? ¿Qué necesidad de los clientes estamos resolviendo?	Relación con Clientes ¿Qué tipo de relación queremos establecer con nuestros clientes? ¿Cómo podemos ayudar a nuestros clientes? ¿Cómo podemos atraer a nuestros clientes? ¿Cómo podemos retener a nuestros clientes?	Segmentos De Clientes ¿Qué segmentos de clientes queremos servir? ¿Cómo podemos servir a nuestros clientes?
Recursos Clave ¿Qué recursos clave necesitamos para nuestra propuesta de valor? ¿Cuáles son las más importantes? ¿Pueden ser obtenidos por los socios? ¿Pueden ser obtenidos por nosotros?			Canales ¿Cómo podemos entregar nuestra propuesta de valor a nuestros clientes? ¿Cuáles son los canales más importantes? ¿Cómo podemos atraer a nuestros clientes? ¿Cómo podemos retener a nuestros clientes?	
Estructura De Costos ¿Cuáles son los costos más importantes de nuestra propuesta de valor? ¿Cómo podemos reducir nuestros costos? ¿Cómo podemos diferenciar nuestra propuesta de valor?			Fuente De Ingresos ¿Cómo podemos cobrar a nuestros clientes? ¿Cuáles son los tipos de ingresos? ¿Cómo podemos atraer a nuestros clientes?	

Figura 2.2 Plantilla para el lienzo del modelo de negocio canvas

Fuente: Strategyzer AG(2016)

2.6 Modelado de procesos

Debido a la naturaleza compleja y dinámica de las organizaciones, los modelos son necesarios para entender el comportamiento de las mismas y diseñar los nuevos sistemas así como mejorar el funcionamiento de los existentes. Se debe tener clara la definición de modelo de procesos la cual es una expresión abstracta de los procesos principales de una organización. El Modelo de Procesos solamente muestra los procesos principales o macro procesos que a su vez pueden contener otros procesos.

Así mismo, un modelo de procesos de negocios “Permite describir una organización desde el punto de vista de los procesos que ésta ejecuta, de sus

actores y responsabilidades, de los recursos que están involucrados en cada uno de estos procesos. Al respecto, Barrios (citado por Baca, Solares y Acosta (2014) definen el modelo de procesos de negocio como “un conjunto de actividades ordenadas de una manera correcta para resolver determinado problema”. Asimismo, Arjona (2005) señala que “El modelo de procesos permite a la dirección analizar y determinar indicadores sobre el rendimiento objetivos cubiertos, factores críticos de éxito, recursos implicados y/o consumidos, etc., de los procesos principales (estratégicos), así como revisar su grado de eficiencia y el enfoque hacia la cobertura de los requerimientos estratégicos”.

De acuerdo con este mismo contexto, Mili et al. (2004), en su definición introducen el concepto de rol y consideran los procesos de negocio como actividades desarrolladas por dichos actores representando diferentes papeles, consumiendo unos recursos y produciendo otros. Las actividades pueden ser desencadenadas por hechos y pueden del mismo modo producir hechos por ellas mismas.

Por ello, una organización puede estar formada por un buen número de áreas funcionales, departamentos y puestos, con múltiples puntos de contacto entre sí. Un modelo proporciona la oportunidad de organizar y documentar la información sobre un sistema (Vernadat, 1996). Por lo tanto, la finalidad del modelado del negocio es describir cada proceso, especificando sus datos, actividades (o tareas), roles (o agentes) y reglas de negocio. García-Molina, (2007).

En este mismo orden de ideas, Curtis et al. (1992), afirman que existen cuatro puntos de vista en cuanto al modelado de los procesos de negocio: vista funcional (*qué*), la cual representa la dependencia funcional entre los elementos del proceso; vista dinámica (*cuándo, cómo*), que proporciona una secuenciación y control de la información sobre el proceso; vista informacional, que incluye la descripción y relación entre las entidades que son producidas, consumidas o incluso manipuladas por los procesos, la vista

organizacional (*quién, dónde*) que describe quién desarrolla cada tarea o función y dónde se desarrolla dentro de la organización.

2.7 Plataforma Ignis Gravitass

La plataforma Ignis Gravitass (www.ignisgravitas.com) es un conjunto de herramientas que están al servicio del emprendedor, proporcionando un proceso de acompañamiento, además de brindar la posibilidad de desarrollar la idea bajo una mirada de disciplina con mayor experiencia y también de construir startups y sus productos como unos expertos, e interactuar con la comunidad global emprendedora.

En esta plataforma se encuentra apoyo en áreas como la finanza, servicios legales, mentoría entre otras. Las herramientas con las cuales cuenta son:

- Negocio donde se establece una estrategia de negocio para el producto.
- Idea aquí se diseña el producto que los usuarios realmente quieren.
- Construcción en esta parte se planifica y se construye el producto.
- Tareas donde se administra e impulsa el desarrollo del producto.
- CEO dirigen la *startup* haciendo que se concentre en los valores importantes y reales.
- *Startup* aquí se construye la *startup* donde se puede acceder a las herramientas de equipo, propiedades, espacio de trabajo.
- Encuentra *Startup* en este espacio se permite mostrar la *startup* a una comunidad emprendedora activa.

En este sentido, resulta conveniente definir que es una *startup* y ese término es un emprendimiento de innovación, lleno de incertidumbres, se realizó para hacer crecer el número de clientes, por lo tanto, busca conseguir definir un producto que quiera la gente. Según Martínez y Cegarra (2014) una *startup* “es un negocio con una historia de funcionamiento limitado. Cuyas características principales son el riesgo que asumen, las posibilidades reales de recompensar así como sus grandes posibilidades de crecimiento, las

startup, generalmente, comienzan con una idea de negocio creativo posteriormente se busca la diferenciación por medio de la innovación, para finalmente emprender el negocio”.

De allí la importancia que tiene esta plataforma, pues su significado parte de dos palabras. En relación a Ignis que quiere decir fuego; la persona es creativa con un pensamiento original, genera nuevas ideas que conllevan a definir criterios y a resolver problemas; mientras gravitas significa fusionar la idea y el producto y el resultado es la promoción de ese producto al contexto social que posteriormente pasara a formar parte del espacio y los individuos van a ir girando alrededor del producto creado.

Esta plataforma surgió a partir de varias ideas y de la experiencia del profesor Gerard Páez quien se desempeñó durante 10 años, trabajando tecnología en diferentes *startup*, y al regresar a la universidad de los andes empezó a detectar que la educación tradicional no combinaba con la realidad mundial; observando el avance tecnológico que existe y la información masiva que se ha generado, permite tener acceso al internet transformando los nuevos parámetros para enseñar, por lo tanto se empezó a transformar la universidad y se creó un grupo de profesores de la facultad de ingeniería que se denominó radix.edu.

A partir de esta idea se planteó una estrategia para reproducir ambientes de innovación en el salón de clases que generen ideas de productos, que posteriormente los dueños lleven las ideas de producto al mercado. En este sentido, se creó el programa ULA *startup* donde se intenta formar a jóvenes al emprendimiento tecnológico de llevar los productos a la calle.

Luego de las experiencias se creó herramientas que permitieron hacer funcionar a los individuos a emprender esas ideas de una manera virtual a través de la plataforma IgnisGravitas, el cual se plantea como objetivo llevar esta plataforma al mundo y crear un instituto que se llame aceleradora para hacer formaciones de emprendimiento.

Es importante resaltar, el creador principal de IgnisGravitas es Gerard Páez; la plataforma se fundó el 19 de diciembre de 2016 junto con Breytner Fernández ingeniero de sistemas egresado de la Universidad de Los Andes, luego se incorporaron Alexander Superlano economista, Mudafar El Halabi ingeniero de sistemas; además de Roger Cuevas, Freddy Ramírez y Gabriel Bárbara diseñador gráfico.

Cabe destacar, que esta plataforma es una herramienta que sirve como medio de accionar a la tecnología evolucionando la persona como experto en el emprendimiento de innovación; es decir, Ignis es la zona que permite que el fuego interno sea usado desarrollando las herramientas en el emprendimiento tecnológico de cualquier tipo de producto y la zona gravitas es donde el mundo estará observando todo lo que se realiza; por tanto, lo que se produzca y lo que aparezca puede ser visto por el mundo por la zona gravita y así los inversionistas, mentores, entre otros, intercambian valores con todas las *startup* que estén funcionando .

Como todo proyecto esta plataforma posee una misión y visión. En relación a la misión es lo que se quiere lograr a través de un producto que se desarrolla, haciendo uso de la plataforma, construyendo con alta tecnología un espacio muy competitivo que se pueda manejar de una manera intuitiva fácil. Con respecto a la visión, la plataforma ocupa un espacio y tiempo de utilidad, está orientado especialmente hacia al emprendimiento tecnológico, donde se intercambie valor y utilidad de emprendimiento de generar soluciones para los problemas diarios.

En la comunidad están los emprendedores, inversionistas que van a estar atentos buscando *startup*, emprendimientos, pero al mismo tiempo va a haber mucha gente tratando de ofrecerse para trabajar en esas diferentes herramientas, otros individuos se catalogan como especialistas y esos se categorizan y son estudiados por IgnisGravitas, pero en principio se destacan personas con muchísima experiencia que se transformaron en doctores en lo que hacen, son especialistas con muchos años de sapiencia, ellos también pueden transformar las *startup* canalizarla con sus opiniones e ideas y sus

reflexiones, también hay otros miembros de esa comunidad de Ignis Gravititas potenciales que son los mentores con experiencia de emprendimiento que pueden ser partícipes de las juntas de consejeros o de los servicios de consejos a través de llegar a ser miembros de esas juntas, también hay una comunidad que se está promoviendo como oferta, que son las organizaciones, esas organizaciones son muy categorizadas como los GoFundMe que recolectan dinero mínimo pero la suma permite financiar *startup* las cuales necesitan registrar empresas, necesitan abogados, en efecto esas organizaciones van a estar allí disponibles, organizaciones como de diseño gráfico porque necesitan mejorar sus diseños algunas *startup*, pero son cosas puntuales.

2.8 Diagnóstico de la industria textil

Las siguientes líneas describen los resultados del diagnóstico a las empresas textiles, producto de la recopilación de la información a través de la comunicación directa. Cabe mencionar que el tratamiento que se le dio a esta información fue mediante de un dialogo entre propietarios y la investigadora.

En las visitas hechas a Fábrica Frosinone C.A, Tejidos San José, Confecciones Samile, Cooperativa de Producción Charley, Tejidos El Frailejón, se evidencio que el personal poseen poco conocimiento en el modelo de negocio y modelo de proceso, por la falta de capacitación y formación; se basan en la experiencia del propietario, se observó poco personal debido a la crisis económica que presenta el país actualmente llevando al ausentismo laboral por ausencia de transporte y de adquisición monetaria; manifestando al mismo tiempo la escasez de recursos e inflación de los precios para obtener la materia prima; por lo que ha bajado la cantidad de producción de los diferentes artículos.

Por otro lado se observó que unas empresas no utilizan la tecnología como herramienta de ayuda y medio de promoción; pero otros usan como medios la radio y la televisión dejando hoy por hoy de usarlos debido a sus altos costos. Trayendo como consecuencia privaciones y requerimientos en la

promoción para el impulso de la actividad textilera, aun así son muy pocos los que buscan alternativas de solución para alcanzar mejores resultados.

Estos resultados muestran debilidades en cuanto a la organización interna de las empresas, puesto que no tienen un modelo ni aplican procesos para desarrollar de mejor manera la construcción de sus productos, así mismo, tienen deficiencias en aplicar las estrategias innovadoras en el ámbito del emprendimiento, los propietarios deben explorar las posibilidades de desarrollo a futuro, como es emplear el modelo de negocio en el ámbito textil.

www.bdigital.ula.ve

Capítulo 3

Modelo de Negocios Canvas para la confección de bolsos térmicos multifuncionales y su implementación en la plataforma IgnisGravitas

Dado a que en la actualidad nos encontramos con una vida llena de incertidumbres, donde la mujer estudiante y trabajadora se ve en la necesidad de salir de sus hogares a muy tempranas horas y regresar en la noche, lo que trae como consecuencia que deba comer por fuera y dado a que la economía del país no está en su mejor momento, la mejor opción para estas personas es llevar desde su hogar el alimento que comerán a la hora del almuerzo, por tal motivo se llevara a cabo el modelo de negocio canvas para así aplicar las estrategias a las estructuras, procesos y sistemas de la empresa encargada de confeccionar los bolsos que ayudaran a la mujer trabajadora y estudiante, de igual forma se trabajara en conjunto con la plataforma IgnisGravitas.

3.1 Propuesta: Producto mínimo viable para la fabricación de bolsos multifuncionales

Es de gran importancia que todo diseño cuente con característica que determine la productividad y comercialización del mismo. En este caso Blank y Dorf (2013) señalan que el objetivo del producto mínimo viable es crear el conjunto de características mínimas posibles.

En este sentido, se propone un producto mínimo viable que se basa en la creación de bolsos multifuncionales los cuales son fabricados pensando en la comodidad de la trabajadora y estudiante merideña pues se trata de un bolso que permite tener la facilidad de llevar consigo un solo accesorio que incluye dos compartimientos uno especialmente diseñado para llevar comida el cual asegura que no traspase los olores y líquidos hacia el otro compartimiento el

cual es ideal para llevar cosas personales, la razón de seleccionar este tipo de accesorio es para facilitar el día a día de las mujeres que deben cargar con su comida al trabajo o su sitio de estudio, cabe destacar que es un diseño con variedad de colores y telas que hacen que el producto sea elegante, bello y a la moda.

3.2 Reconocimiento del mercado objetivo

Es necesario estudiar las diversas características de los clientes, esto con el fin de poder tener una visión de cuáles son los requerimientos y necesidades del mismo, así como también en que segmento se puede posicionar, de esta manera se podrá tener una visión más clara para poder cumplir con sus necesidades.

Mediante la entrevista (Anexo A) realizada a distintas mujeres trabajadoras y estudiantes que bien sea porque trabajan en horario corrido o viven lejos de sus hogares, deben llevar la comida a su sitio de trabajo o de estudio se pudo hacer una identificación de los distintos segmentos.

En consecuencia, se tomó como muestra una población de 55 mujeres trabajadoras y estudiantes las cuales representan distintos segmentos de mercado, como se puede observar en la figura 3.1 el 36.4% de las encuestadas son trabajadoras ejecutiva, es decir, cumplen sus jornadas de trabajos en una empresa, el 36.4% de las encuestadas son estudiantes, y el 27.3% son trabajadoras informales.

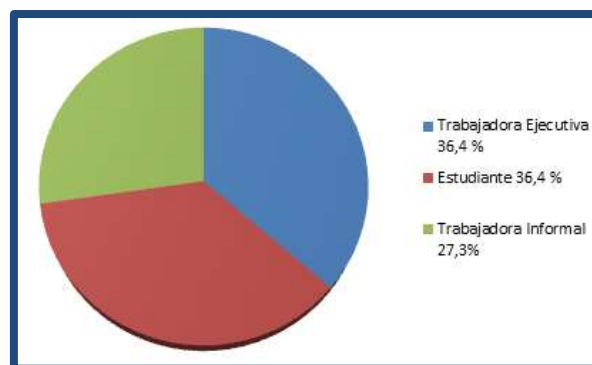


Figura 3.1 Clasificación de encuestadas.

Fuente: Elaboración Propia (encuestas)

Mediante la plataforma la manera de poder obtener la gráfica del mercado objetivo es ingresando a la parte de tarjeta de *startup* en el icono editar *pitch* (Figura 3.2).



Figura 3.2 Ingreso a editar pitch

Fuente: Plataforma Ignis Gravititas

Luego se entra en la ventana que se muestra en la figura 3.3, como se puede observar en la parte superior hay varias estaciones que se deben ir llenando la primera es la de construir *pitch* donde se debe hacer una breve descripción de la *startup*:



Figura 3.3 Crear pitch

Fuente: Plataforma Ignis Gravititas

Seguidamente se pasa a la segunda estación que se muestra en la figura 3.4, y es la estación de oportunidad donde se debe contestar el problema

que resuelve el producto, que solución se ofrece, y otras preguntas más que se muestran en la figura

Figura 3.4 Oportunidad

Fuente: Plataforma Ignis Gravitas

La figura 3.5 muestra la parte de competidor allí se debe ingresar cada competidor que se tienen en el mercado e indicar como la solución que se plantea es mejor.

Figura 3.5 Competidores

Fuente: Plataforma Ignis Gravitas

Luego los datos que se han sacado de la encuesta son llenados en la parte de mercados objetivos que se muestra en la figura 3.6 de este modo se obtiene la grafica del mercado objetivo.

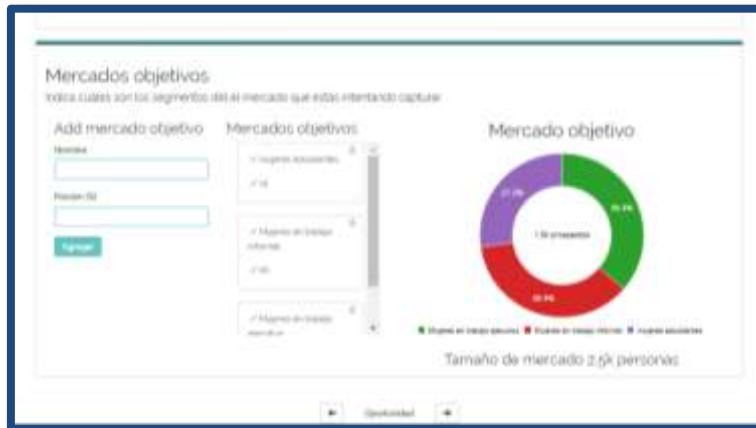


Figura 3.6 Mercado objetivo.

Fuente: Plataforma Ignis Gravitas

Los pasos anteriormente descritos son elaborados en la plataforma de una forma muy fácil e intuitiva siempre y cuando se cuente con la información correspondiente, es decir, que no se cuenta con la facilidad de incluir encuestas que puedan ser llenadas de manera online, ni tampoco un espacio donde pueda cargar la información completa obtenida de encuestas.

Adicionalmente la plataforma cuenta con una herramienta que permite hacer proyecciones para prever el crecimiento de la *startup* en un determinado lapso de tiempo, esto se puede realizar en la continuidad de las estaciones, luego de la estación de oportunidad esta la estación de ventas que se muestra en la figura 3.7 donde se debe indicar los canales de ventas que se usaran y las actividades que se llevaran a cabo para obtener más usuarios.

Figura 3.7 Ventas

Fuente: Plataforma Ignis Gravitas

3.3 Definición de los nueve elementos del Canvas

El lienzo del modelo de negocio es una herramienta que permite describir, analizar y diseñar modelos de negocios, es el que ayuda a la definición de los nueve módulos los cuales cubren las cuatro áreas principales de un negocio: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica. En este sentido se puede decir, que el modelo de negocio es una especie de anteproyecto de una estrategia que se aplicará en las estructuras, procesos y sistemas de una empresa.

Mediante la plataforma IgnisGravitas se tiene una herramienta denominada negocio que nos permite hacer el llenado del lienzo canvas para poder ingresar en esta sección como se muestra en la figura 3.8 se debe entrar en la parte de Negocio y Monetización pulsando el icono de Negocio



Figura 3.8 Entrada al lienzo canvas

Fuente: Plataforma Ignis Gravitas

Seguidamente lleva a la pantalla que se puede observar en la figura 3.9, donde se puede apreciar que se encuentra el lienzo, el cual se va llenando con cada una de las casillas pulsando el botón agregar

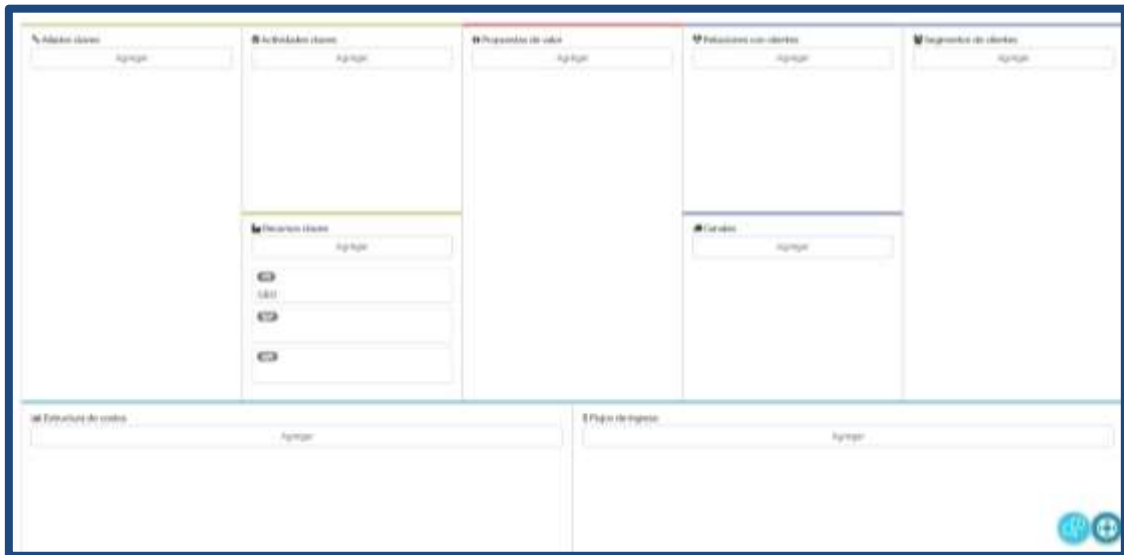


Figura 3.9 lienzo canvas

Fuente: Plataforma IgnisGravitas

En este sentido, es importante recalcar que es un proceso sencillo de realizar y dinámico pues permite crear un lienzo personalizado

3.3.1 Segmento de mercado

Una empresa debe atender desde uno a varios segmentos de mercado, aquí se define los diferentes grupos Homogéneos, con el fin de conocer un poco más en profundidad a los consumidores e identificar a los grupos similares de clientes que tiene necesidades, comportamientos y atributos comunes, con el ánimo de adaptar el producto a las características que demanda el mercado.

Para poder seleccionar adecuadamente los diferentes segmentos de mercado a los cuales se crearan una propuesta de valor en necesario responder las siguientes interrogantes; ¿para quién creamos valor? y ¿cuáles son nuestros clientes más importantes? Osterwalder y Pigneur (2011).

Segmento1: Mujeres con trabajos Ejecutivos

Este tipo de trabajadora, es aquella que presta sus servicios en instituciones públicas, farmacias, bancos y centros comerciales, como se puede observar en la figura 3.10 el 40% de las encuestadas trabaja en banco, el 10% en farmacias, el 25% en centros comerciales y el 25% en instituciones públicas tales como la gobernación, alcaldía, entre otros.

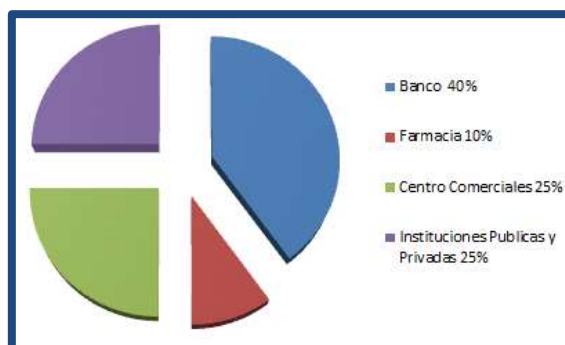


Figura 3.10 Lugar de trabajo.

Fuente: Elaboración Propia (encuestas)

www.bdigital.ula.ve

Así mismo, se presenta la figura 3.11 señalando las trabajadoras ejecutivas; quienes debido a su horario corrido trasladan su comida al sitio de trabajo, por lo tanto, muestra que la mayoría transportan su alimento en una lonchera destinada sólo para ese fin, mientras que el 30% la trasladan en la cartera y un 20% en una bolsa. Se evidencia según las opiniones diversidad en las respuesta, pero destacándose que la gran mayoría tienen una lonchera destinada sólo para llevar la comida.



Figura 3.11 Medio donde trasladan la comida (trabajadoras ejecutivas)

Fuente: Elaboración Propia (encuestas)

En la figura 3.12 se muestra la tendencia del estilo que desean, y como se puede observar el 65% se inclinó a gustarle un diseño tipo cartera obteniéndose el 65%, mientras que el 35% restante lo prefiere tipo morral.

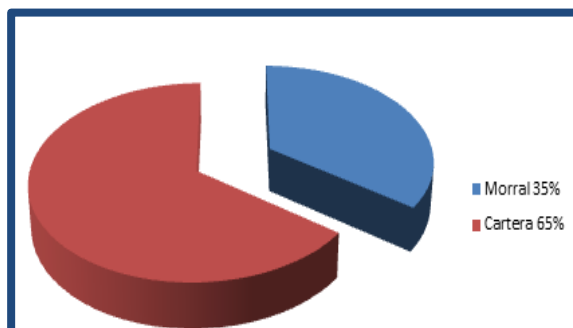


Figura 3.12 Diseño del bolso
Fuente: Elaboración Propia (encuestas)

Es de destacar que en este tipo de clientes se muestra interés por la confección de un bolso más elegante que le permita estar acorde con la vestimenta del trabajo se sugiere utilizar materiales como el cuero y telas refinadas.

www.bdigital.ula.ve

Segmento 2: Estudiante

En la figura 3.13 se observa que la mayoría de las estudiantes trasladan la comida en sus carteras (33.3%) y bolso (53.4), por lo cual tienen el riesgo de que se derrame y puedan dañar sus cosas personales, libros, papeles, entre otros, mientras que el 13.3% de las estudiantes llevan la comida aparte en una lonchera, lo cual les dificulta el traslado ya que deben cargar con muchas cosas.



Figura 3.13 Medio donde trasladan la comida (estudiante)
Fuente: Elaboración Propia (encuestas)

Mientras que en el diseño, la gran cantidad de estudiantes prefieren un estilo tipo morral (65%), ya que deben trasladar libros, cuadernos y muchos utensilios esenciales para clases, cabe destacar que la encuesta se le aplicó en su mayoría a estudiantes de bachillerato, mientras que las que prefieren un estilo tipo cartera son estudiantes universitarios (35%). Figura 3.14

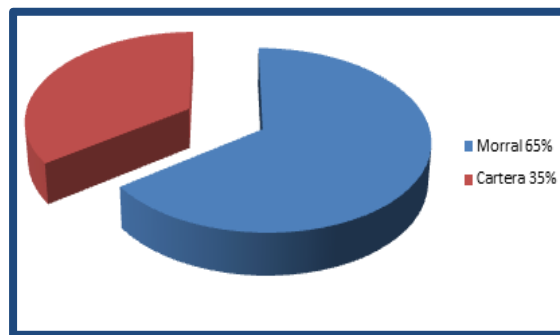


Figura 3.14 Diseño del bolso

Fuente: Elaboración Propia (encuestas)

Este tipo de cliente está interesado en su mayoría en un estilo casual que le permita adaptar a cualquier vestimenta.

Segmento 3: trabajadora Informal

Aquí se refiere a trabajadoras de venta ambulante las cuales en su mayoría manifestaron trasladar sus comidas en loncheras (46%) y bolsas (33,4%); mientras que un pequeño grupo (20%) de ellas utilizan la cartera (Figura 3.15).



Figura 3.15 Medio donde trasladan la comida (trabajadora informal)

Fuente: Elaboración Propia (encuestas)

En este segmento la mayoría de las mujeres seleccionaron el diseño del morral (60%), pero también hubo un grupo de ellas que escogieron cartera (40%).(Figura 3.16).

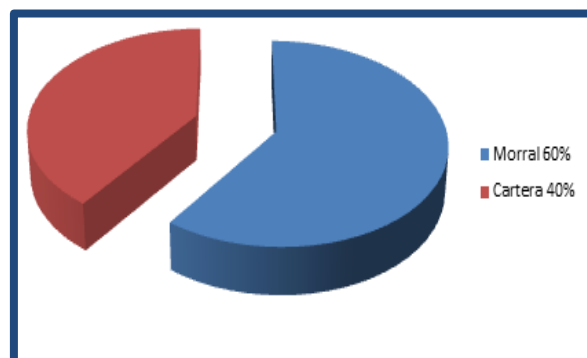


Figura 3.16 Diseño del bolso.

Fuente: Elaboración Propia (encuestas)

Este bolso está diseñado básicamente para el sector juvenil femenino, para mujeres que hacen vida en empresas y en ventas ambulantes con horario corrido y que estén en constante actividad diaria, también es ofrecido a tiendas físicas y digitales para su distribución (comerciante).

Es importante destacar que mediante la encuesta realizada se puede observar que el 100% de las trabajadoras ejecutivas, informales y estudiantes están en total acuerdo en que es necesaria la confección de un bolso multifuncional que permita trasladar tanto la comida como las cosas personales, de igual modo están de acuerdo en que el bolso debe cumplir con ciertas características como lo son: duradero, dado que es un bolso que usaran a diario y además es una buena inversión por estar hecho de un excelente material, útil pues es usado con un fin importante para la mujer de hoy en día, siendo cómodo para trasladar sus objetos personales como la comida, bonito y a la moda pues debe combinar con su atuendo, práctico ya que sólo debe cargar con un sólo bolso, de igual forma consideran que debe ser seguro en el sentido de que los alimentos si se llegasen a regar no traspasen al compartimiento donde están las cosas personales, en algunas sugerencias indican que les gustaría que el bolso sea confeccionado en material de cuero,

grande, con correas resistentes, de colores a la moda con combinación de telas.

La figura 3.17 muestra el lienzo del perfil de todos los segmentos descritos anteriormente.

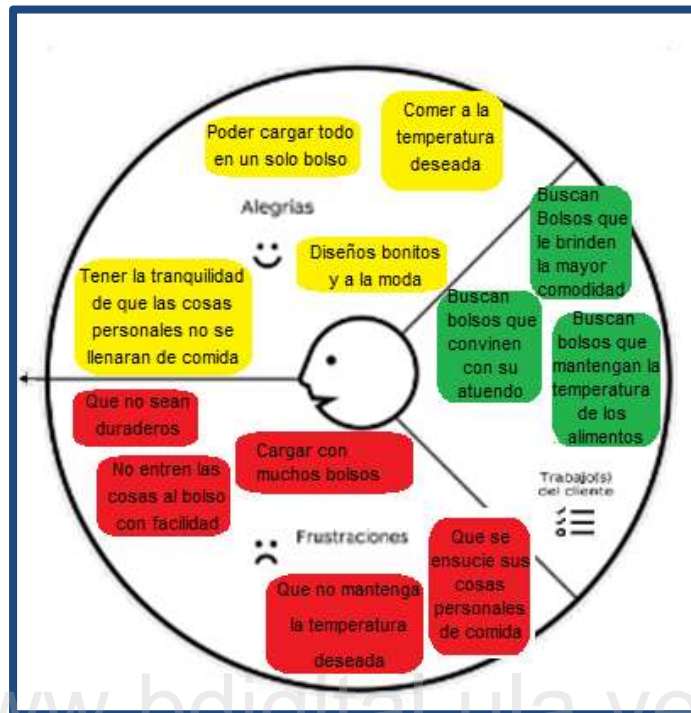


Figura 3.17 Perfil del cliente

Fuente: Elaboración Propia

Mediante la plataforma IgnisGravitas el segmento de mercado se llena introduciendo para cada segmento de clientes los datos nombre, descripción, necesidad, número de clientes objetivos, localización y da la opción de adjuntar una imagen para ilustrar el lienzo, esto lo podemos apreciar en la figura 3.18.

En la figura 3.19 se puede observar cómo queda el lienzo con la información del segmento 1 Mujeres con trabajos Ejecutivos, en la figura 3.20 se muestra el segmento 2 Mujeres con trabajos informales y en la figura 3.21 el segmento 3 Mujeres estudiantes.

Segmentos de clientes

Nombre

Descripción

Necesidad

Número de clientes objetivo

Localización

Adjunto

Figura 3.18 Segmento de clientes (Mujeres con trabajos Ejecutivos)

Fuente: Plataforma IgnisGravitas



Figura 3.19 Segmento 1 (Mujeres con trabajos Ejecutivos) en plataforma Ignis Gravitas

Fuente: Plataforma Ignis Gravitas



Figura 3.20 Segmento 2 (Mujeres con trabajos informales) en plataforma Ignis Gravitas

Fuente: Plataforma Ignis Gravitas



Figura 3.21 Segmento 3 (Mujeres estudiantes) en plataforma Ignis Gravitas

Fuente: Plataforma Ignis Gravitas

Es de resaltar que actualmente en la plataforma IgnisGravitas no se cuenta con una herramienta que nos permita realizar un estudio grafico más detallado de cada segmento de clientes que se tiene, ni tampoco se puede generar el lienzo o mapa de valor propuesto por Osterwalder (2015), el cual se destaca como una poderosa herramienta para identificar el perfil de cada cliente y la propuesta de valor adecuada que se adapte a las necesidades de los clientes.

3.3.2 Propuesta de valor

Se debe describir el conjunto de productos que crean valor para el segmento de mercado, pues la propuesta de valor es la que hace que un determinado cliente se incline por una empresa u otro, es por esto que es de vital importancia que esté orientada a satisfacer las necesidades de los clientes.

En este contexto, para describir la propuesta de valor Osterwalder y Pigneur (2011), proponen responder las siguientes interrogante: ¿Qué valor proporcionamos a nuestros clientes?, ¿Qué problema de nuestro cliente ayudamos a solucionar?, ¿Qué necesidades de los clientes satisfacemos?, ¿Qué paquete de productos o servicios ofrecemos a cada segmento de mercado?.

En este mismo orden de ideas, el valor que se ofrece es proporcionar al cliente la opción de tener una comodidad al momento de adquirir el bolso multifuncional y así poder satisfacer su necesidad, ofreciendo un producto de calidad que le permita mejorar su estilo de vida ya que puede cargar consigo a su trabajo o lugar de estudio en un solo bolso la comida a temperatura deseada pues se utilizan materiales térmicos de alta calidad que además no permiten el paso de olores y líquidos, asimismo puede cargar consigo sus accesorios personales, todo esto en un solo bolso garantizando un diseño único y a la moda.

A través de la identificación del perfil del cliente en el segmento de mercado se determina el mapa de valor que se muestra en la figura 3.22, el cual es un método de representación visual compuesto de tres partes el perfil del cliente, donde se describen las características de un determinado grupo de personas agrupando de la manera más estructurada y detallada posible las tareas, frustraciones y alegrías de un segmento de clientes, el mapa de valor, donde se especifica cómo se pretende crear valor para ese determinado segmento de clientes y está compuesto por productos y servicios, aliviadores de frustraciones y creadores de alegrías . Se consigue el encaje, el tercer elemento del modelo, cuando el mapa de valor coincide con el perfil del cliente, cuando los productos y servicios generan aliviadores de frustraciones y

creadores de alegrías que coinciden con alguna de las tareas, frustraciones y alegrías importantes para el cliente.

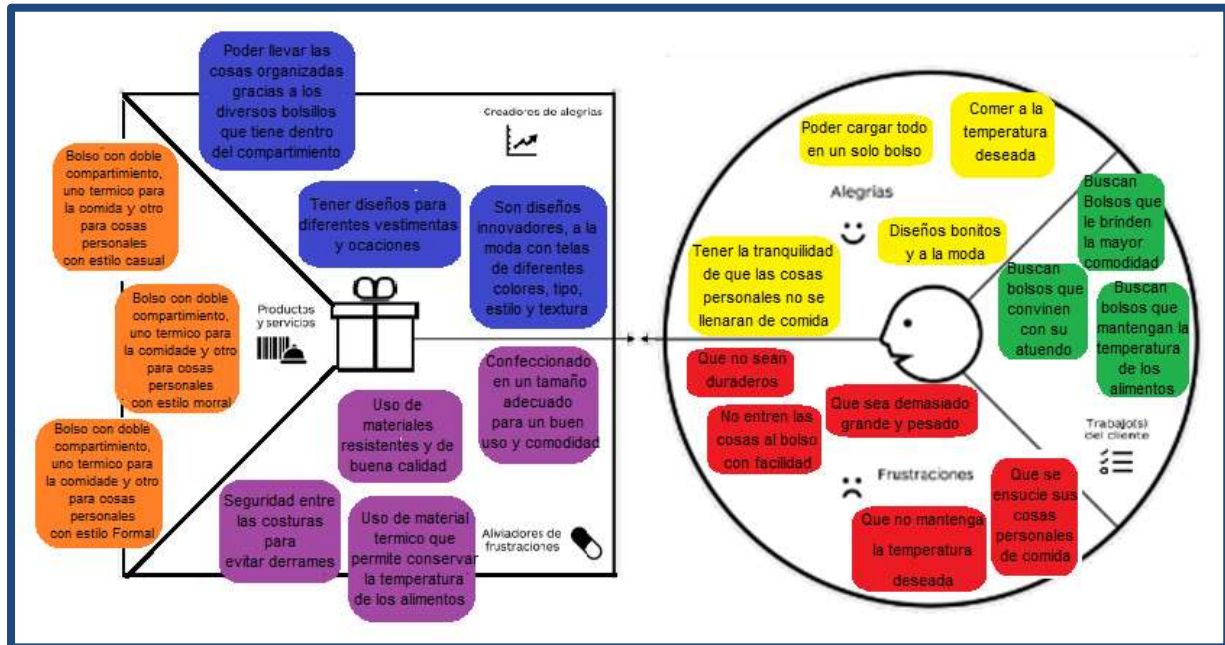


Figura 3.22 Mapa de valor

Fuente: Elaboración Propia

En la plataforma la propuesta de valor se llena introduciendo el nombre y la descripción como se muestra en la figura 3.23, en la figura 3.24 se muestra la propuesta de valor llena en nuestro caso.

Figura 3.23 Propuesta de valor

Fuente: Plataforma Ignis Gravititas



Figura 3.24 Propuesta de valor en la plataforma Ignis Gravititas.

Fuente: Plataforma Ignis Gravititas

3.3.3 Canales

Mediante este módulo se hace la explicación de cómo la empresa se comunica con los clientes con el fin de ofrecerles la propuesta de valor. En este orden de ideas se puede decir que los canales utilizados para la venta y promoción de los bolsos son a través de las redes sociales, páginas web, espacio de ventas digitales, medios de comunicación, revistas de modas y locales, así como también por medio de tiendas físicas.

Es importante resaltar que en las encuestas realizadas a las mujeres trabajadoras informal, las cuales se dedican a la venta ambulante en un 100% manifiestan tener interés en la venta del producto, lo cual indica que esta también sería un canal que se puede utilizar. Utilizando la plataforma este módulo se llena como se muestra en la figura 3.25 con el nombre del canal a utilizar una descripción del mismo, el número de clientes que se pretende atender mediante ese canal, el propósito, se selecciona la propuesta de valor y el segmento de clientes al que es dirigido, en la figura 3.26 se puede apreciar el módulo lleno en la plataforma.

Figura 3.25 Canales

Fuente: Plataforma Ignis Gravitass

www.bdigital.ula.ve



Figura 3.26 Canales en la plataforma Ignis Gravitass.

Fuente: Plataforma Ignis Gravitass.

3.3.4 Relación con clientes

En la relación con los clientes es de vital importancia describir la relación que se va a establecer con los mismos, según Osterwalder y Pigneur (2011) los fundamentos en los que debe estar basadas la relación con los clientes son: captación de clientes, fidelización de clientes, Estimulación de las ventas. Por tal motivo se ofrece un producto multifuncional cómodo y de calidad; además, de una relación cercana con los clientes para estar en contacto continuo y atender las necesidades que se les presente, con diversidad en las líneas de producción pues se utilizan variedad de telas y diseños que estén a la moda, además de ofrecerles consejo a los clientes en el cuidado y buen mantenimiento para obtener una mayor durabilidad del producto, esto gracias al dialogo continuo con los mismos, encuestas, entrevistas, a través de los medios de comunicación.

En la plataforma la manera de llenar este módulo se observa en la figura 3.27 y se realiza introduciendo nombre, haciendo una breve descripción de lo que se quiere lograr y el propósito del mismo, de igual forma se debe apuntar el segmento de clientes al que se dirige, las relaciones que se dan si son de crecer, obtener o mantener y el número de clientes resultantes en la figura 3.28 se puede apreciar el módulo lleno en la plataforma.

Relaciones con clientes

Nombre:

Descripción:

Propósito:

Segmentos de clientes:

Relación:

Numero de clientes resultantes:

Adjunto:

Figura 3.27 Relación con clientes
Fuente: Plataforma Ignis Gravitass

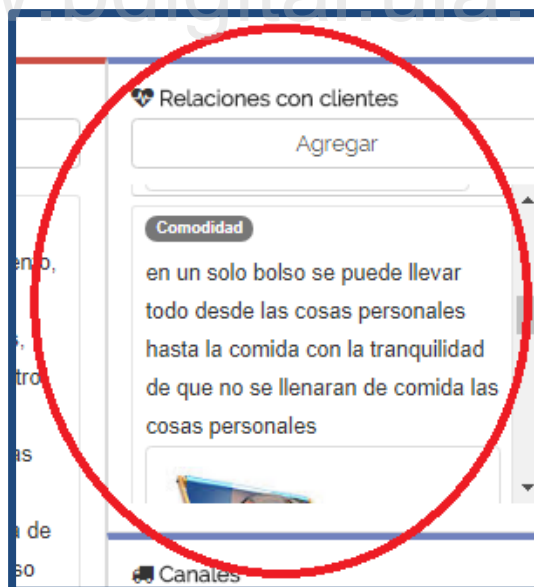


Figura 3.28 Relación con los clientes en la plataforma Ignis Gravitass.
Fuente: Plataforma Ignis Gravitass

3.3.5 Actividades claves

Estas son las acciones más importantes que una empresa debe tener para operar con éxito. Trejo (2017). En esta perspectiva, se propone un conjunto de actividades para la realización del bolso como lo es principalmente el diseño del mismo el cual debe cumplir con el requerimiento del perfil de cada segmento, se debe asegurar que en el compartimiento destinado a llevar la comida no salga ningún tipo de líquido ni olores, luego se procede a la elaboración del producto el cual se debe realizar por pasos primero el corte de las telas, luego la costura, el pegado del aislante y el acabado para luego así llevarlo a la venta y comercialización a través de diversos medios así como también por medio de eventos y exposiciones.

Este módulo en la plataforma se debe llenar colocándole el nombre, una breve descripción, el tipo de actividad según producción, resolución de problemas, red de plataforma o de obtener ingresos como se muestra en la figura 3.29, es importante destacar que esta información se llena para cada actividad clave que se tenga; en la figura 3.30 se puede observar el módulo lleno en la plataforma.

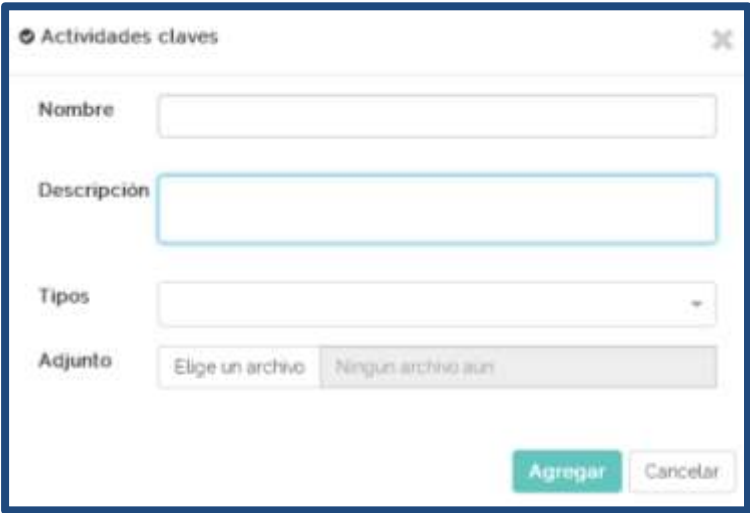
El formulario se encuentra dentro de un recuadro con el título "Actividades claves" y un botón de cerrar en la esquina superior derecha. Contiene cuatro campos de entrada: "Nombre" (un campo de texto simple), "Descripción" (un campo de texto más grande), "Tipos" (un menú desplegable) y "Adjunto" (un botón que dice "Elige un archivo" y un área gris que dice "Ningun archivo aun"). En la parte inferior derecha del formulario hay dos botones: "Agregar" (en verde) y "Cancelar" (en gris).

Figura 3.29 Actividades claves

Fuente: Plataforma Ignis Gravitass

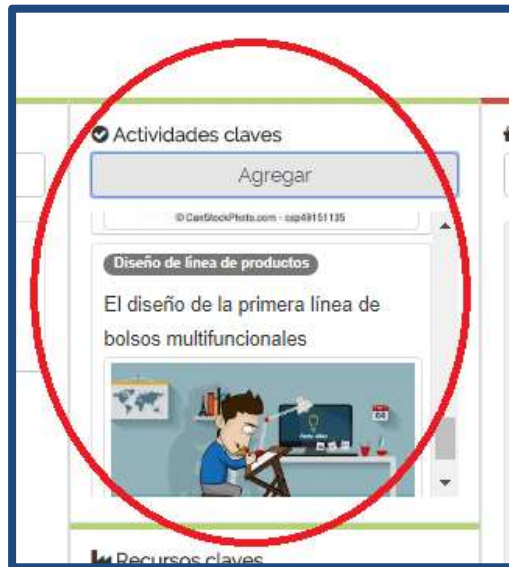


Figura 3.30 Actividades claves en la plataforma Ignis Gravit.

Fuente: Plataforma Ignis Gravit

3.3.6 Aliados claves

www.bdigital.ula.ve

Las alianzas se crean para mejorar o potenciar el modelo de negocios, para reducir riesgos y adquirir recursos

En este sentido se tomara en cuenta las tiendas físicas y franquicias, incluso se pueden hacer convenios con los proveedores de la materia prima para su venta, así como también con instituciones públicas y privadas que quieran hacerle llegar el beneficio del producto a sus trabajadores.

En la plataforma se debe describir el nombre de los aliados la descripción y la información de contacto como se muestra en la figura 3.31, en la figura 3.32 se puede apreciar el módulo lleno en la plataforma,

Formulario "Aliados claves" con los siguientes campos:

- Nombre:
- Descripción:
- Tipos:
- Utilidad:
- Dirección:
- Información de contacto:
- Adjunto: Elige un archivo. Ningún archivo aun.

Botones:

Figura 3.31 Aliados claves
Fuente: Plataforma Ignis Gravitass

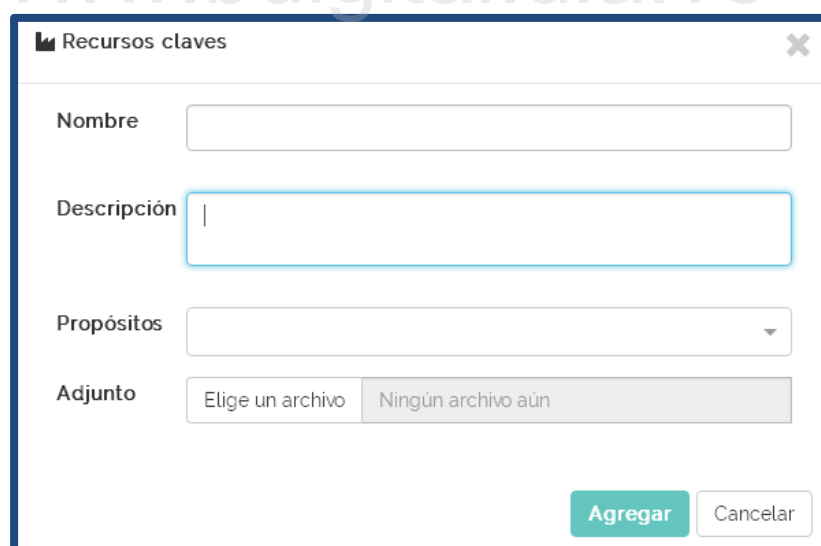


Figura 3.32 Aliados claves en la plataforma Ignis Gravitass.
Fuente: Plataforma Ignis Gravitass

3.3.7 Recursos claves

Estos recursos permiten a una empresa crear y ofrecer una propuesta de valor, llegar a mercados, mantener relaciones con los segmentos de consumidores y obtener ingresos, Trejo (2017). Por tan motivo para lograr la confección de bolsos en primer lugar se debe contar con máquinas de coser y un espacio físico para la realización del producto el cual debe tener un respaldo eléctrico para que no se pare la producción si fallase la luz, también se debe contar con talento humano que se encarga de diseñar, cortar, coser y realizar el acabado de las piezas, el personal administrativo y de despacho, se debe tener un capital financiero para la compra de insumos y materia prima.

Esta sección se llena en la plataforma colocando el nombre del recurso la descripción y el propósito esto se puede apreciar en la figura 3.33, de igual manera en la figura 3.34 se puede observar el módulo lleno en la plataforma para la confección de bolsos.



The image shows a web form titled "Recursos claves" (Key Resources) with a close button (X) in the top right corner. The form contains four main input fields: "Nombre" (Name) with a text input box; "Descripción" (Description) with a larger text input box; "Propósitos" (Purposes) with a dropdown menu; and "Adjunto" (Attachment) with a file selection area showing "Elige un archivo" (Choose a file) and "Ningún archivo aún" (No file yet). At the bottom right, there are two buttons: "Agregar" (Add) in green and "Cancelar" (Cancel) in white.

Figura 3.33 Recursos claves

Fuente: Plataforma Ignis Gravitass



Figura 3.34 Recursos claves en la plataforma Ignis Gravititas.

Fuente: Plataforma Ignis Gravititas

3.3.8 Estructuras de costo

La creación y la entrega de valor, el mantenimiento de relaciones con los consumidores y la generación de la totalidad de los ingresos implican gastos. Trejo (2017). Por consiguiente dentro de esta estructura se debe tener en cuenta el sueldo de los trabajadores, se debe pagar el alquiler del local y hacer la compra y mantenimiento de los equipos así como también la adquisición de materia prima además del pago de todos los servicios que pudiere haber como luz e internet

La estructura de costos en la plataforma requiere del nombre, la descripción el costo bien sea de adquisición de mantenimiento y nos da la opción de colocar el tipo de moneda con el cual se trabajara, esto lo podemos observar en la figura 3.35 y el módulo lleno en la plataforma para nuestro caso en la figura 3.36.

La Estructura de costos

Nombre

Descripción

Tarjetas

Coste total

Tipo

Tipo de precio

Figura 3.35 Estructura de costos
Fuente: Plataforma Ignis Gravitas

La Estructura de costos

Pagos de servicios
pagos de servicios, de internet, papelería, limpieza, entre otros

Marketing y publicidad
gastos en publicidad y venta de los bolsos

Subscripciones de materias primas

Figura 3.36 Estructura de costos en la plataforma IgnisGravitas.
Fuente: Plataforma IgnisGravitas

3.3.9 Fuente de ingreso

Este bloque representa la fuente de ingresos o de dinero que una empresa genera a partir de cada segmento de consumidor (ganancia = ingresos - costos). Trejo (2017). En consecuencia, el ingreso se obtendrá a través de la venta de varias líneas como lo son la línea estudiantil que es un diseño más juvenil y práctico, la línea casual que puede ser llevada por cualquier mujer que desee o deba llevar consigo la comida al trabajo, en la

línea ejecutiva se trata de un bolso elegante que pueda llevar cualquier mujer empresaria asegurando que es un bolso bello cómodo y a la moda

Aquí es importante llenar el nombre y la descripción de los flujos de ingresos tiene la opción de seleccionar la propuesta de valor y segmento de clientes además de darle un precio en la figura 3.37 se muestra lo descrito anteriormente y en la figura 3.38 se puede observar el módulo lleno en la plataforma.

El formulario, titulado '\$ Flujos de ingreso', contiene los siguientes campos: 'Nombre' (campo de texto), 'Descripción' (campo de texto con un cursor), 'Propuestas de valor' (campo de texto con una flecha de selección), 'Segmentos de clientes' (campo de texto con una flecha de selección), 'Precio' (campo de texto) y 'Tipo de precio' (menú desplegable con la opción 'Seleccionar' visible). En la parte inferior derecha hay dos botones: 'Agregar' (en verde) y 'Cancelar'.

Figura .3.37 Fuente de ingreso

Fuente: Plataforma Ignis Gravitass

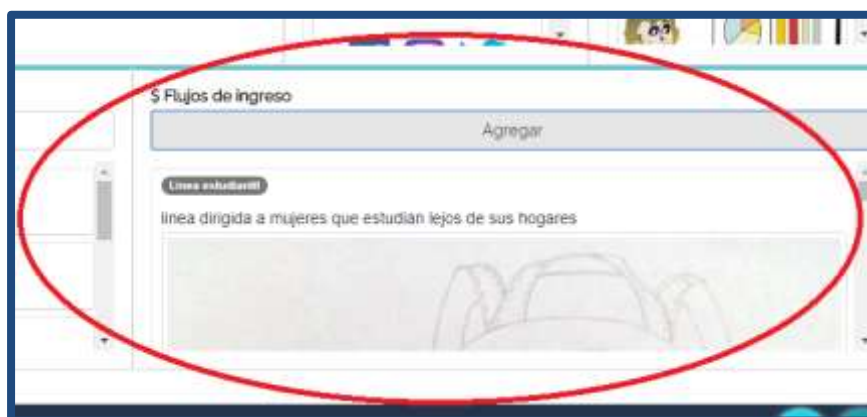


Figura 3.38 Fuente de ingreso en la plataforma Ignis Gravitass.

Fuente: Plataforma Ignis Gravitass

3.4 Canvas para la confección de un bolso multifuncional

En definitiva una vez analizados los nueve pasos del canvas se presenta el lienzo de la empresa dedicada a la confección de bolsos térmicos multifuncionales en la figura 3.39.

www.bdigital.ula.ve

Socios Clave	Actividades Clave	Propuesta de Valor	Relación con Clientes	Segmentos De Clientes
Tiendas Físicas Franquicias Proveedores	Diseño de línea de productos Elaboración de línea de productos Venta y Comercialización de los productos Mercado Realización de eventos y exposiciones	Bolsos Multifuncionales Comodidad y funcionalidad	Obtener: Capacidad multifuncional Relación cercana Elegancia y resistencia Comodidad Mantener: Diversidad en las líneas de producción Diseños a la moda Crear: Consejo de uso y utilización diaria del producto	Mujeres en trabajos Formales (empresas) Mujeres en trabajos informales (venta ambulante) Mujeres estudiantes
Venta ambulante Convenios Institucionales	Recursos Clave Máquina de coser, fileteadora Talento humano Insumos y materia prima Capital financiero Taller de trabajo Respaldo eléctrico	Diseño de alto estilo y vanguardia Materiales termicos de alta calidad	Canales Redes sociales (Instagram, facebook) Paginas web Espacio de venta digital Medios de comunicación (Tv y radio) Revistas locales, revistas de moda	
Estructura De Costos Pago de alquileres Compra y mantenimiento de equipos Adquisición de materia prima Mercadeo y publicidad Pago de servicios Sueldos		Fuente De Ingresos	venta de línea casual venta de línea Informal venta de línea estudiantil	

Figura 3.39 Lienzo canvas para la confección de bolsos térmicos multifuncionales

Fuente: Elaboración Propia

En la figura 3.40 se puede observar el lienzo que se obtiene en la plataforma IgnisGravitas , cabe resaltar que es una forma muy dinámica e intuitiva de llenarla.

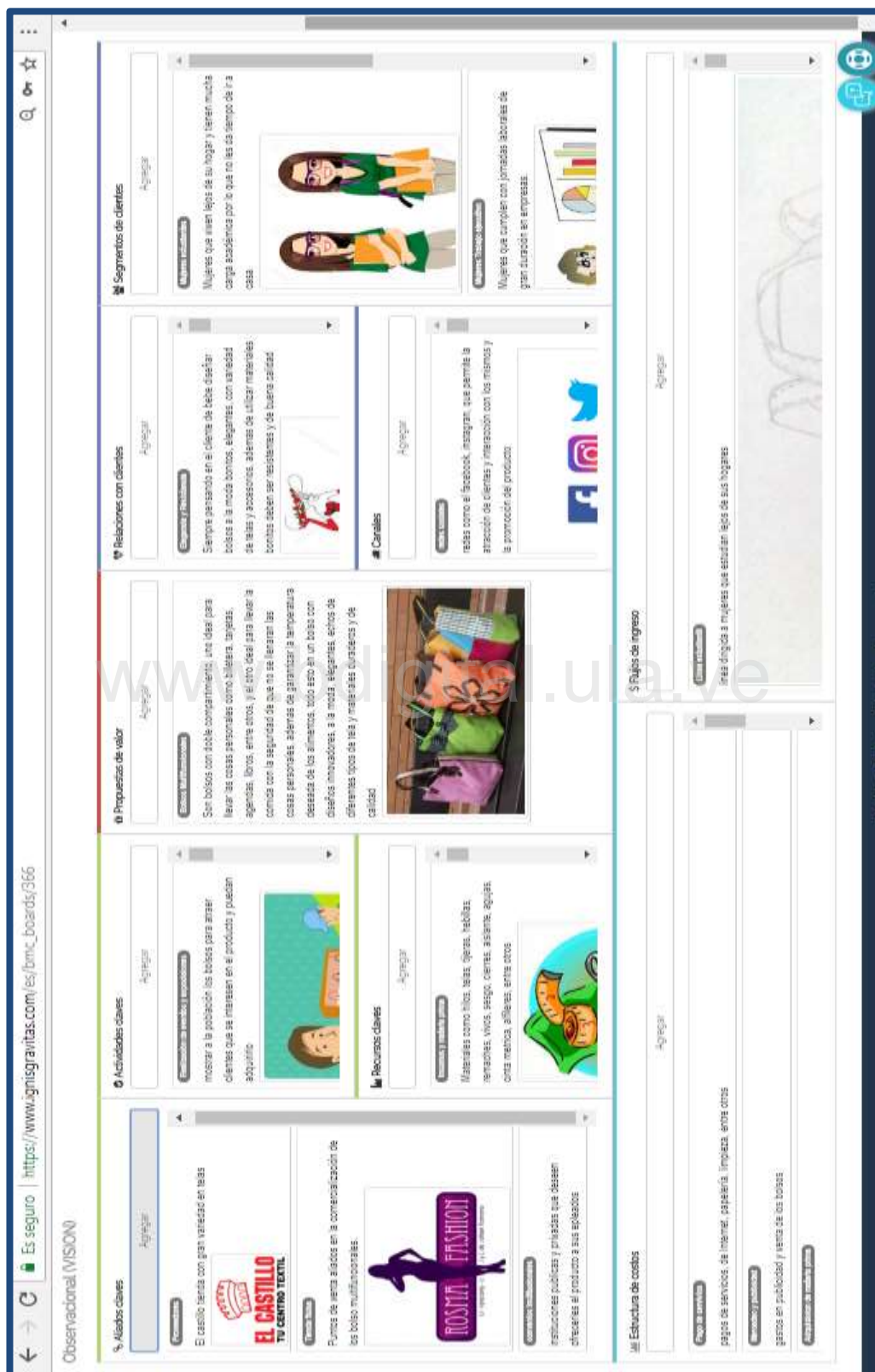


Figura 3.40 Lienzo canvas en la plataforma Ignis Gravitas.

Fuente: Plataforma Ignis Gravitass

Capítulo 4

Modelado de procesos para una empresa de confección de bolsos

En este capítulo se determinara los procesos que se deben llevar a cabo en una empresa dedicada a elaborar bolsos con doble funcionalidad ofrecidos especialmente a la mujer estudiante y/o trabajadora.

4.1 Objetivos para el modelo de negocio de bolsos

Para el modelo de negocio de bolsos se tiene que plantear objetivos, al respecto, Barrios (2005) “Los objetivos del negocio pueden representar una intención de un individuo en particular, de una parte de la empresa, o de toda la empresa”.

En este aspecto, los objetivos de la empresa se dividen en dos por un lado están los objetivos no operacionales que se plantean para encaminar el recorrido que debe seguir la organización, esto se realiza respondiendo a la interrogante de ¿Qué se debe hacer?, y por otro lado están los objetivos operacionales donde se pregunta ¿Cómo se debe hacer?, esto objetivos se cumplen al realizar una serie de actividades, responsabilizándose uno o varios miembros de la organización, estos objetivos son plasmados a través de un árbol de objetivos, donde los objetivos no operacionales constituyen la raíz y los operacionales las hojas (Barrios, 2005).

4.2 Misión:

Crear un bolso innovador que tenga doble compartimiento con diseños únicos y a la moda de materiales resistentes y buena calidad, para poder facilitar la vida de la mujer ofreciendo la oportunidad de llevar consigo en un solo bolso sus accesorios personales y la comida que necesita durante el día.

4.3 Visión:

Tener un alto grado de satisfacción de la mujer venezolana y latinoamericana ofreciéndoles seguridad, belleza y comodidad en una sola prenda, con el fin de que los bolsos sean aceptado y tengan un alto grado de demanda y así poder ser distribuido a nivel local, nacional y Latinoamérica .

4.4 Objetivo general

“Fabricar un bolso innovador con doble funcionalidad que cuente con materiales de calidad y ayude con un mejor estilo de vida a la mujer estudiante y trabajadora del estado Mérida”

4.5 Procesos en el Modelo de Negocios para la elaboración de bolsos térmicos multifuncionales

Un proceso de negocio es un conjunto de tareas que se llevan a cabo para obtener o alcanzar una salida del negocio definida para un cliente o mercado en particular; según Barrios(2005) un proceso es un conjunto de actividades inter-relacionadas que permiten alcanzar un objetivo del negocio. Cuando hablamos de un modelo de proceso de negocios nos referimos la representación de un conjunto de actividades y las restricciones de ejecución entre ellas.

Entonces, para realizar el modelo de procesos de negocios se deben definir y estudiar los actores involucrados, con quien se interactúa y como, así como las actividades y su secuencia, entradas, salidas, recurso, eventos entre otros.

4.5.1 Actores involucrados

Un Actor es un miembro que tiene bajo su responsabilidad la ejecución de un rol, dicho rol es un conjunto de actividades que tienen un objetivo bien definido dentro de la organización. Barrios (2005), en la empresa dedicada a la

confección de bolsos participan diversos actores los cuales deben estar capacitados para gerencia, para diseñar , para coser y administrar, en la tabla 4.1 se puede observar los actores involucrados en el proceso y en la figura 4.1 se representan los actores.

Actor	Rol
Gerente General	• Vigila el buen funcionamiento de la empresa • Atender y satisfacer las necesidades internas de la organización • Administra los elementos de ingreso y costo • Planificar estrategias con el fin de mejorar los procesos internos y externos de la organización • Coordina y liderar las planificaciones estratégicas de la empresa • Liderar el capital humano
Abogado	• Asesorar la constitución y gestión y disolución de la empresa • Asesora en materia de derecho empresarial • Emite informe jurídico sobre las distintas áreas de la empresa • Negocia y redacta contratos • Asesora la empresa en materia fiscal

Secretaria	• Redactar cartas y documentos • Lleva control de pagos a proveedores y empleados • Da atención al cliente coordinando la oferta y demanda del producto
Administrador	• Administra las finanzas de la empresa. • Llevar los requisitos y gestiones ante los organismos competentes.
Diseñador	• Realiza el diseño de los bolsos • Esta siempre atenta a las tendencias de la moda. • Escoge las telas, accesorios y combinaciones con las que se confeccionan los bolsos.
Supervisor	• Lleva el control y calidad de los bolsos. • Asegura cumplimiento de los diseños • Supervisa los pasos del proceso de producción
Ayudante	• Cortan patrones • Realizan el acabado de los bolsos • Pegan aislante

Costureras	• Cosen las piezas. • Confeccionan los bolsos. • Colocan accesorios
Vendedor	• Buscar convenios con instituciones • Realiza estrategias de ventas • Atiende a los clientes despachándoles el producto • Atiende los requerimientos y necesidades del cliente
Publicista	• Promociona la venta de los bolsos • Se encarga de las redes sociales • Diseña y lleva a cabo los anuncios publicitarios
Almacenista	• Lleva la disponibilidad de los bolsos y materia prima manejando de forma eficiente el sistema de inventarios.

tabla 4.1 Actores

Fuente: Elaboración propia

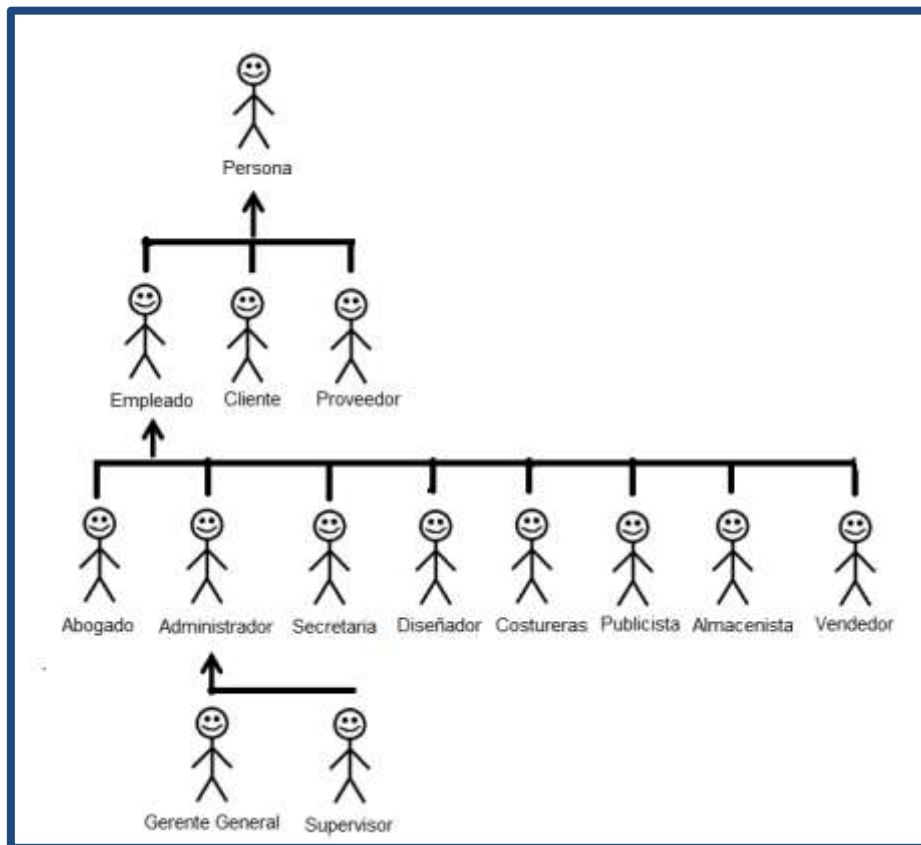


Figura 4.1 Jerarquía de Actores

Fuente: Elaboración propia

4.5.2 Estructura organizativa

En toda empresa bien constituida se genera una estructura organizacional o una forma de organización de acuerdo a sus necesidades, por medio de la cual se pueden ordenar las actividades, los procesos y en si el funcionamiento de la empresa.

Sin embargo, la estructura organizativa se establece en un orden jerárquico y con división de responsabilidades, en la figura 4.2 se puede observar el organigrama de la estructura organizativa de la empresa dedicada a la confección de bolsos multifuncionales y a continuación una breve descripción de cada cargo de la estructura organizativa.

Gerencia: departamento encargado de vigilar que todos los departamentos de la empresa cumplan con sus obligaciones, además de satisfacer y dar soluciones a los inconvenientes que se presenten .

Asesoría Jurídica: departamento encargado de los trámites legales, de gestionar los permisos necesarios para la manufactura y venta de bolsos así como también la constitución legal de la empresa.

Administración: departamento encargado de realizar procesos administrativos, pagar a proveedores y empleados.

Producción: departamento encargado de la confección del bolsos con todos sus pasos como lo son diseño el cual está constituido por diseñadores encargados de realizar modelos a la moda, corte se encargan de cortar patrones en las telas y los aislantes especiales utilizados en la fabricación de los bolsos, Costura encargado de coser los patrones en telas, y Acabado los cuales se encargan de los detalles, de cortar hilos, pegar aislantes, entre otros.

Control de calidad: departamento encargado de asegurar la compra de materia prima de buena calidad y de igual forma se encarga de asegurar que la producción este bien acabada y sea de buena calidad.

Venta y Comercialización: departamento encargado de vender el producto a través de los distintos medios como tiendas físicas, de manera online, asegurando que el cliente tenga en sus manos el producto a tiempo y en buenas condiciones.

Sistema de inventario: departamento encargado de abastecer la materia prima para que el proceso de producción no pare, al igual que se encarga de que exista disponibilidad de productos para los clientes.

Publicidad y Mercadeo: departamento constituido por publicistas encargado de promocionar el producto bien sea en tiendas físicas o atreves de sitios online.

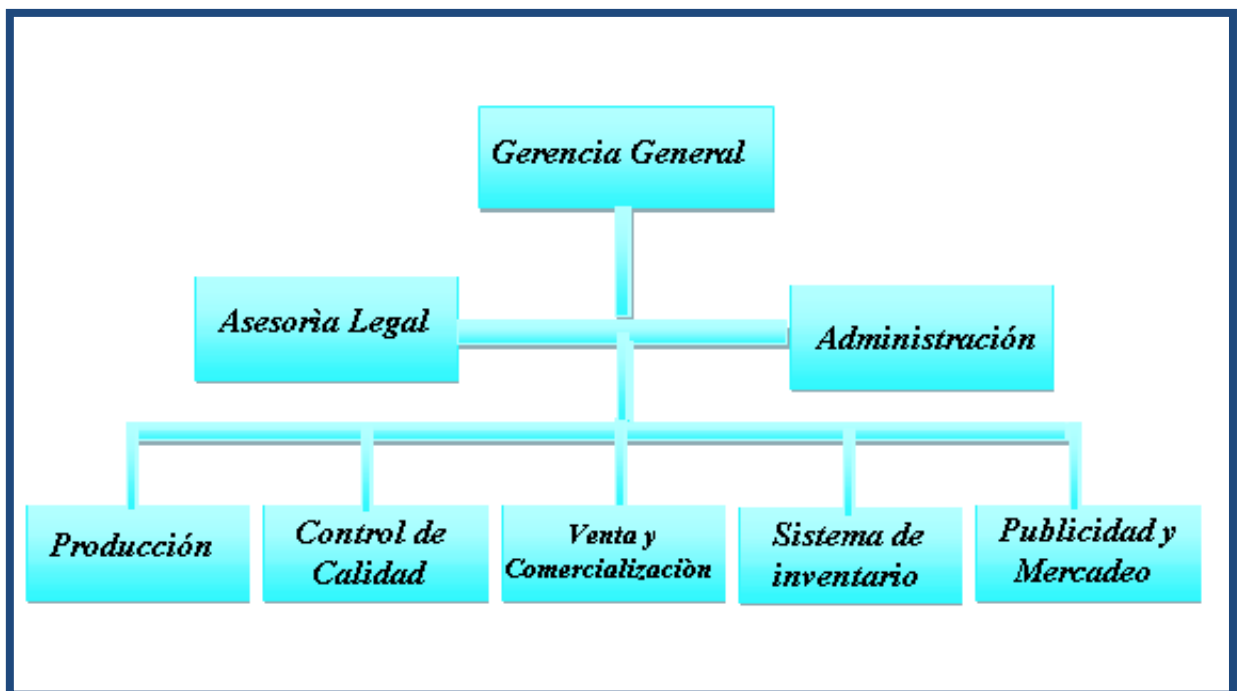


Figura 4.2 Estructura organizativa de la empresa

Fuente: Elaboración propia

www.bdigital.ula.ve

4.5.3 Los Procesos en la confección de bolsos multifuncionales

Mediante un modelo teórico denominado cadena de valor el cual se puede observar en la figura 4.3 , se puede describir las actividades que se llevaran a cabo dentro de la organización con el fin de generar valor al producto final, esta consta de actividades primarias que se refieren a la creación física del producto, su venta y servicio postventa y las actividades secundarias las cuales sirven de apoyo a las actividades primarias y representan las operaciones administrativas y técnicas básicas de la empresa.

En función de esto las actividades primarias de la empresa están dirigidas a la confección y comercialización de bolsos multifuncionales que en primer lugar deben diseñar los modelos que se confeccionaran, seguidamente se debe escoger y abastecer la materia prima con la cual se elaboraran, luego se hace el proceso de producción donde se cortan patrones se cosen las piezas y se arman el bolso, después pasan a un proceso de control de calidad

para verificar que estén bien hechos y posteriormente pasan al área de inventario para asegurarnos de tener disponibilidad inmediata del producto para más tarde ser distribuidos a los clientes.

En cuanto a las actividades secundaria se tiene la Infraestructura de la empresa en las que se realizan actividades que prestan apoyo a toda la empresa, como la planificación, contabilidad y las finanzas, la dirección de recursos humanos que se encarga de la búsqueda, contratación y motivación del personal y el desarrollo tecnológico encargados de la investigación y desarrollo los cuales generan costos y valor.

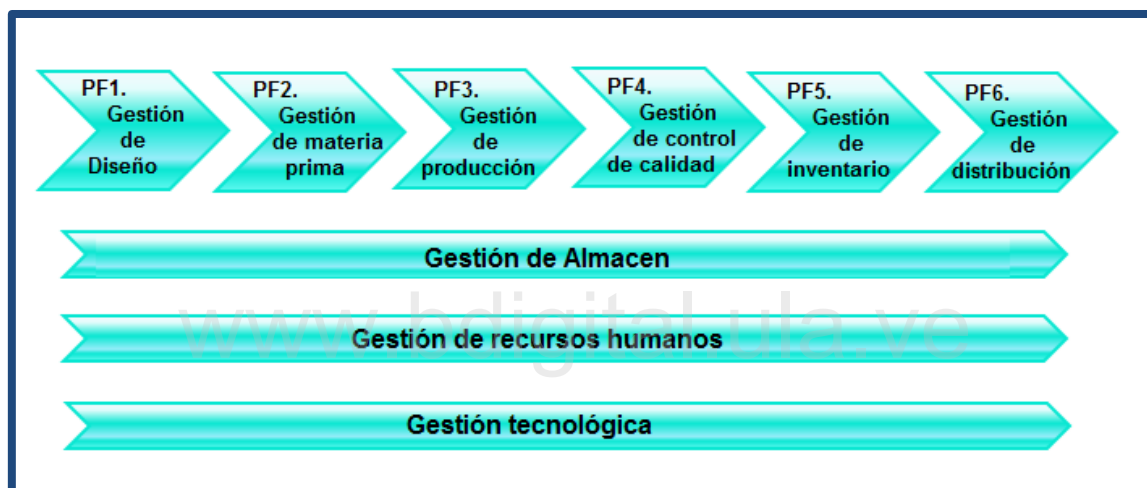


Figura 4.3 Cadena de valor para la confección de bolsos térmicos multifuncionales

Fuente: Elaboración propia

PF1. Gestión de diseño

El diseño aporta funciones diferenciadoras, optimiza el coste y una correcta interpretación formal y estética del producto en su entorno social y su contexto de trabajo, son aspectos que se deben tener en cuenta para conseguir un producto más eficiente y adaptado a las necesidades del consumidor.

La mayor parte del éxito de mercado de la empresa, dependerá de la manera correcta en como las organizaciones consideren el diseño como una actividad integrada en el proceso de innovación

En este sentido en el proceso que realizan los diseños de los bolsos con doble compartimientos deben ser innovadores, bonitos, prácticos y a la moda la figura 4.4 representa este proceso.

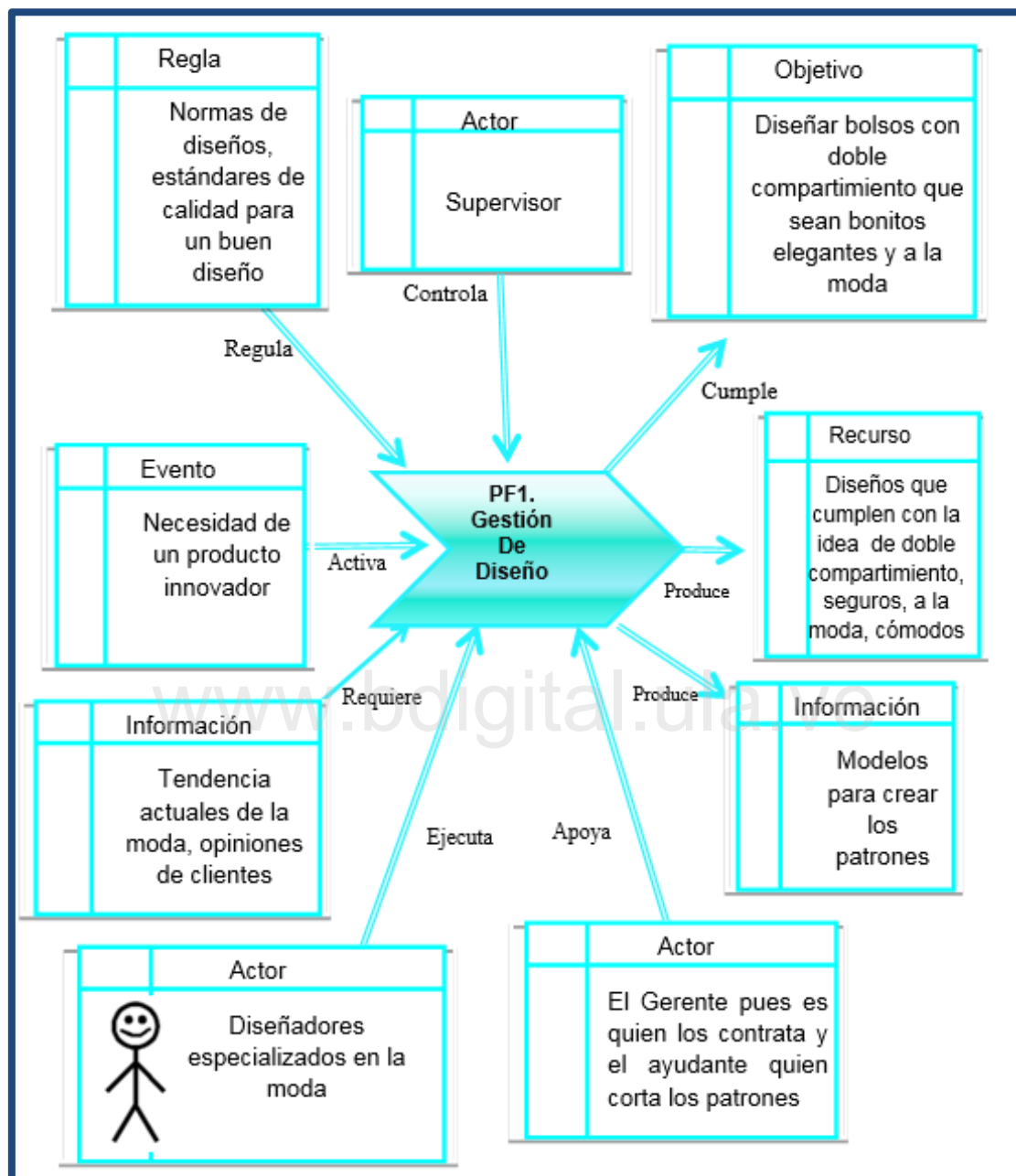


Figura 4.4 Proceso fundamental 1

Fuente: Elaboración propia

Entonces, resulta conveniente presentar los subprocesos que se originan para realizar las actividades necesarias en el diseño de los bolsos, dichos subprocesos se presentan en la figura 4.5 donde se tiene el diagrama

de actividades de búsqueda de diseñadores aquí es importante contratar con diseñadores que tengan experiencia en diseños de bolsos para ello es convenientes hacerles pruebas o escuchar recomendaciones de personas de confianza, en la figura 4.6 se tiene el diagrama de indagar las tendencias de la moda esta actividad es importante para saber que colores, accesorios telas entre otros, están a la moda y en la figura 4.7 el diagrama de diseñar los patrones aquí se deben dibujar los diseños para tener una variedad de bolsos que se pueden ofrecer a los clientes.

PF1.1 Buscar diseñadores capacitados

PF1.1.1 Colocar anuncios en medios de comunicación

PF1.1.2 Realizar entrevistas

PF1.1.3 Hacer pruebas de diseño

PF1.2 Indagar las tendencias de la moda actual

PF1.2.1 Realizar entrevistas

PF1.2.2 Investigar en la web

PF1.2.3 Revisar revistas de moda

PF1.3 Diseño de patrones

PF1.3.1 Dibujo del diseño

PF1.3.2 Dibujar los patrones a la medida

PF1.3.3 Corte de patrones

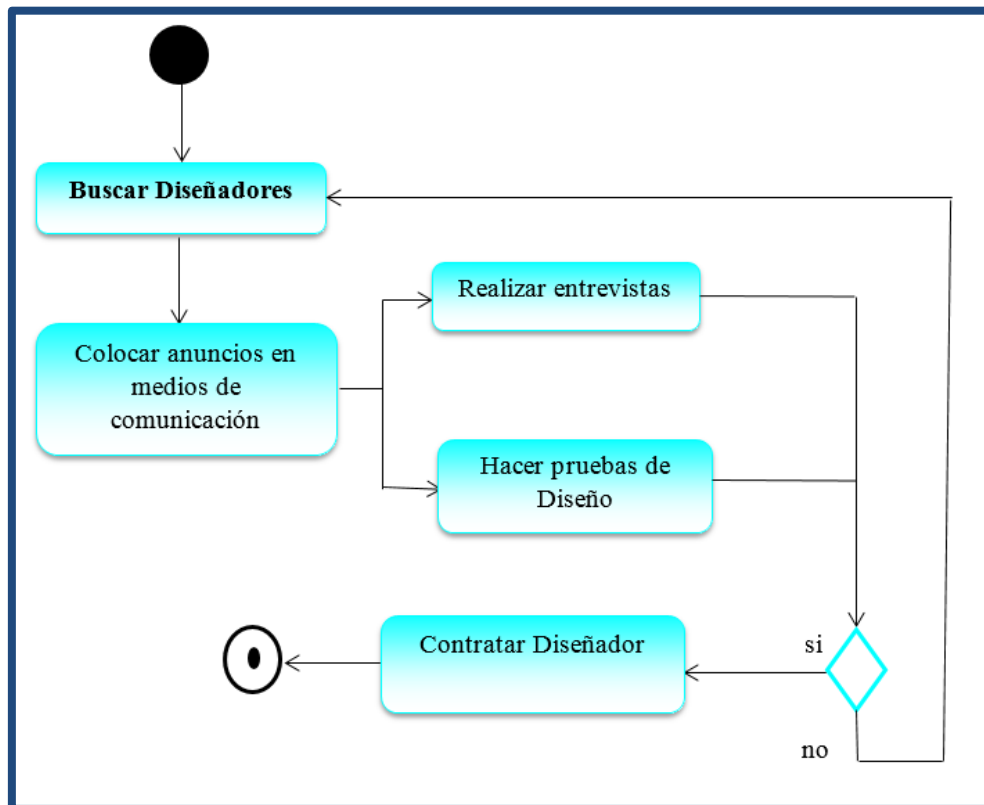


Figura 4.5 Diagrama de actividad, buscar Diseñadores

Fuente elaboración propia

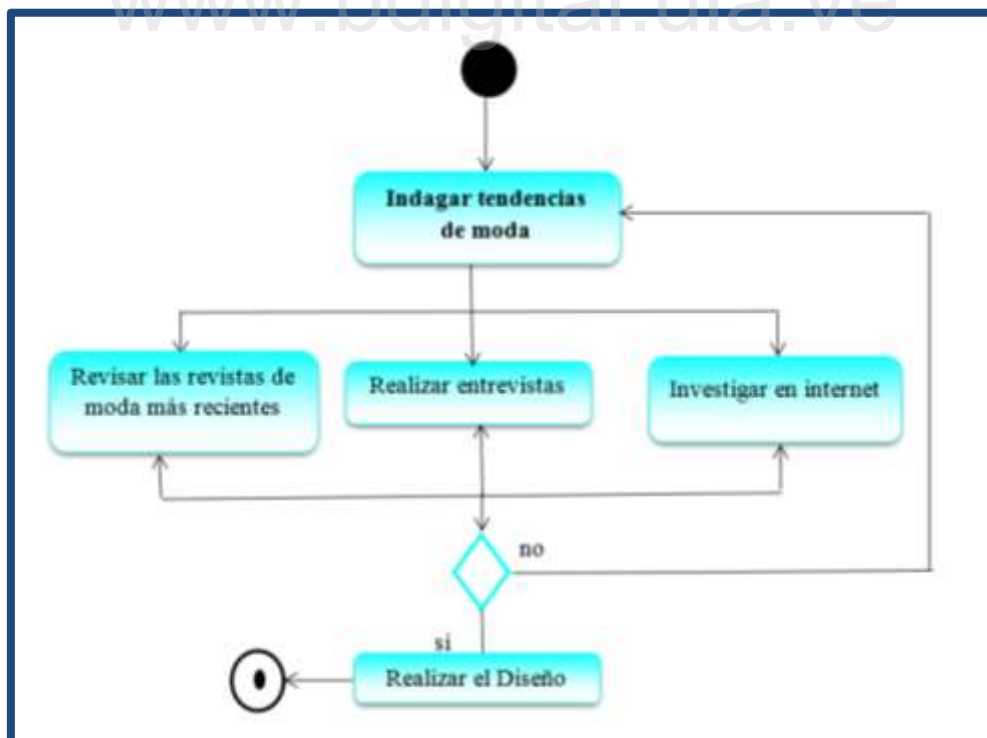


Figura 4.6 Diagrama de actividad Indagar tendencias de moda

Fuente elaboración propia

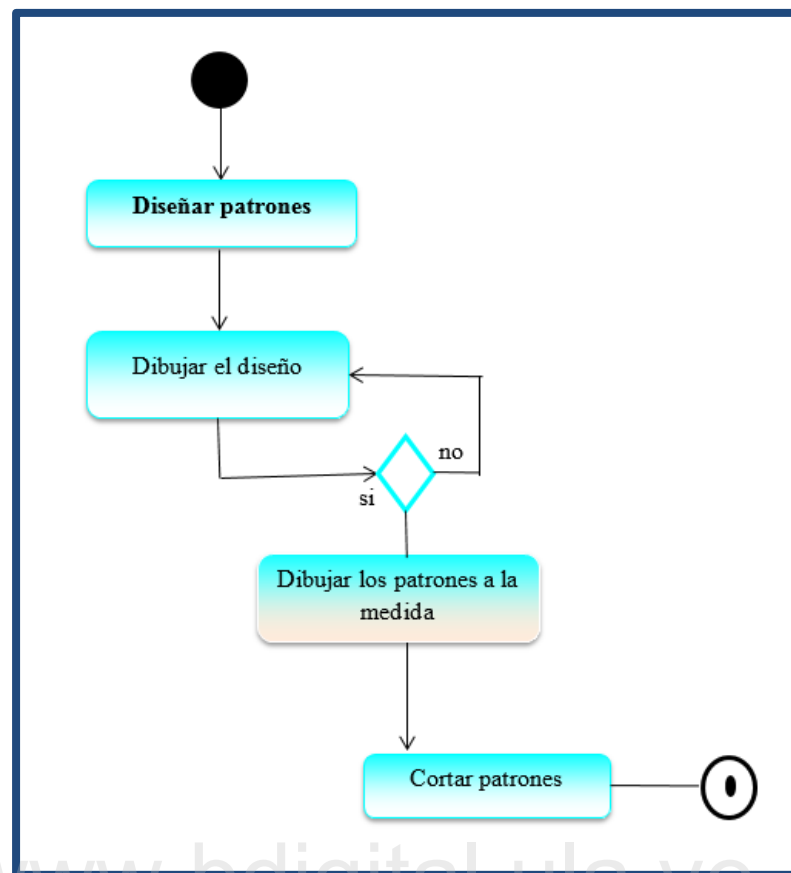


Figura 4.7 Diagrama de actividad Diseñar patrones

Fuente elaboración propia

PF2. Gestión de materia prima

La materia prima es elemental en toda empresa manufacturera, pues sin ella no se pueden producir bienes y de su gestión depende en buena parte la viabilidad de un negocio.

Este proceso es un componente clave del proceso de la cadena de suministro, las empresas deben procurar los mejores materiales al precio más bajo

En la figura 4.8 se muestra el proceso de gestión de materia prima en el cual se debe conseguir proveedores para el abastecimientos de los materiales con los que se confeccionan los bolsos además de asegurar la calidad de los materiales.

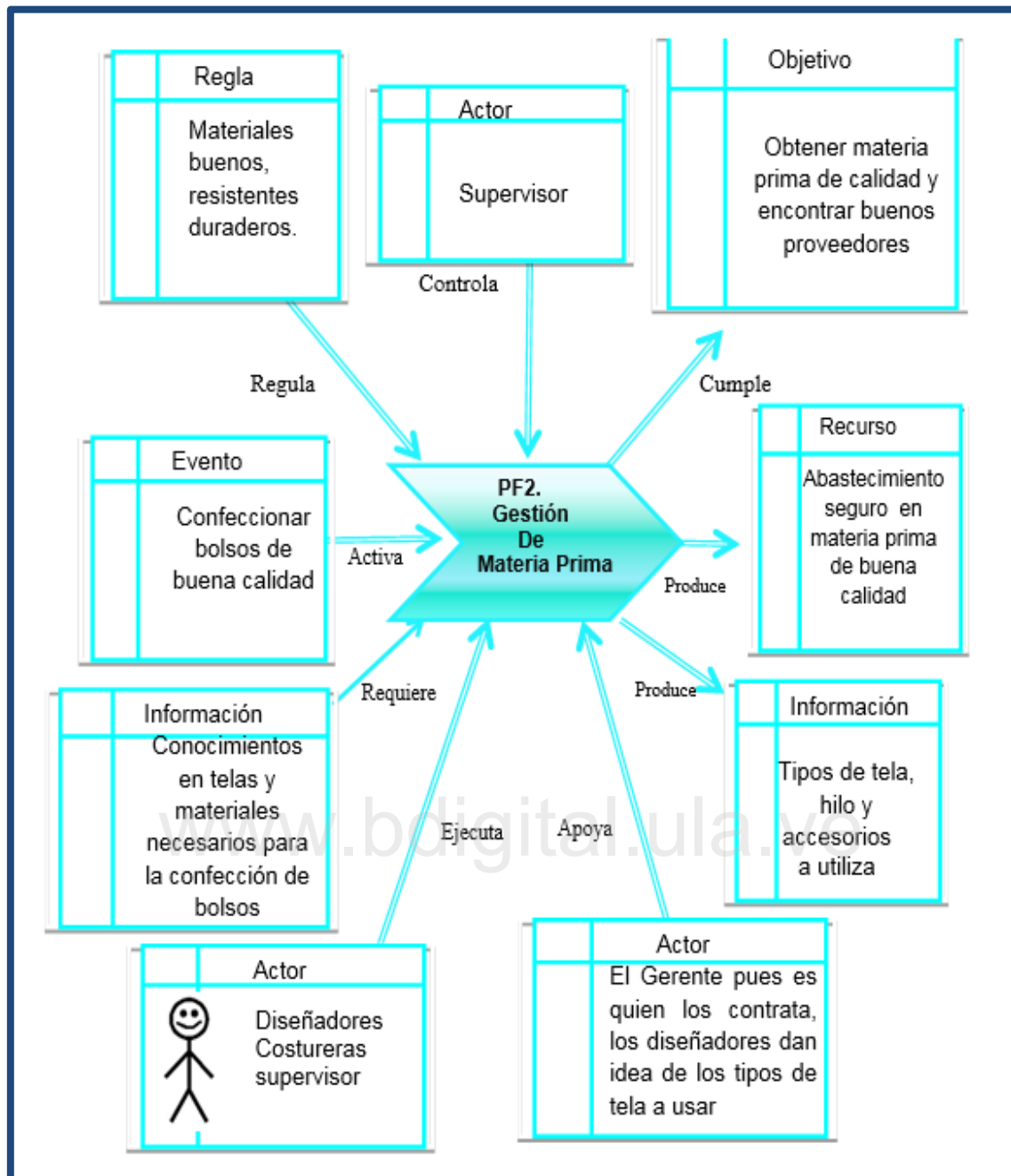


Figura 4.8 Proceso fundamenta 2

Fuente: elaboracion propia

En este orden de ideas, se presentan los subprocesos que se originan para realizar las actividades necesarias en la gestión de materia prima de los bolsos, dichos subprocesos se presentan a continuación, en la figura 4.9 se presenta el diagrama de actividades buscar proveedores donde se debe tener muy en cuenta las referencias que se tengan del proveedor pues deben ser personas responsables, en la figura 4.10 el diagrama de actividades para

asegurar calidad de materia prima aquí se debe de buscar el mejor material bien sea porque lo hemos probado o porque otras personas ya las hallan usado y certifique que es de buena calidad.

PF2.1 Buscar posibles proveedores

PF2.1.1 Buscar referencias de los proveedores

PF2.1.2 Seleccionar proveedores

PF3.1.3 Negociar con los proveedores

PF2.2 Asegurar calidad de la materia prima

PF2.2.1 Buscar referencias de la calidad de materia prima

PF2.2.2 Realizar pruebas de calidad

PF2.2.3 comprar la materia prima

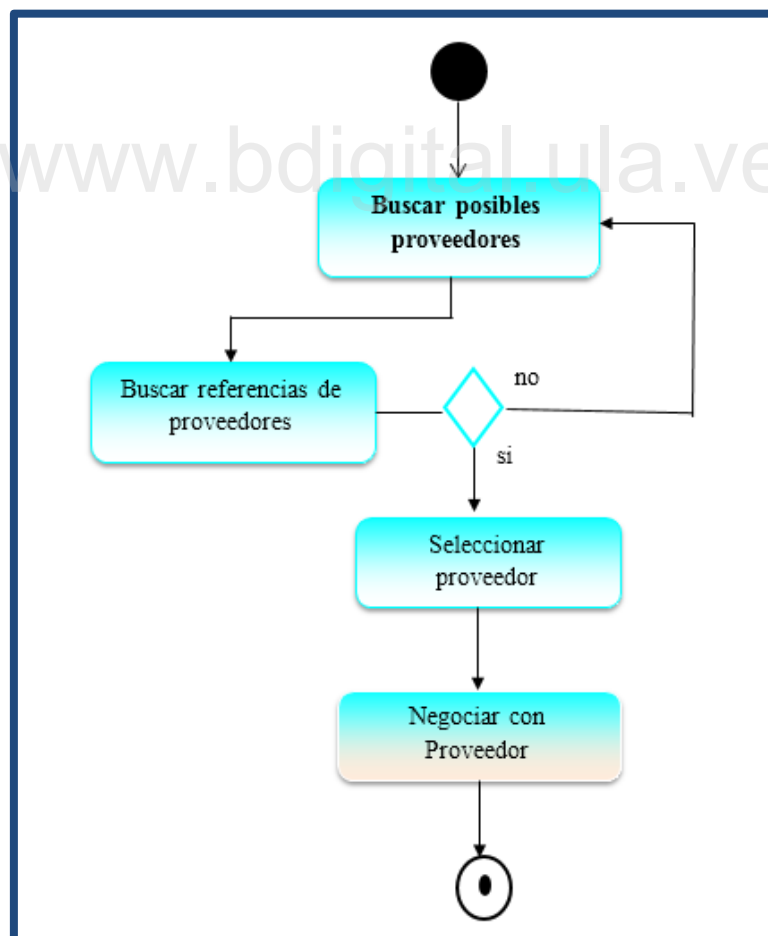


Figura 4.9 Diagrama de actividad Buscar proveedores

Fuente elaboración propia

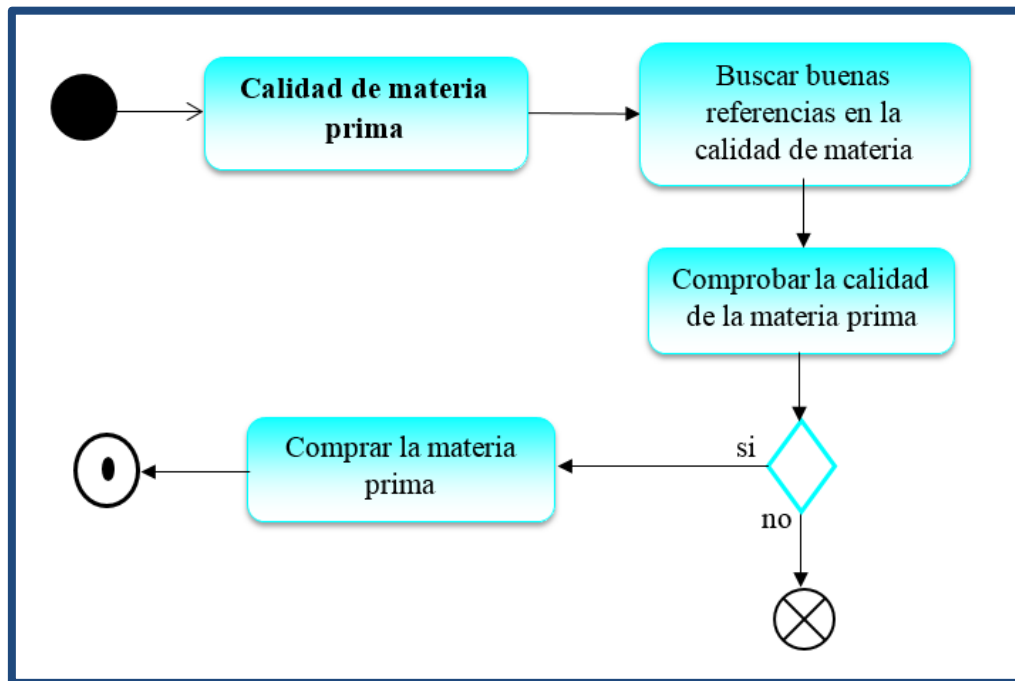
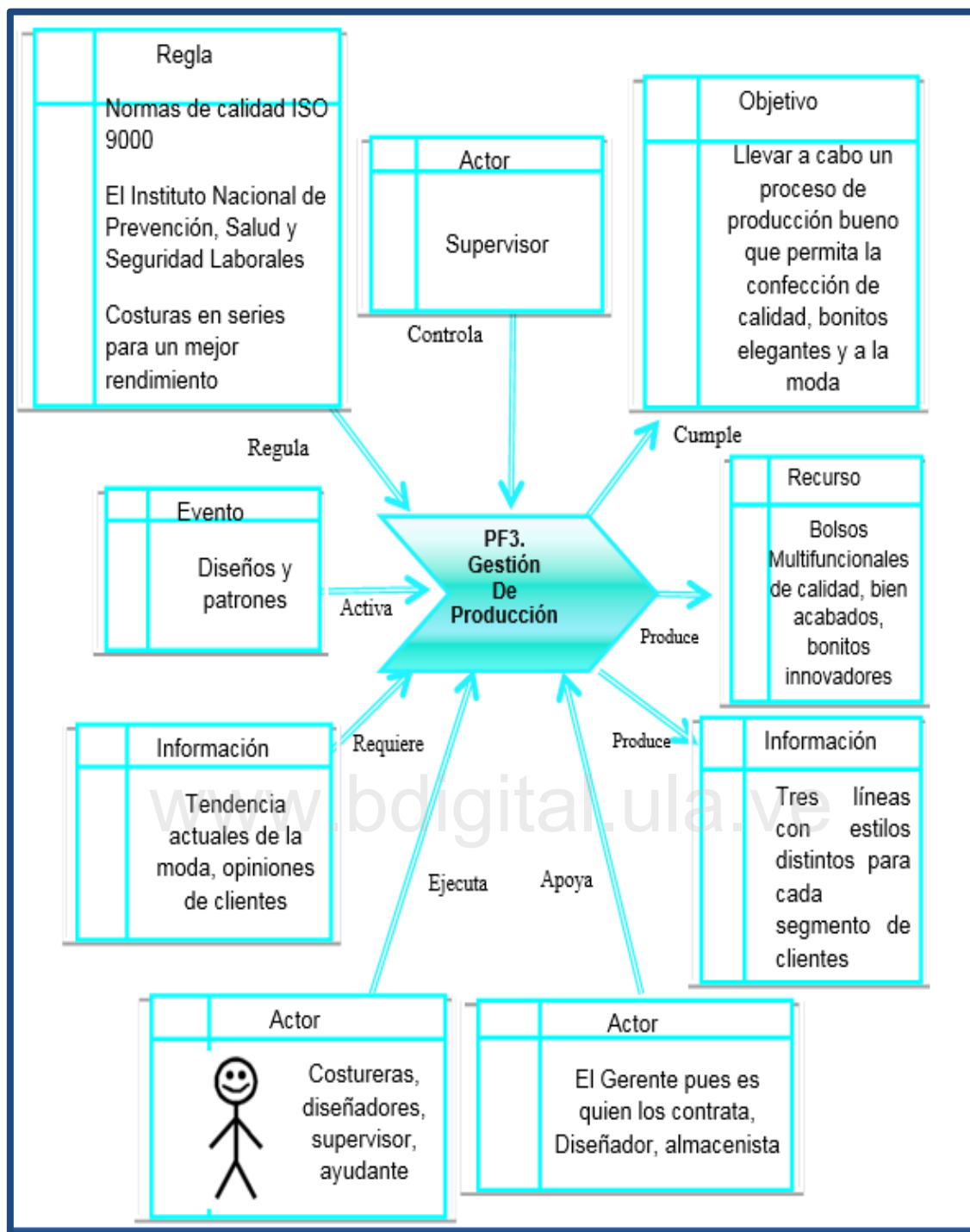


Figura 4.10 Diagrama de actividad Calidad de materia prima
Fuente elaboración propia

PF3. Gestión de producción

En las empresas industriales la producción es su componente más importante, por lo que es fundamental que el mismo cuente con los controles y las planificaciones correspondientes que mantengan su desarrollo en un nivel óptimo; la gestión de producción busca maximizar los niveles de producción de una empresa que se dedica a comercializar sus propios productos

El siguiente proceso, el cual se puede ver en la figura 4.11 se basa en la producción del bolso aquí abarca el proceso de corte de los patrones en tela, costura de la piezas y acabado.



4.11 Proceso fundamental 3

Fuente: Elaboración Propia

A continuación se presentan los subprocesos que se originan para realizar las actividades necesarias en la gestión de producción de los bolsos, dichos subprocesos se pueden apreciar en la figura 4.12 en el cual se presenta el diagrama de actividades Diseño en telas para esta actividad es fundamental

escoger una buena combinación de telas con los colores y texturas adecuadas para así poder cortar los patrones y coserlos bolsos asegurando un bolso bonito, elegante y a la moda, en la figura 4.13 se representa el diagrama de actividades para las costuras en telas en esta actividad es primordial contar con todas las piezas cortadas en tela para ir cociéndolas y armar el bolso, y en la figura 4.14 se tiene el diagrama de actividades para el acabado donde se debe cortar todos los hilos que sobran de la costura, colocar los accesorios como remaches, broches, ojales, entre otros y por último pegar el aislante del compartimiento de la comida para asegurar la temperatura de los alimentos.

PF3.1 Diseño en telas

PF3.1.1 Selección de telas

PF3.1.2 Selección de patrones

PF3.1.2 Corte de patrones en telas

PF3.2 Costura de telas

PF3.2.1 Costura de piezas en telas

PF3.2.2 Costura de cierres y bolsillos

PF3.3 Acabado

PF3.3.1 Revisar detalles del bolso

PF3.3.2 Corte de hilos sobrantes

PF3.3.3 Decoración con accesorios

PF3.3.4 Pegado de Aislantes

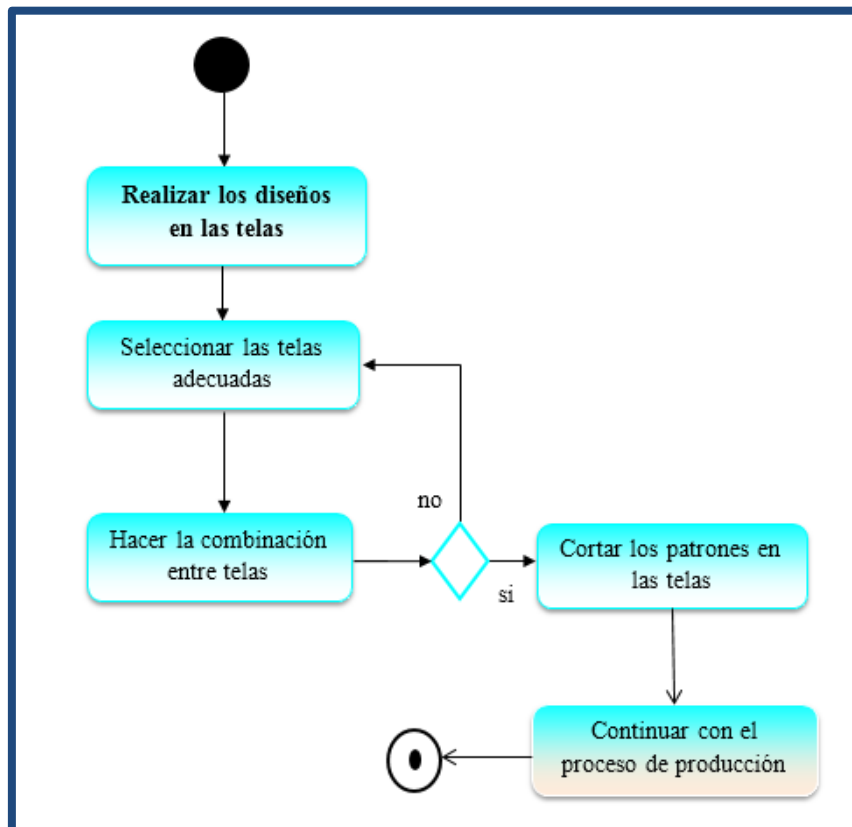


Figura 4.12 Diagrama de actividad Realizar diseños en tela

Fuente elaboración propia

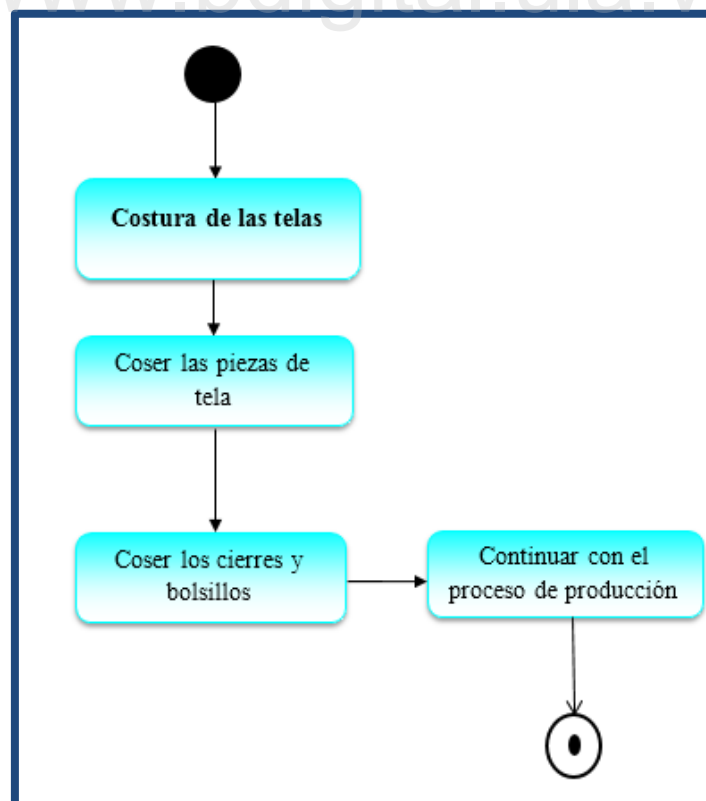


Figura 4.13 Diagrama de actividad costura de las telas

Fuente Elaboración propia

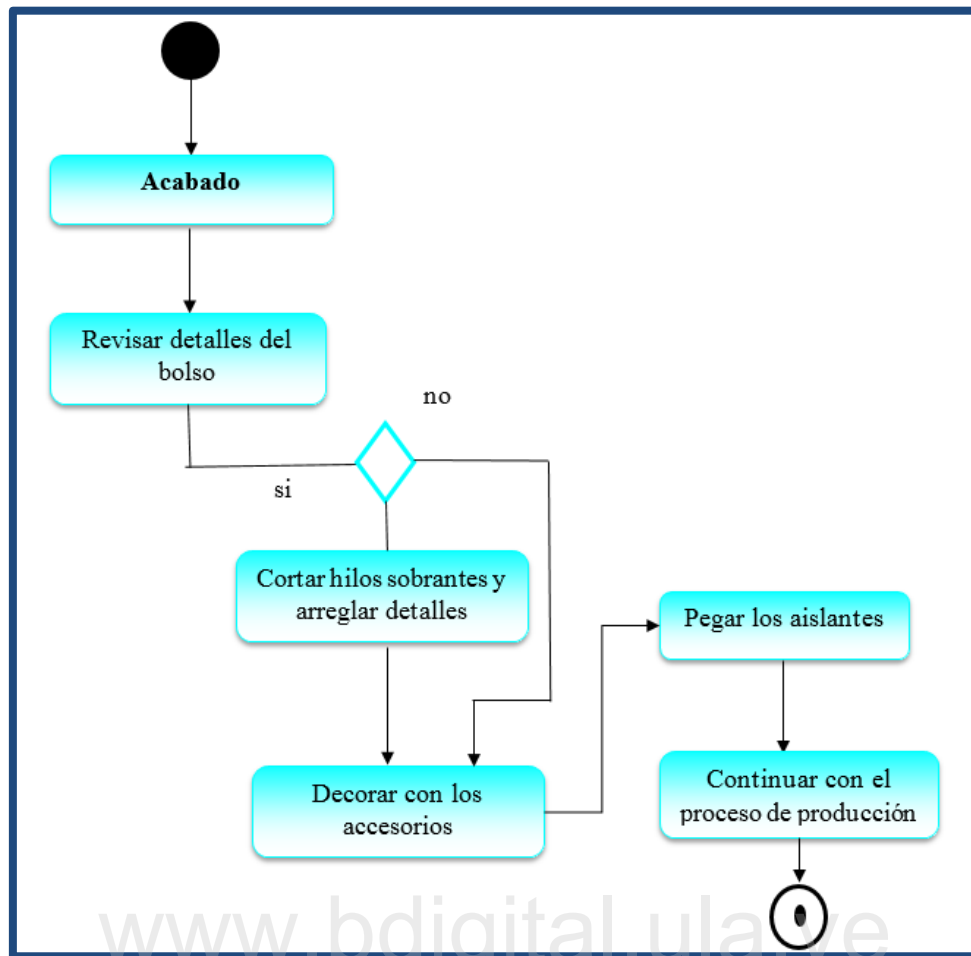


Figura 4.14 Diagrama de actividad Acabado de los bolsos

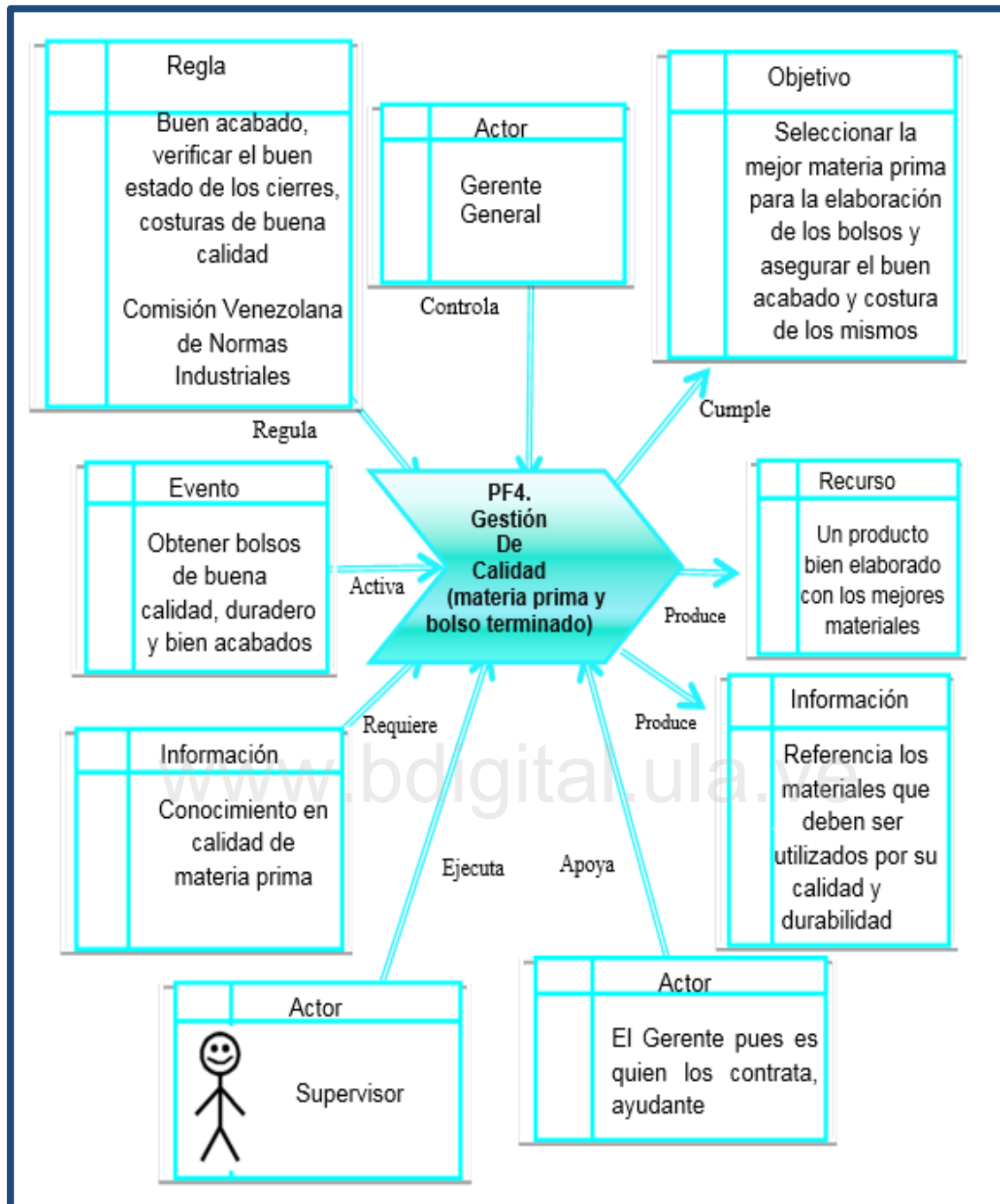
Fuente Elaboración propia

PF4. Gestión de control de calidad

El control de calidad Consiste en la implantación de programas, mecanismos, herramientas y técnicas en una empresa para mejorar la calidad de sus productos, es decir, es una estrategia para asegurar el cuidado y mejora continua de la calidad ofrecida.

En este proceso que se puede observar en la figura 4.15 se dedica a supervisar la calidad de la materia prima, que sean productos duraderos y de buena calidad, así como también del producto elaborado en este caso de los bolsos, que todo esté en perfecto estado, elaborado de la mejor forma, que su

acabado sea el indicado y que las costuras estén bien hechas.



4.15 Proceso fundamental 4

Fuente: Elaboración propia

Así mismo se presentan los subprocesos que se originan para realizar las actividades necesarias en la gestión de calidad de los bolsos, dichos subprocesos están formados por la determinación de calidad del bolso y se puede apreciar en el diagrama de actividades de calidad de bolsos de la figura

4.16, en esta actividad lo primordial es evaluar las costuras de los bolsos así como todos los detalles que permiten ofrecer un buen acabado.

PF4.1 Determinar calidad del bolso

PF4.2.1 Evaluar el acabado del bolso

PF4.2.2 Evaluar costura y detalles

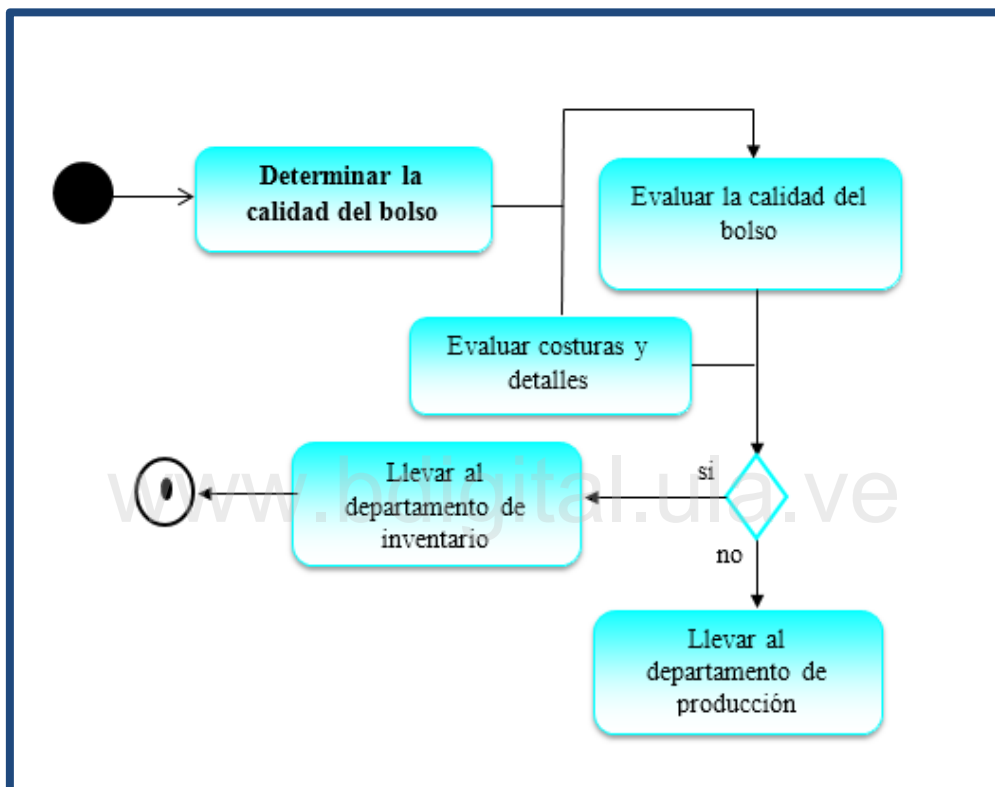


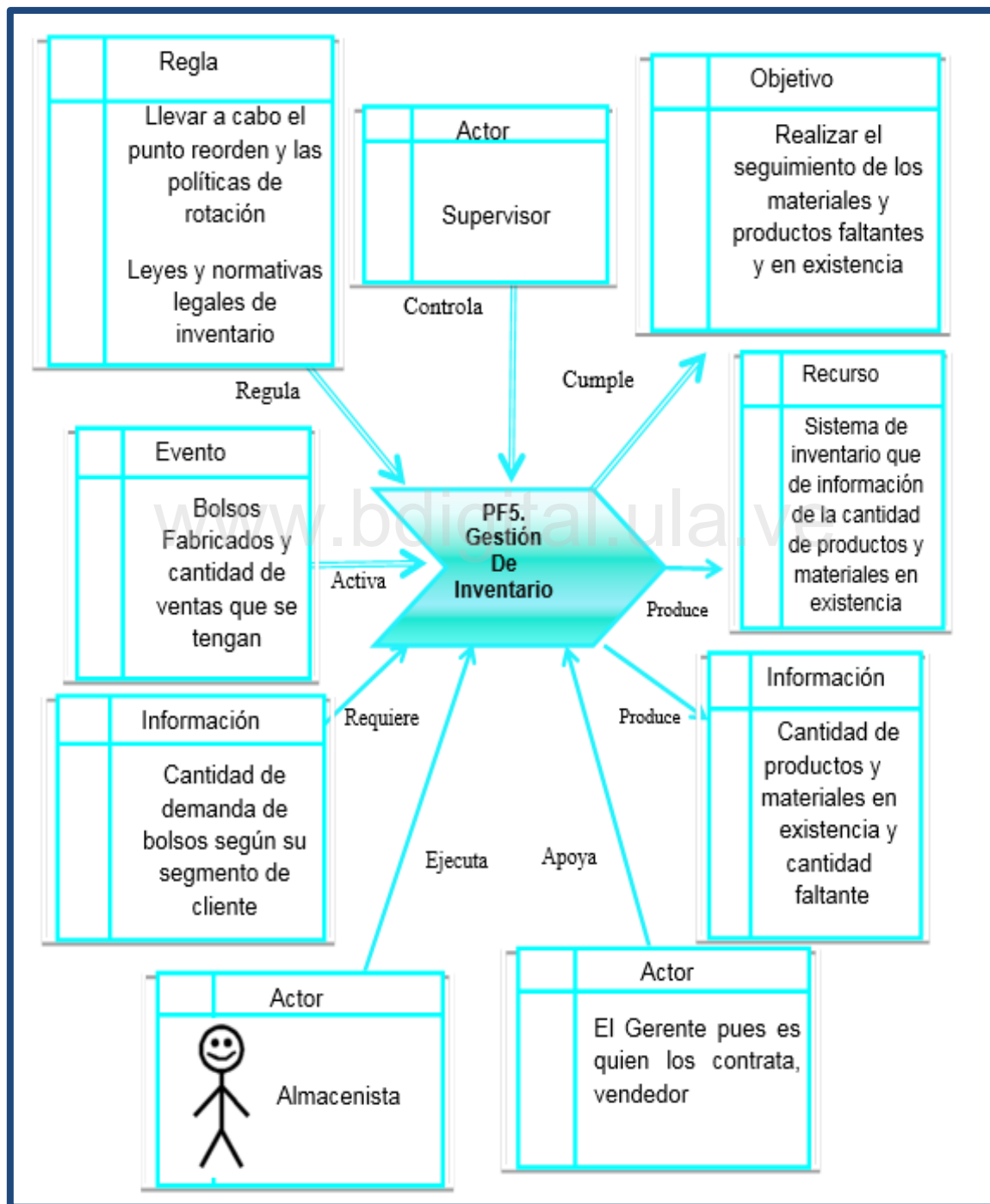
Figura 4.16 Diagrama de actividad Calidad de los bolsos

Fuente Elaboración propia

PF5. Gestión de inventario

Consiste en hacer seguimiento de los bienes almacenados. Esto ayuda a saber cuándo es el momento de reponer productos o comprar más material para fabricarlos, este proceso se puede observar en la figura 4.17.

Una gestión del inventario eficiente es esencial para asegurar que el negocio tenga suficientes productos almacenados para cubrir la demanda del consumidor. Si no se maneja correctamente puede resultar en que el negocio pierda dinero en ventas potenciales que no pueden satisfacerse o que malgaste dinero teniendo demasiado inventario.



4.17 Proceso fundamental 5

Fuente: Elaboracion propia

Resulta conveniente presentar los subprocesos que se originan para realizar las actividades necesarias en la gestión de inventarios de los bolsos, dichos subprocesos están formados por la políticas de rotación y se puede apreciar en el diagrama de actividades de política de rotación de la figura 4.18, en esta actividad es necesario ordenar los productos más viejos de primero al igual que la materia prima, en la figura 4.19 tenemos el diagrama de actividades de punto reorden, esta actividad es de vital importancia pues nos permite calcular el nivel de inventario del producto en el cual se indica la necesidad de realizar un pedido o un resurtido.

PF5.1 Políticas de rotación

- PF5.1.1 Revisar fechas de ingreso de materia prima

- PF5.1.2 Ubicar la materia prima colocando de primero lo más viejo

- PF5.1.3 Ubicar producto terminado colocando de primero lo más viejo

- PF5.2.4 Calcular la rotación de inventario de materia prima y producto elaborado

PF5.3 Punto de reorden

- PF5.3.1 Calcular la demanda promedio en día

- PF5.3.2 Informarse del inventario de seguridad

- PF5.3.3 Calcular el tiempo promedio de entregas en días

- PF5.3.4 Calcular el punto reorden de materia prima y producto elaborado

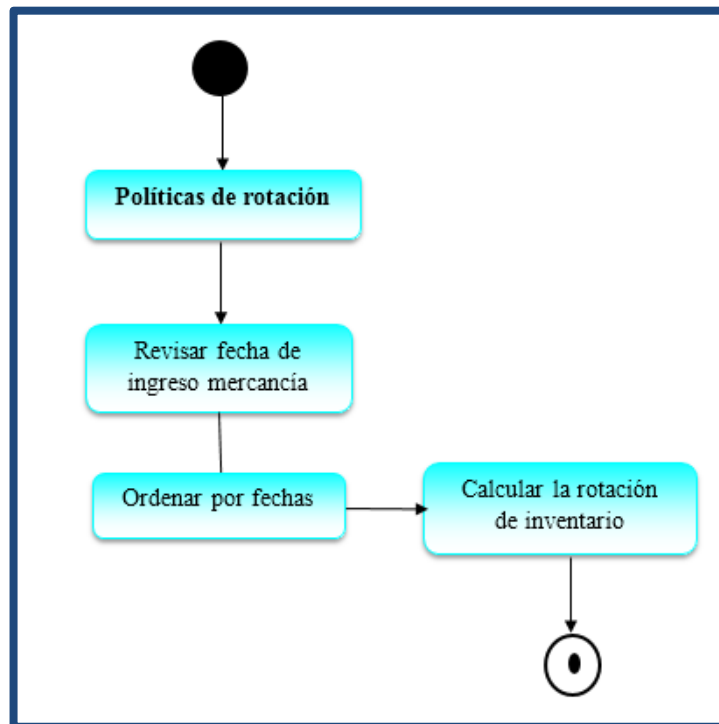


Figura 4.18 Diagrama de actividad Política de rotación

Fuente Elaboración propia

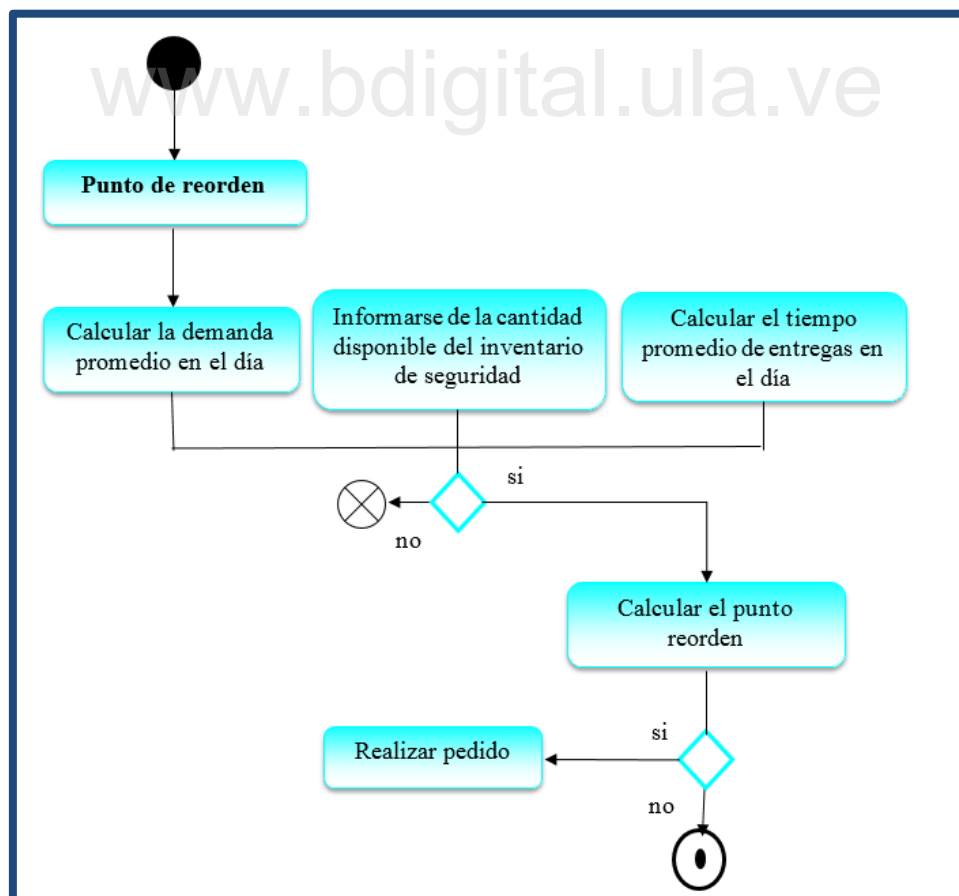


Figura 4.19 Diagrama de actividad Punto reorden

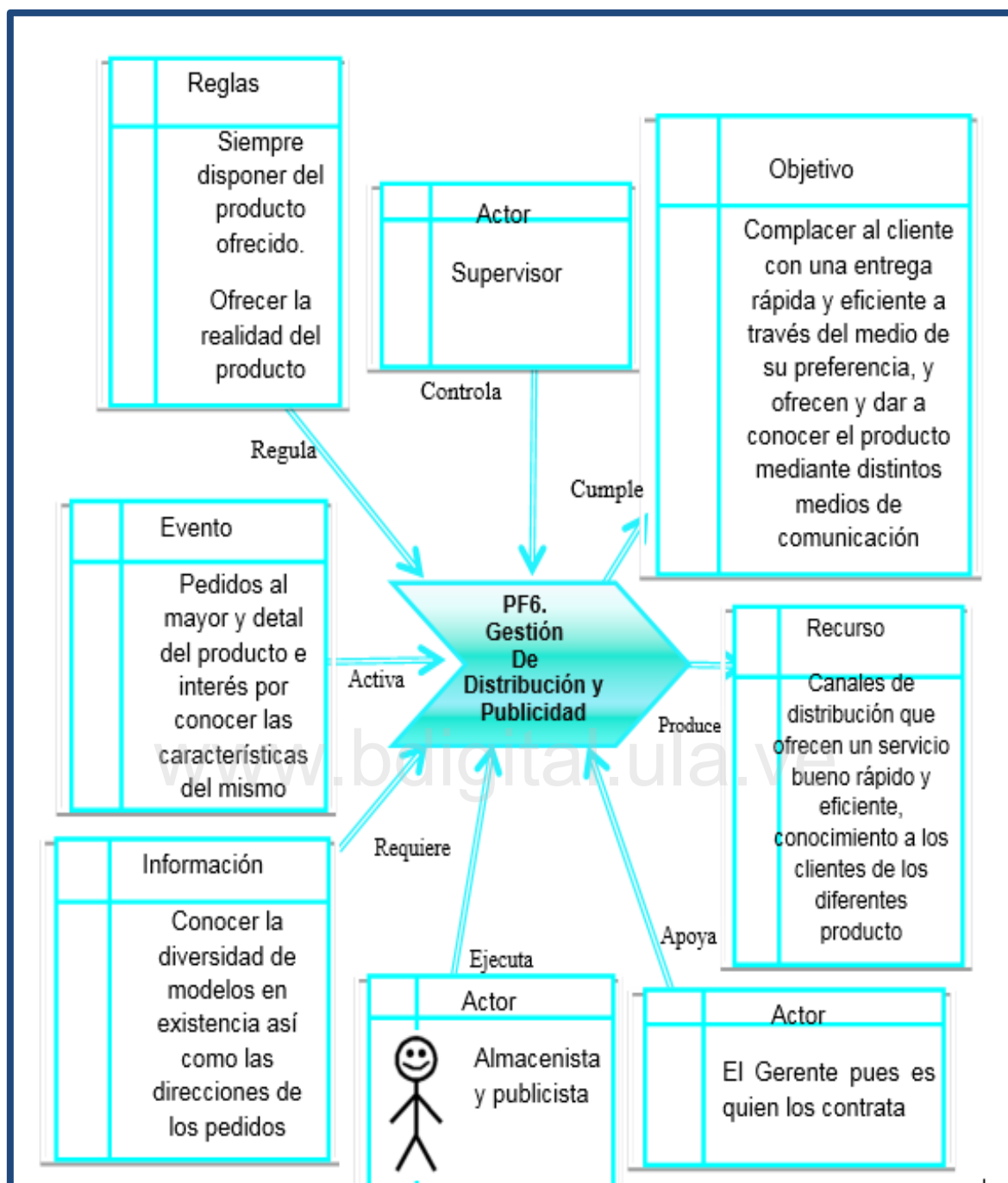
Fuente Elaboración propia

PF6. Gestión de distribución

Toda empresa, sea cual sea su tamaño, se enfrenta a distintas situaciones en las que necesariamente tendrá que plantearse como deberán abordar y tratar la distribución vinculada a su actividad.

En la figura 4.20 se puede observar el proceso de distribución el cual tiene como fin formar conexiones con los clientes para comercializar el producto pues, es una manera sistemática de llegar a los clientes y atenderlos, estén donde estén y por los medios que a ellos les agraden. Se trata de identificar a los clientes más importantes para el negocio. Se trata del modo de consumir la relación con los clientes, del modo de comunicarse con ellos. Del modo de crear y captar valor del producto después de la venta inicial.

www.bdigital.ula.ve



4.20 Proceso fundamental 6

Fuente: Elaboracion propia

Los subprocesos que se originan al realizar las actividades necesarias en la gestión de distribución y publicidad de los bolsos, están formados por los pedidos y se puede apreciar en el diagrama de actividades de pedidos en la figura 4.21, en esta actividad es verificar la disponibilidad del producto para

poder confirmar los pedidos y prepararlos para su envío, en la figura 4.22 tenemos el diagrama de actividades de la publicidad de los bolsos, esta actividad es importante tener una buena publicidad a través de diferentes medios de comunicación.

PF6.1 Pedidos

PF6.1.1 Verificar disponibilidad

PF6.1.2 Preparación de pedidos

PF6.1.3 Envío de los pedidos

PF6.1.4 Entrega de pedido

PF6.2 Publicidad de los bolsos

PF6.2.1 Promoción de los bolsos a través de medios de comunicación

PF6.2.2 Promoción de los bolsos a través de exposiciones.

PF6.2.3 Promoción de los bolsos a través de vallas publicitarias

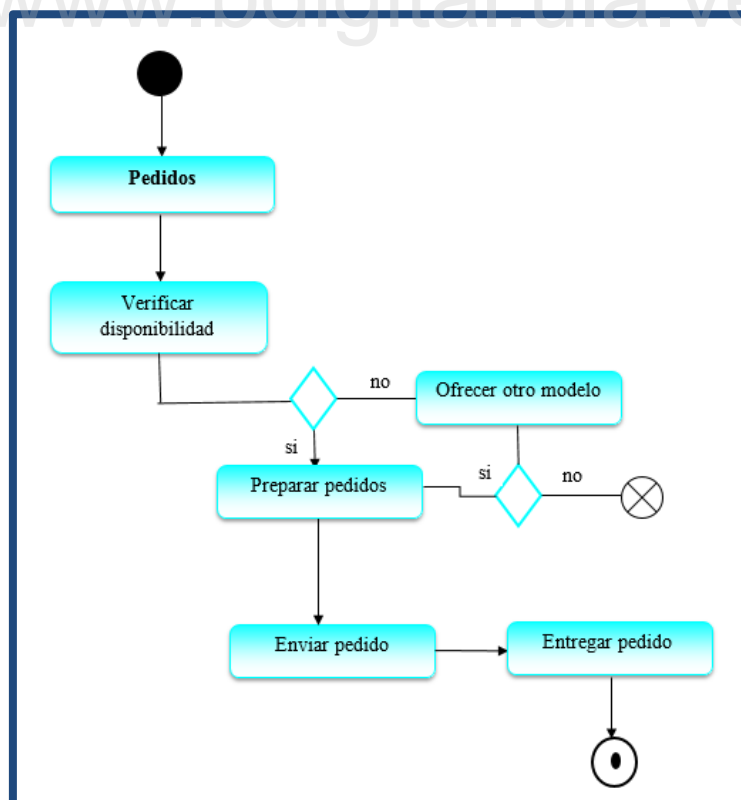


Figura 4.21 Diagrama de actividad Pedidos de los bolsos

Fuente Elaboración propia

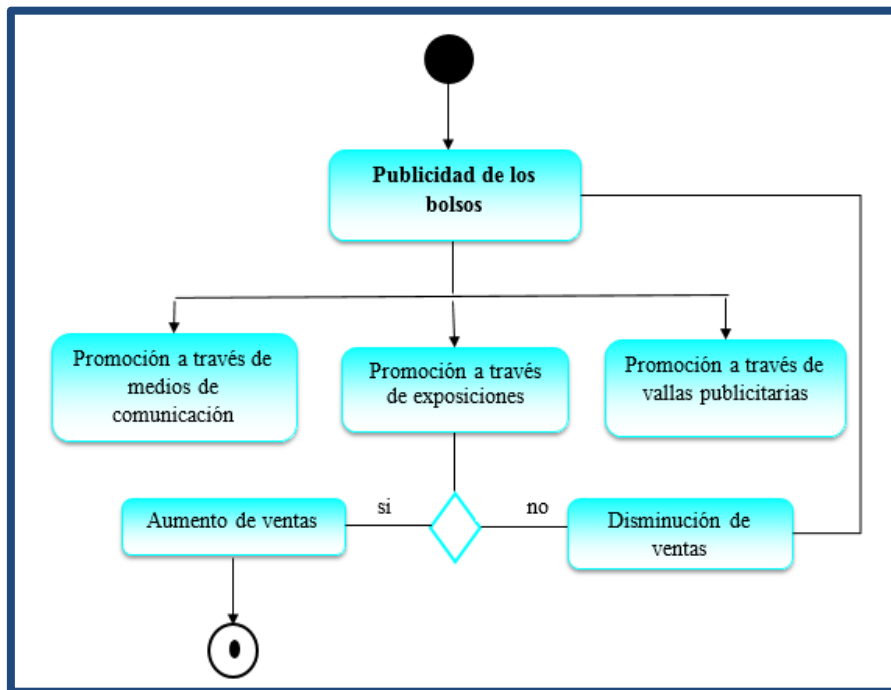


Figura 4.22 Diagrama de actividad Publicidad de los bolsos

Fuente Elaboración propia

www.bdigital.ula.ve

Capítulo 5

Uso de la plataforma Ignis Gravitass

Según Páez (2017) Ignis Gravitass es una *Startup* que ha creado una plataforma tecnológica para que cualquier individuo inicie, conforme su propia *Startup*, construya el producto o servicio que desea elaborar, conseguir contactos para lograr inversiones, alianzas, expertos, asesores, *freelancers* y vender sus productos.

La finalidad de este capítulo es mostrar el uso de la plataforma IgnisGravitass, así como también evaluar la experiencia de usuario

5.1 Registro a la plataforma

El primer paso que se debe llevar a cabo para hacer uso de la plataforma IgnisGravitass es registrarse se debe entrar en la plataforma (<https://www.ignisgravitas.com/>) ingresar en únete y allí se podrá hacer el registro, la información que piden, esto se muestra en la Figura 5.1

El formulario de registro de usuario en la plataforma Ignis Gravitass. El título es "Únete a IGNIS GRAVITAS". Debajo, se indica "Crear una cuenta usando:" y hay tres botones de inicio de sesión: Facebook, Google+ y LinkedIn. Luego, se dice "o crear una nueva aquí:". A continuación, hay cuatro campos de texto con asteriscos obligatorios: "Nombre personal", "correo", "contraseña" y "Confirmación de contraseña". En la parte inferior derecha del formulario hay un botón verde que dice "Regístrate".

Figura 5.1 Registro de usuario

Fuente: Plataforma Ignis Gravitass

5.2 Crear la *startup*

Luego del registro ingresamos con los datos a la plataforma, donde lo primero que debemos hacer es crear la *startup*, en la figura 5.2 se muestran los datos que debes llenar.



Figura 5.2 Creación de la *startup*

Fuente: Plataforma Ignis Gravitass

5.3 Herramienta Idea

En la figura 5.3 se muestra la pantalla que aparece después de que se ha creado la *startup*, como se puede observar tenemos varias herramientas que iremos recorriendo.

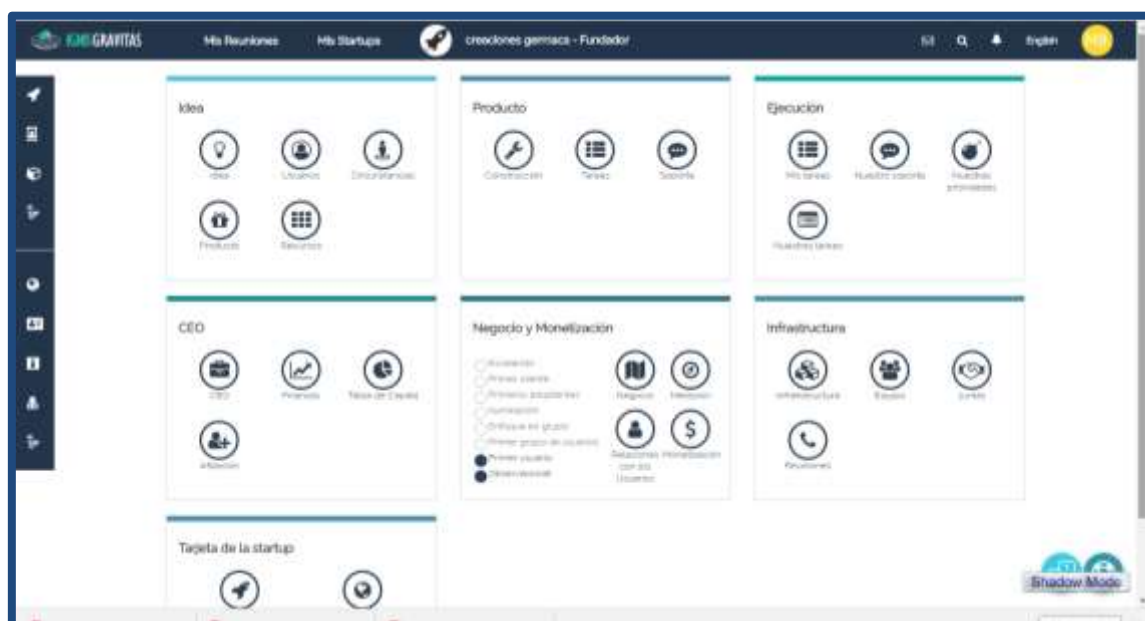


Figura 5.3 Pantalla de inicio en la startup

Fuente: Plataforma Ignis Gravitas

5.3.1 Idea

Cuando se ingresa el primer recuadro que nos encontramos pulsando el icono  se muestra lo que tenemos en la Figura 5.4, como se puede observar en la parte superior se tienen varias estaciones la primera es la de idea allí se le da el nombre a la idea que se tiene, en este caso se llama Bolsos, de igual forma se describe la idea, el propósito de esta, y el problema que actualmente ves, también hay que calificarse con las estrellas que van desde 1 estrella hasta 5 estrellas y donde se debe responder a diversas interrogantes, de este modo podremos saber que tanta probabilidad de éxito tenemos con nuestra idea.

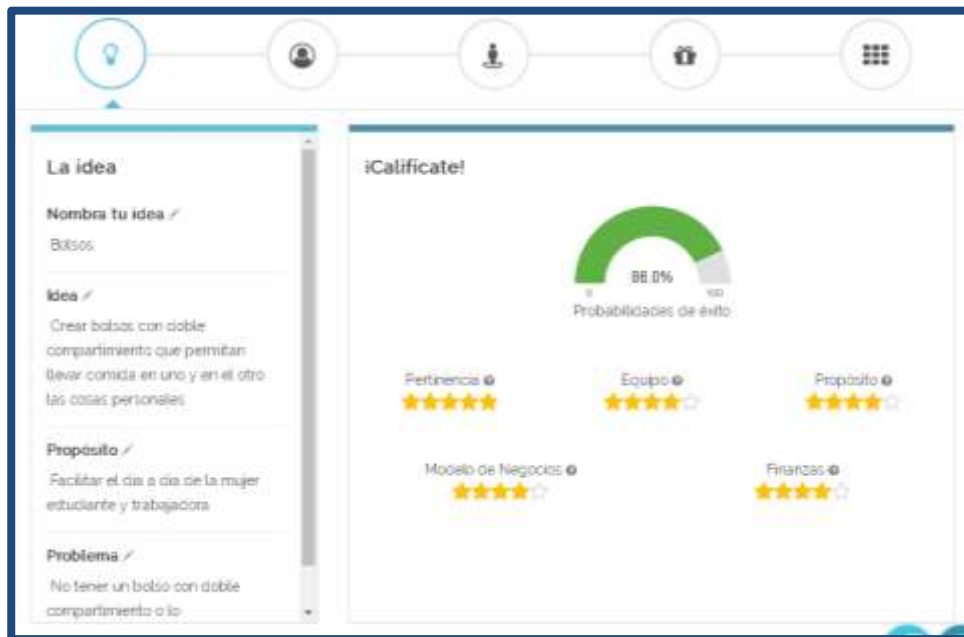


Figura 5.4 Idea

Fuente: Plataforma Ignis Gravitas

5.3.2 Usuarios y consumidores

En la figura 5.5 se puede observar la estación, acá se debe ingresar los posibles usuarios a los que se les va a dirigir el producto es decir se debe describir el segmento de mercado.

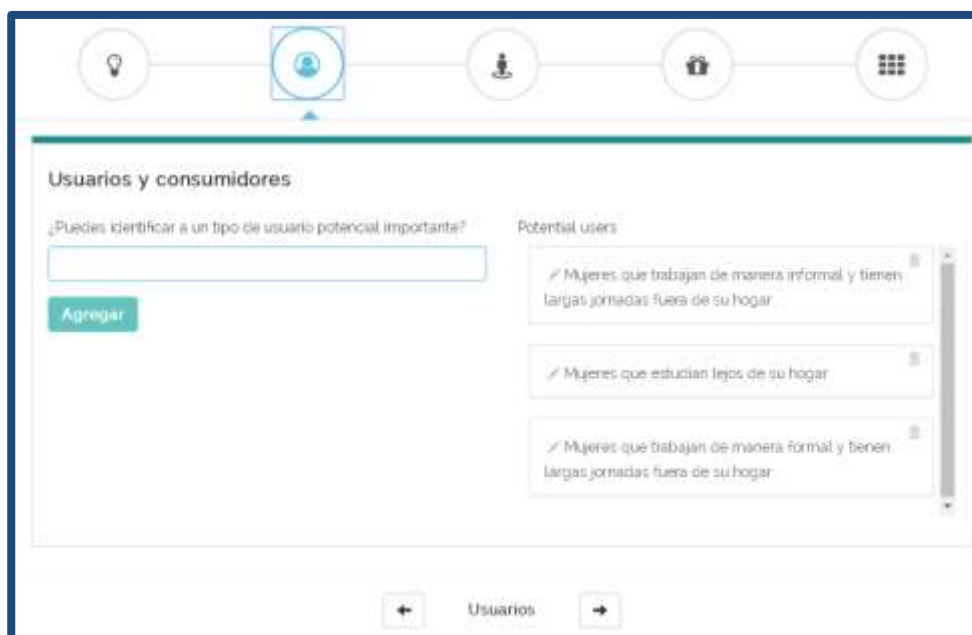


Figura 5.5 Usuarios y consumidores

Fuente: Plataforma Ignis Gravitas

5.3.3 Circunstancia

En este mismo orden de ideas la figura 5.6 nos muestra la estación de circunstancias donde se debe identificar para cada usuario que se describió en la estación 5.3.2, las circunstancias que afronta sin tener el producto que se está ofreciendo así como también las actividades que realiza describiendo como la ejecuta los sentimientos y frustraciones que presenta sin nuestro producto.

Mujeres que trabajan de manera formal y hacen largas jornadas fuera de su hogar

Mujeres que estudian lejos de su hogar

Mujeres que trabajan de manera informal y tienen largas jornadas fuera de su hogar

Identifica

Circunstancia que el usuario afronta ✓
no cuentan con un bolso seguro y de gran capacidad

Actividad que el usuario debe ejecutar en dicha circunstancia ✓
llevan la comida en bolsa, compran loncheras, exceden la capacidad del bolso

Objetivo principal de la actividad ✓
transportar todo lo que necesitan para el uso diario

La Actividad

llevan la comida en bolsa, compran loncheras, exceden la capacidad del bolso

Ejecución Sentimientos

Frustraciones

¿Cómo ejecutan tus potenciales usuarios la actividad hoy en día sin tu idea?

Recurren a otros implementos como bolsas, loncheras, entre otras e incurren en costos adicionales

¿Qué tan eficiente es para ellos?

La solución ideal

¿Cuál es la forma ideal en la que el usuario podría ejecutar la actividad? ✓

Figura 5.6 Circunstancia

Fuente: Plataforma IgnisGravitas

5.3.4 Producto

Posteriormente podemos observar en la figura 5.7 la estación de producto, aquí se tiene que describir de la mejor manera las características que debe ofrecer el producto que estamos ideando

Detalles del producto

Nombre /
Bebos Multifuncionales

Descripción
Describe tu producto

Guardar Cancelar

¿Cuáles características piensas que debe ofrecer tu producto?

Nombra las características una por una. Aparecerán a la izquierda

Una sola una palabra

Describe

Agregar

Características

Nombre /
Seguridad

Descripción /
Tiene la seguridad de que la comida no se demandara sobre sus cosas personales

La solución ideal según tus usuarios

Mujeres que trabajan de manera formal y tienen largas jornadas fuera de su hogar

Mujeres que estudian lejos de su hogar
Trasladando la comida en un solo bebo teniendo la seguridad

Mujeres que trabajan de manera informal y tienen largas jornadas fuera de su hogar

Figura 5.7 Producto

Fuente: Plataforma IgnisGravitas

www.bdigital.ula.ve

5.3.5 Recurso

En la figura 5.8 observamos la última estación de esta herramienta la cual es llamada recursos, en esta sección se debe describir todos los recursos necesarios tanto tecnológicos como financieros y humano, para poder llevar a cabo la idea que estamos describiendo.

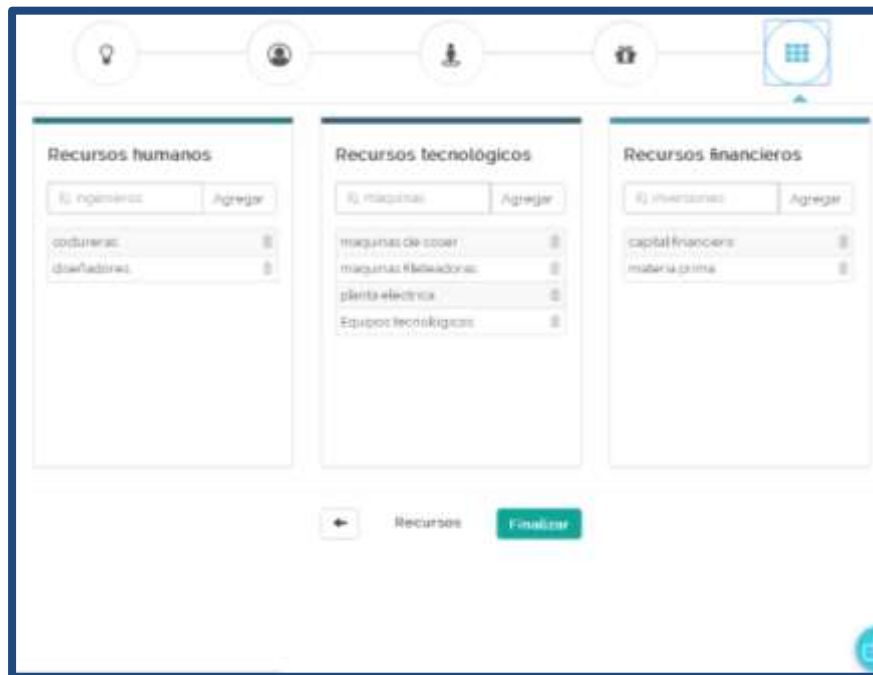


Figura 5.8 Recursos

Fuente: Plataforma IgnisGravitas

Al finalizar con este proceso nos arroja la probabilidad de éxito e innovación que tenemos con la idea del producto, en la figura 5.9 se puede observar, luego nos da la opción de comenzar a construir el producto la cual es la siguiente herramienta que se describirá.



Figura 5.9 Probabilidades de éxito e innovación

Fuente: Plataforma Ignis Gravitas

5.4 Herramienta Producto

En esta sección se describirán los pasos que se deben llevar a cabo para construir el producto que se está proponiendo.

En la figura 5.10 podemos observar los pasos que tiene la herramienta producto al pulsar el icono  nos despliega la pantalla que se puede observar en la figura 5.11.



Figura 5.10 pantalla de inicio producto

Fuente: Plataforma Ignis Gravitass

5.4.1 Producto

En esta sección se pueden ir creando los MVP (Producto mínimo viable), acá se crea el MVP con las características que describimos en la sección 5.3.4, en el menú que se puede observar al lado derecho de la zona donde está el MVP (Figura 5.11) tenemos varias opciones como lo son crear una nueva característica, seleccionar como MVP actual acá elegimos con cual MVP queremos trabajar y lo seleccionamos como actual, está la opción de editar, eliminar, tareas que es donde apuntamos las tareas que se llevan a cabo para hacer realidad el producto, es importante mencionar que cada una de esas características tiene la opción de guardarle las tareas que se están por hacer,

las que están en proceso y las que están terminadas, aquí se pueden ir moviendo las tareas según sea el caso.

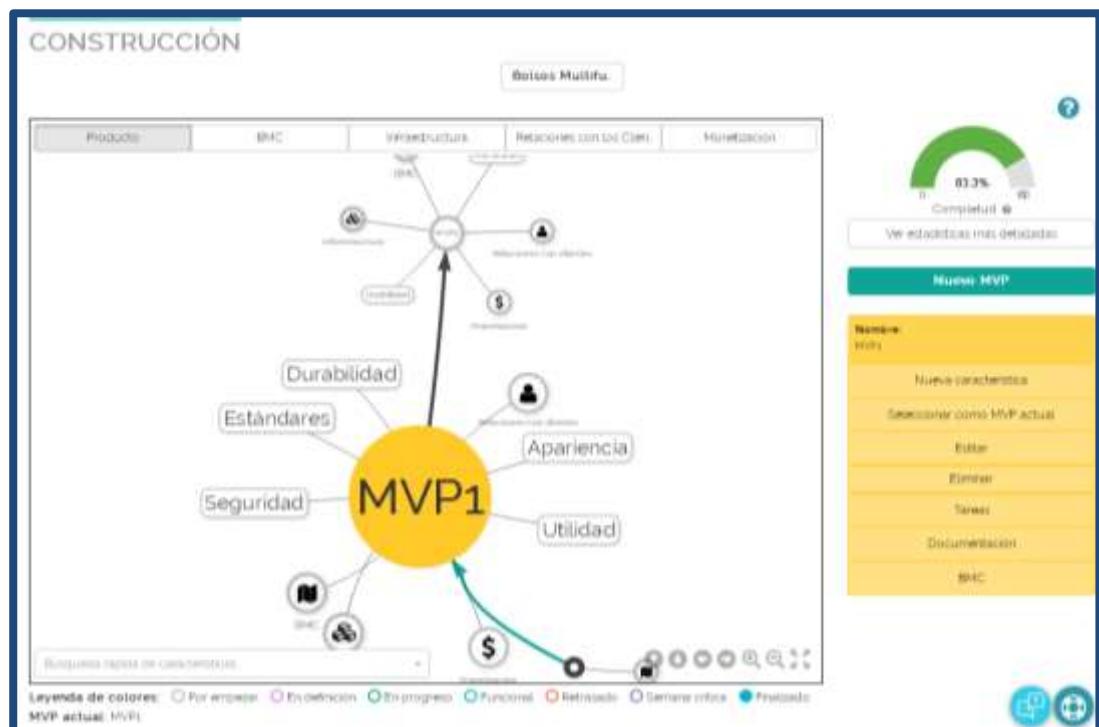


Figura 5.11 Construcción

Fuente: Plataforma IgnisGravitas

5.4.2 BMC (Business Model Canvas)

En esta estación cuando seleccionamos el BMC del MVP actual, figura 5.12, se puede construir el BMC para varias estaciones Figura 5.13, en primer lugar está el BCM del primer usuario, luego del primer grupo de usuario, enfoque en grupo, iluminación, primeros adoptantes, primer cliente y escalando, todas estas estaciones se van llenando a medida de que se va avanzando con el producto y su posición en el mercado.



Figura 5.12 BCM del MVP actual
Fuente: Plataforma Ignis Gravitas

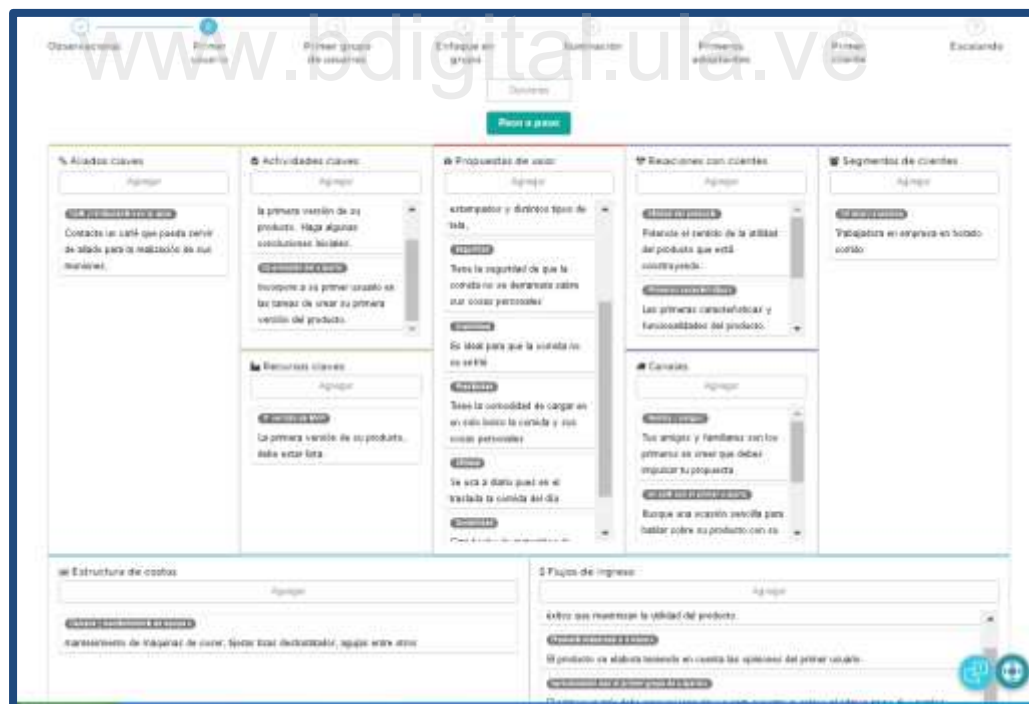


Figura 5.13 Estaciones BMC
Fuente: Plataforma Ignis Gravitas

5.4.3 Infraestructura

Esta sección se puede visualizar en la Figura 5.14, se va a tener tantas infraestructuras como MVP tengamos , es decir, para cada MVP vamos a tener una infraestructura en ella se van a ir colocando las tareas que se van a ejecutar para las actividades claves, los aliados claves y los recursos claves que son necesarios para nuestra BMC, también se cuenta con la posibilidad de adjunta cualquier archivo que se necesite para trabajar en estos recursos.



Figura 5.14 Infraestructura

Fuente: Plataforma Ignis Gravitas

5.4.4 Relación con los clientes

De igual forma que la estación anterior se tendrá una relación con los clientes para cada MVP, acá se trabajan las actividades relacionadas a la relación con los clientes, los canales y los segmentos de clientes, seleccionando la opción que desea trabajar. Figura 5.15

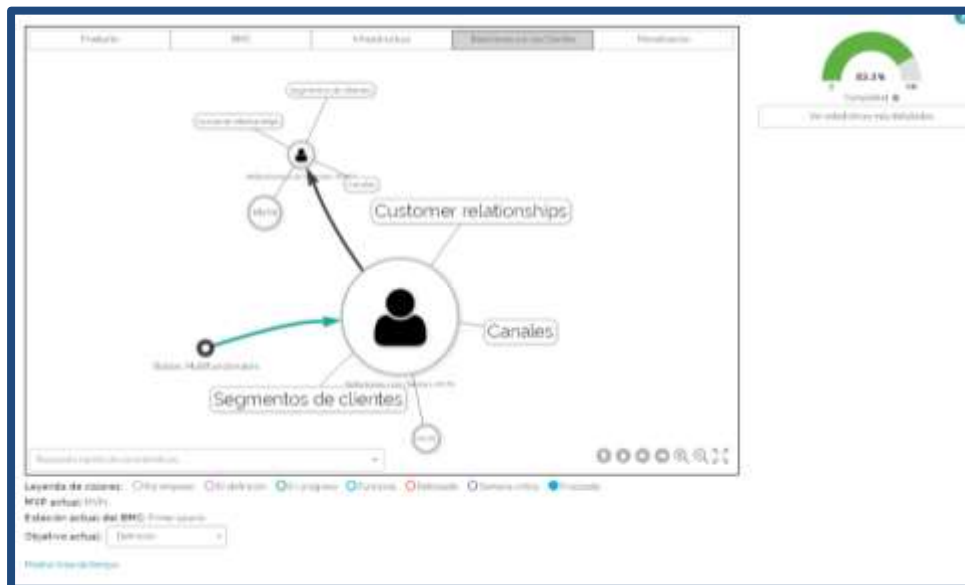


Figura 5.15 Relación con los clientes
Fuente: Plataforma Ignis Gravitas

5.4.5 Monetización

En esta estación que se puede apreciar en la figura 5.16, se trabajan las actividades relacionadas con el flujo de ingreso y la estructura de costo igualmente se tendrá una monetización para cada MVP.

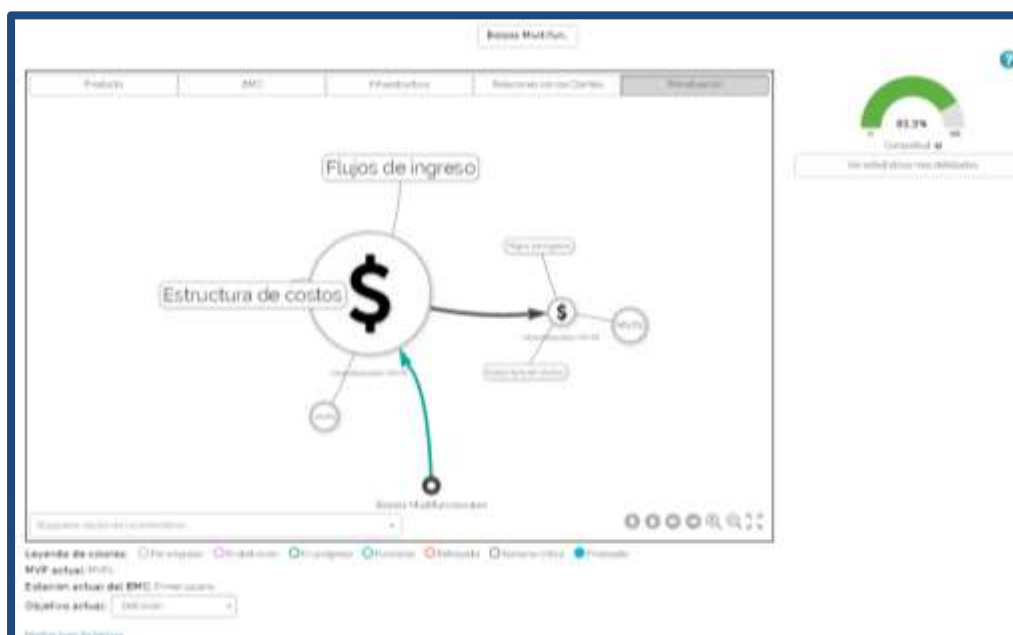


Figura 5.16 Monetización
Fuente: Plataforma Ignis Gravitas

5.5 Herramienta Ejecución

En la figura 5.17 muestra las opciones que tiene la herramienta ejecución al ingresar en ella se tiene las opciones mis tareas figura 5.18, nuestro soporte figura 5.19, nuestras prioridades figura 5.20 y nuestras tareas figura 5.21, Esta herramienta resulta útil cuando se tiene un equipo de trabajo pues aquí se pueden ver las tareas que tienen asignadas cada miembro , la prioridad de las mismas y su progreso

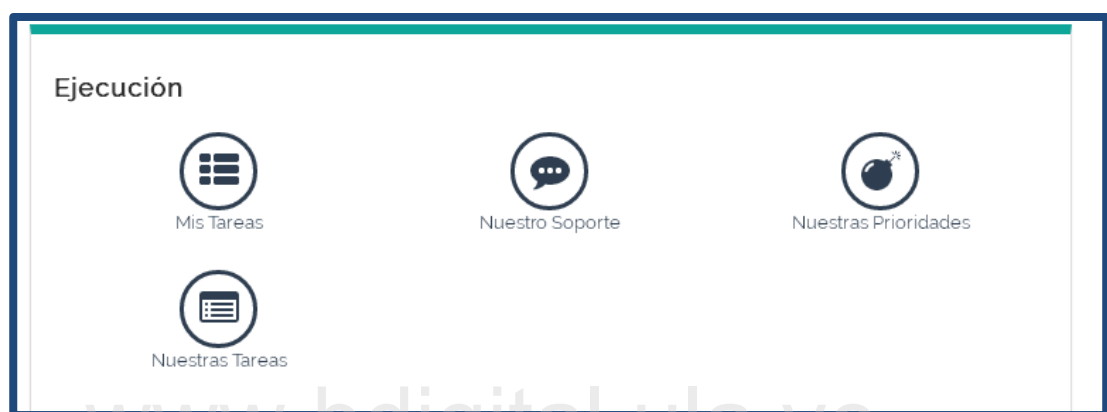


Figura 5.17 Ejecución

Fuente: Plataforma Ignis Gravitass

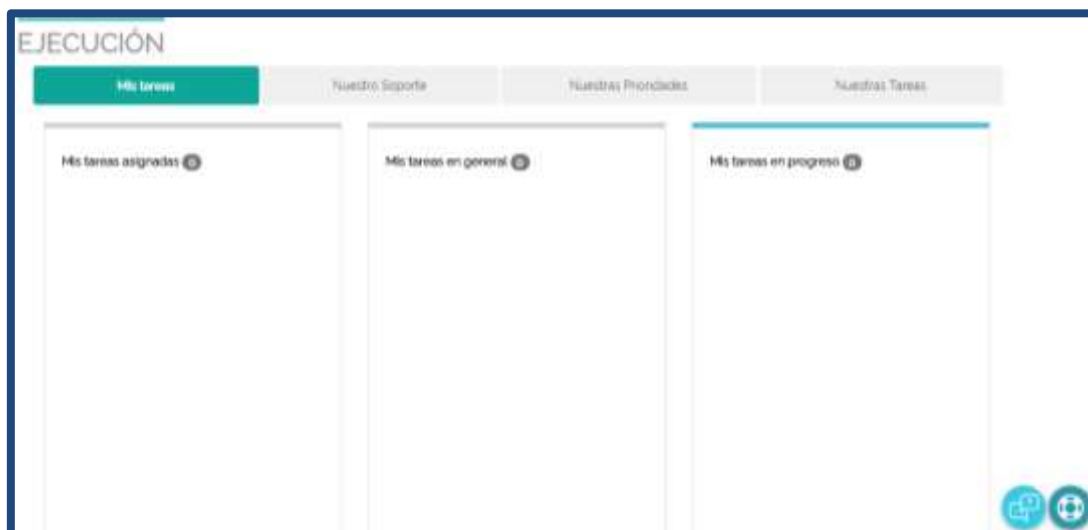


Figura 5.18 Mis tareas

Fuente: Plataforma Ignis Gravitass



Figura 5.19 Nuestro soporte
Fuente: Plataforma Ignis Gravitas



Figura 5.20 Nuestras prioridades
Fuente: Plataforma Ignis Gravitas

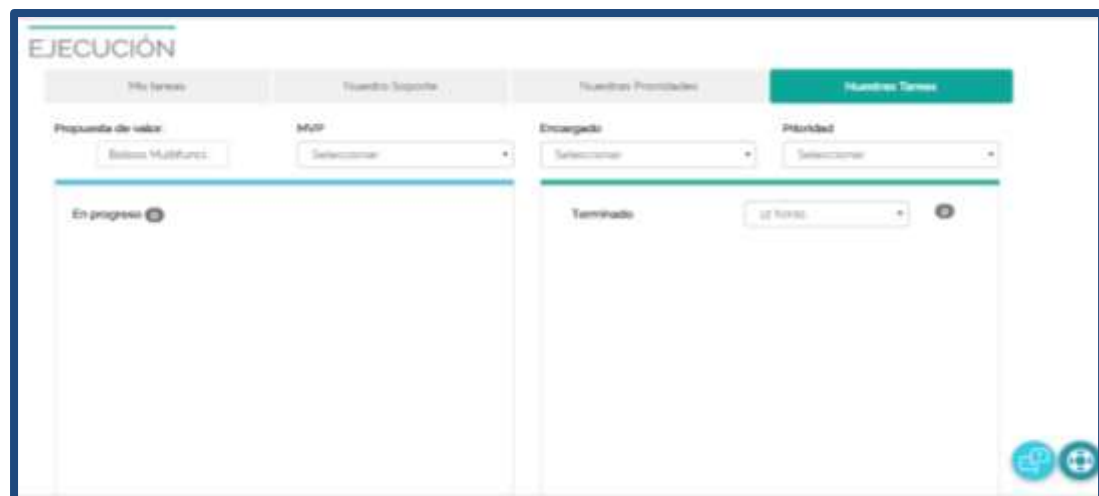


Figura 5.21 Nuestras tareas
Fuente: Plataforma Ignis Gravitas

5.6 Herramienta CEO

Esta es una de las herramientas con mucha utilidad ya que permite a la persona que tiene la mayor responsabilidad dentro de la organización llevar un control detallado de las tareas que se deben realizar para realizar con éxito el crecimiento del emprendimiento en la figura 5.22 se muestran las opciones que tiene la herramienta las cuales se describirán a continuación.



Figura 5.22 Pantalla de inicio CEO

Fuente: Plataforma Ignis Gravitass

5.6.1 CEO

Esta sección la cual podemos observar en la figura 5.23, es de gran utilidad para que el CEO lleve un buen control, en ella se pueden apuntar e ir moviendo todas las actividades que se deben realizar para lograr un buen emprendimiento, se tiene la posibilidad de manejar las actividades tanto de construcción del producto como de infraestructura, financiamiento y conexiones, BMC y monetización.

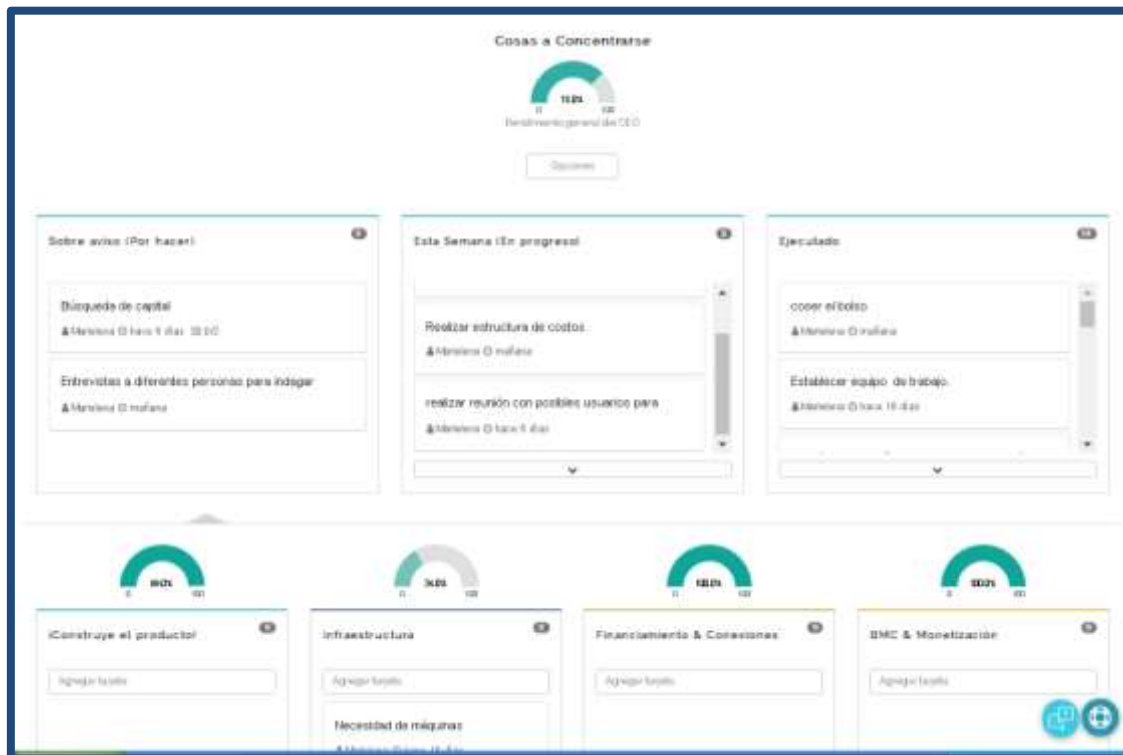


Figura 5.23 CEO

Fuente: Plataforma Ignis Gravitas

www.bdigital.ula.ve

5.6.2 Finanzas

Esta es una herramienta donde se tratan las condiciones y la oportunidad con que se consigue el capital, de los usos de éste, y los retornos que un inversionista obtiene de sus inversiones.

En la figura 5.24 se puede observar la opción de general donde se puede visualizar los datos de finanzas generales se deben introducir los datos y nos genera la gráfica de la evolución del capital por mes y el capital disponible.



Figura 5.24 General
Fuente: Plataforma Ignis Gravitas

En la figura 5.25 observamos la opción de mes, en ella se deben colocar diversos datos para obtener la gráfica de ingresos y gastos y el resultado operativo mensual.



Figura 5.25 Mes
Fuente: Plataforma Ignis Gravitas

La figura 5.26 nos muestra lo que obtenemos en la parte de análisis los datos que en esta sección nos arroja son muy interesantes pues nos da una estimación de banca rota de la empresa, nos da un indicativo de las condiciones financiera así como la capacidad de liquidez por mes.



Figura 5.26 Análisis
Fuente: Plataforma Ignis Gravitas

5.6.3 Tabla de capitalización

Esta herramienta nos permite visualizar y manejar las propiedades de la startups, nos da la opción de informarnos cuál es la política recomendada para la asignación de propiedades, también permite administrar el porcentaje de propiedad de cada miembro. Figura 5.27.



Figura 5.27 Tabla de capitalización

Fuente: Plataforma Ignis Gravitas

5.6.4 Afiliación

Esta sección como se puede observar en la figura 5.28, se utiliza para invitar a los miembros del equipo a través del correo electrónico se envía la invitación y esta debe ser aceptada para poder incluirlo en el equipo de trabajo, también se debe seleccionar el perfil de la persona que estamos invitando. En la figura 5.29 se muestra la sección de miembros, aquí se puede administrar el equipo de la startups, en la figura 5.30 tenemos la sección de juntas allí se puede ver que miembros son los que pertenecen a la junta directiva, junta de asesoramiento y servicio de asesoramiento.

Esta herramienta resulta de gran utilidad cuando se tiene un equipo de trabajo pues nos permite tener una estructura organizativa de la empresa

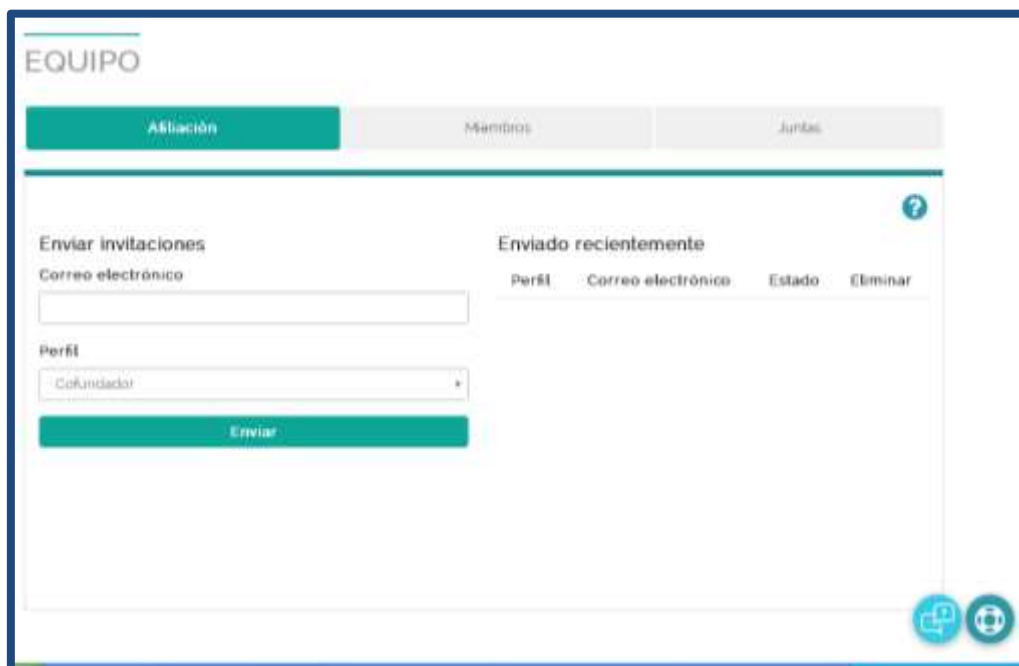


Figura 5.28 Afiliación
Fuente: Plataforma Ignis Gravitas

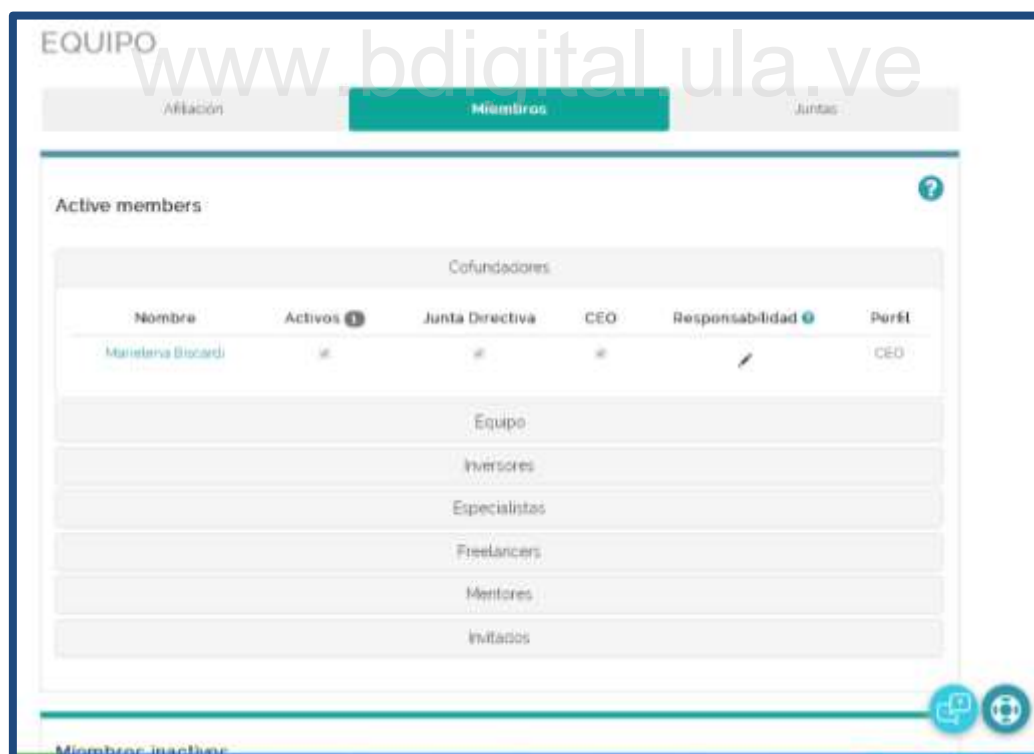


Figura 5.29 Miembros
Fuente: Plataforma Ignis Gravitas

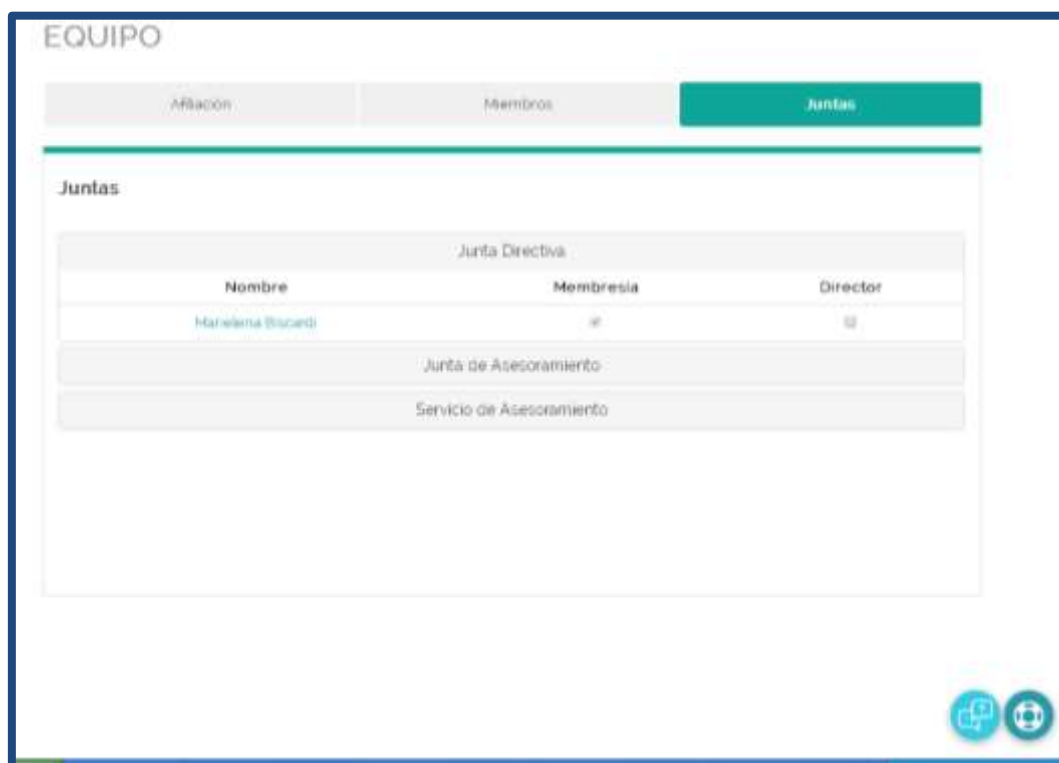


Figura 5.30 Juntas

Fuente: Plataforma Ignis Gravit

www.bdigital.ula.ve

5.7 Herramienta Negocio y monetización

Para llenar el lienzo debemos ingresar en el cuadro de Negocio y Monetización,

pulsando el icono  que aparece en la figura 5.31, eso nos llevara a la ventana que se muestra en la figura 5.32 aquí se llena el lienzo del modelo de negocio canvas de la forma que describimos en el capítulo 2, en la parte superior de la figura se puede observar que se cuenta con diversas estaciones es importante destacar que el modelo que se llena en esta sección es el modelo canvas visión es decir el general de nuestra idea y a medida de que se avanza en las estaciones podemos observar el BMC de los MVP actual los cuales solo se pueden llenar y modificar desde la opción construcción de la herramienta producto.

En la figura 5.33 podemos observar la pantalla que obtenemos al ingresar en la opción de Relación con clientes y en la figura 3.34 cuando

ingresamos a la opción de Monetización, en estas dos opciones nos lleva a la parte de construcción de la herramienta producto en la cual permite apuntar y revisar las tareas que se realizarán para impulsar el producto.



Figura 5.31 Pantalla de inicio herramienta Negocio y monetización

Fuente: Plataforma Ignis Gravitas



Figura 5.32 Negocio (lienzo canvas)

Fuente: Plataforma Ignis Gravitas

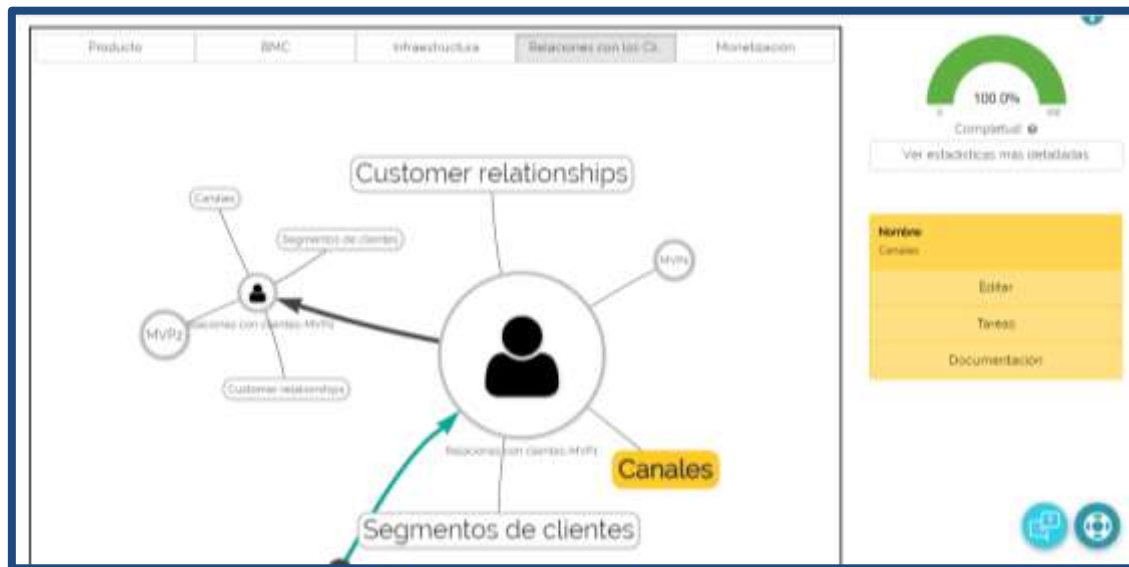


Figura 5.33 Relaciones con clientes
Fuente: Plataforma IgnisGravitas

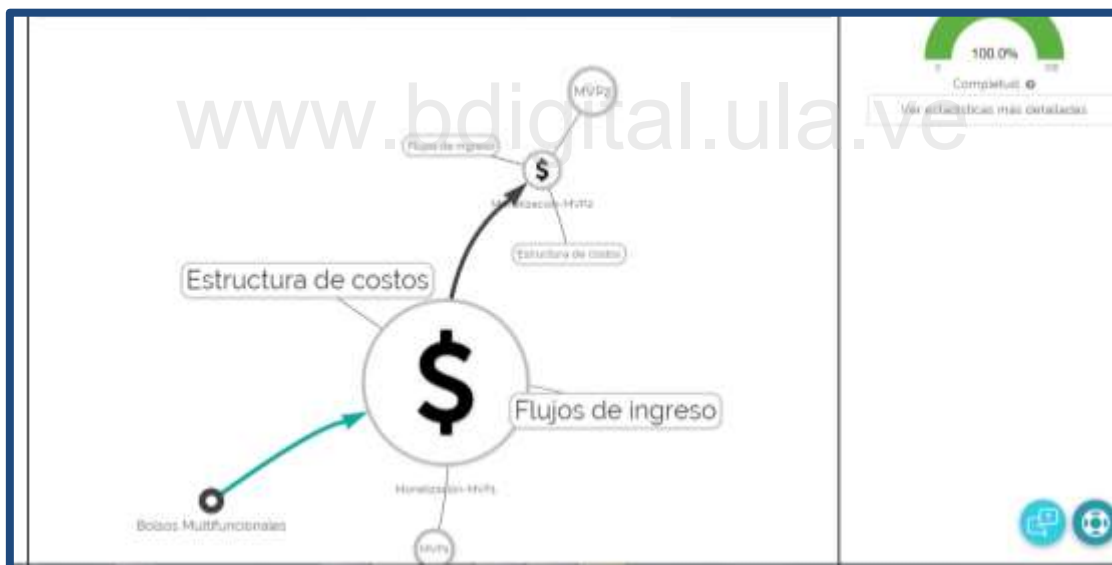


Figura 5.34 Monetización
Fuente: Plataforma IgnisGravitas

5.8 Herramienta Infraestructura

En esta herramienta la cual se puede observar en la figura 5.35 se pueden trabajar las actividades relacionadas con los recursos claves, aliados claves y actividades claves desde la sección de construcción, si se ingresa a la

opción de equipo o juntas nos lleva a las mismas opciones que se tienen en la sección 5.6.4.

La figura 5.36 nos muestra la opción de reuniones, esta es de gran utilidad pues nos permite enviar las invitaciones a los diferentes miembros de la startups para las reuniones que se llevaran a cabo y nos permite visualizar las reuniones que se tienen pendiente con los diferentes juntas de la *startups*



Figura 5.35 Infraestructura
Fuente: Plataforma Ignis Gravititas

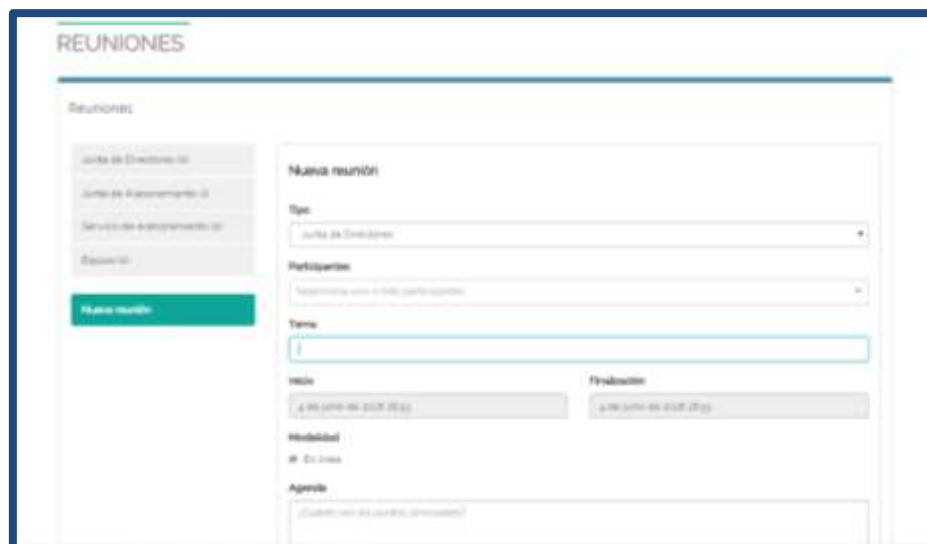


Figura 5.36 Reuniones
Fuente: Plataforma Ignis Gravititas

5.9 Herramienta tarjeta de la *startup*

En la figura 5.37 se puede observar el menú de la herramienta tarjeta de la *startup*, cuando se ingresa en el primer icono se puede observar lo que se presenta en la figura 5.38 en esta sección se puede ver la información de la *startup* tanto el logo como el nombre, los fundadores, la dirección y los medios de contacto, esta sección es solo de visualización si se quiere modificar o llenar los datos se debe acceder por la parte de editar *startup*; en la sección de *pitch* la cual se puede observar en la figura 5.39 se puede visualizar la información que aparece en la figura 5.39.1 donde se tiene el problema de valor a resolver, nuestra solución, los competidores y se puede ver la gráfica del mercado objetivo, seguidamente tenemos la información que se puede apreciar en la figura 5.39.2 donde tenemos el capital necesario para la realización de nuestro producto, los canales y actividades de mercado, en la figura 5.39.3 podemos apreciar la información que se puede ver luego la cual es las proyecciones financieras donde nos da las gráficas de los ingresos, gastos y lucro, luego tenemos la información de las metas propuestas que se puede apreciar en la figura 5.39.4 y por último se tiene la Figura 5.39.5 donde nos muestra el equipo que conforma nuestra *startup*, aliados y recursos, es importante aclarar que en esta sección solo se puede ver la información para llenar y editar la información se debe acceder a la sección de editar *pitch* la cual se encuentra en el menú de esta herramienta.



Figura 5.37 Pantalla de inicio Tarjeta de la *startup*

Fuente: Plataforma Ignis Gravitass

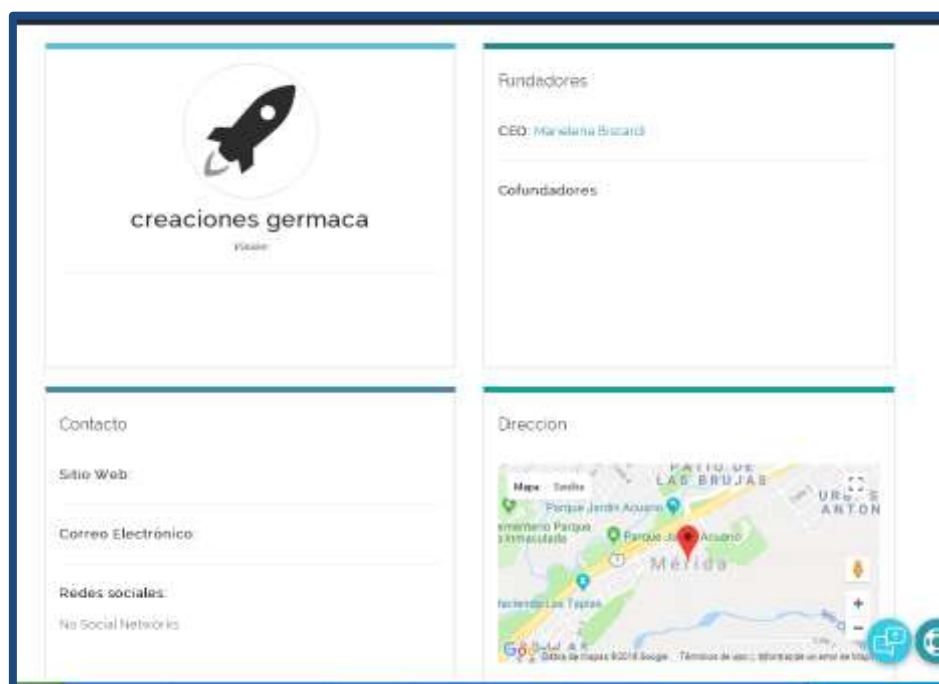


Figura 5.38 Startup
Fuente: Plataforma Ignis Gravitas



Figura 5.39 Pitch
Fuente: Plataforma Ignis Gravitas



Figura 5.39.1 Nuestra oportunidad
Fuente: Plataforma Ignis Gravitass



Figura 5.39.2 Inversión y canales de ventas
Fuente: Plataforma Ignis Gravitass



5.39.3 Proyecciones financieras
Fuente: Plataforma Ignis Gravitass

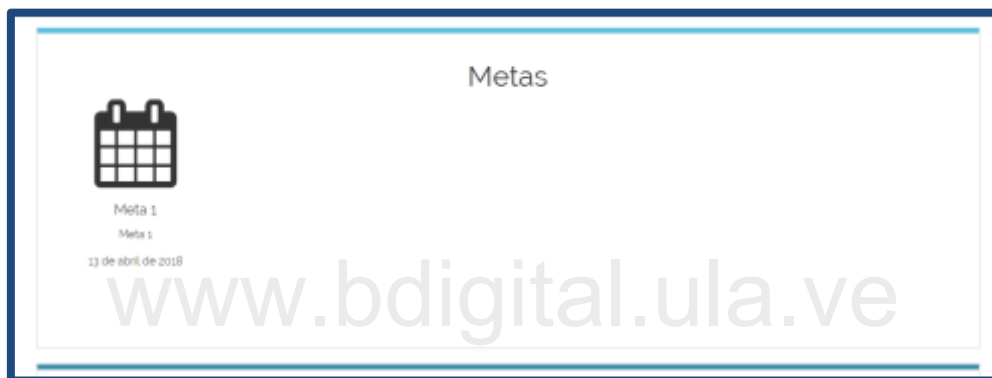


Figura 5.39.4 Meta
Fuente: Plataforma Ignis Gravitass



Figura 5.39.5 Equipo, aliados y recursos
Fuente: Plataforma IgnisGravitass

5.10 Evaluación de la plataforma

Hoy en día cada vez es más común encontrarnos invirtiendo tiempo en entornos virtuales y son más las compañías que se dedican al desarrollo de plataformas, es por esto que resulta conveniente contar con una buena interfaz que se enfoque en maximizar la usabilidad y la experiencia de usuario. Cuyo objetivo final es hacer que la interacción entre el usuario y el sistema del que es interfaz sea tan simple y eficiente como sea posible, en términos de cumplimiento de los objetivos del usuario.

En este orden de ideas, la plataforma Ignisgravitas cuenta con una interfaz simple, solo al iniciar es necesario contar con alguna leyenda que nos indique el fin de cada herramienta, pero una vez que se utilizan se puede ir desarrollando el objetivo de una manera simple, cuenta en varias herramientas como la de idea y negocio con un sistema de estaciones que permiten que se entienda con más claridad el objetivo y se hace más fácil llenar la información requerida, además de entender la finalidad del proceso que se lleva a cabo, también cuenta con un proceso de ejecución de tareas las cuales se llevan de una manera fácil e intuitiva es bastante útil pues nos permite llevar un seguimiento de las actividades que se deben realizar para sacar adelante el emprendimiento permitiendo su movilidad, es decir, permite ir moviendo la tarea que tenemos por hacer hasta el estado de terminado así tenemos presente las tareas que debemos realizar y las que se han hecho, es de destacar que cuenta con herramientas en el menú principal que nos lleva al mismo sitio, es decir cuenta con contenidos adicionales, pero en su mayoría son herramientas de gran utilidad para el proceso de emprendimiento, es

importante resaltar que la simplicidad de la interfaz permite que el usuario pueda usarla de forma fluida.

Así mismo se puede destacar que la plataforma cuenta con una interfaz muy clara ya que las preguntas y contenidos son concisos y el proceso de aprendizaje es bastante sencillo de igual manera nombra las herramientas apropiadamente.

La coherencia en esta interfaz es buena ya que cuenta con las imágenes indicadas para cada herramienta, su fuente es la ideal para leer con claridad,

sus colores son adecuados al entorno, el logo siempre esta visible y el menú es simple y conciso permiten ser utilizado de una manera fácil, es una interfaz rápida pues permite interactuar con todas las herramientas en un tiempo de carga considerable.

Esta plataforma resulta de gran ayuda y utilidad a la persona que desea hacer crecer su idea de emprendimiento, pues lo acompaña a lo largo de este proceso ofreciéndoles diversas Herramientas que lo llevan a trabajar como experto en sus startups asegurando que sea un total éxito la ejecución de dicha idea.

En la tabla 5.1 , se puede apreciar los parámetros que se evaluaron de la plataforma y los resultados obtenidos.

Parámetro a evaluar	Resultado
Interfaz	• Es simple, se puede usar de forma fluida, algunas herramientas cuenta con el mismo propósito • Sus textos son precisos ayudando a una mejor fluidez y claridad • Buena capacidad de respuesta, a la hora de reportar inconvenientes y sugerencias • Eficiente se puede acceder a las diferentes herramientas de forma rápida. • Buena estética, colores agradables, logo y menú principal siempre visible ayudando a una buena coherencia

	• Menú inicial poco claro
Procesos	• Son claros a la hora de llenar las diferentes etapas que se nos presentan de las distintas herramientas. • Fácil de trabajar, sus preguntas y estaciones y son claras e intuitivas • Posee ayudas claras, cuenta con un paso a paso que permite sugerencias que son de gran utilidad
Utilidad	• Permite organizar a través de las tareas la creación del producto, infraestructura, financiamiento y el modelado de negocio y monetización • Permite concretar la idea, propósito y problema que se tiene. • Se tiene una constante interacción con los miembros del equipo • Se puede tener una idea del estado financiero de la <i>startup</i> • Acompaña al usuario en el proceso de la creación de la <i>startup</i>.

	• Se puede crear las estrategias de venta a través del modelo de negocio canvas y así descubrir las tácticas efectivas que ayudan a escalar en el negocio • Se tiene la posibilidad aprender cómo convencer a inversores para cerrar buenos tratos
--	---

Tabla 5.1 Parámetros y resultados de la plataforma IgnisGravitas

Fuente: Elaboración Propia

5.11 Recomendaciones y sugerencias

En la tabla 5.2 se puede observar una serie de recomendaciones que se han hecho a medida de la interacción que se ha tenido con la plataforma, esto con el fin de mejorar la misma, de igual manera en la tabla 5.3 se muestran las fortalezas y debilidades de la plataforma IgnisGravitas.

Recomendaciones	Módulo al que se le indica la recomendación
Incorporar a la plataforma una leyenda que le muestre al usuario para que sirva cada herramienta	Menú principal y Herramientas
Se sugiere colocar las tres partes en las que se desagrega el BMC como herramientas de la plataforma es decir que aparezcan en el menú principal un	

recuadro de infraestructura con la opción de equipo en el cual se definen los miembros que se encargaran de llevar a cabo las actividades y reuniones donde se lleve una agenda de las reuniones que se deben realizar para proponer y definir las actividades que ayudaran en el proceso de infraestructura de igual forma con la relación con los clientes y monetización, esta herramienta servirá para llevar un mejor control de lo que se debe hacer para realizar las actividades y quienes deben ejecutarlas

Menú principal y Herramientas

En el menú principal está la opción de juntas, esta opción no debería estar en el menú pues nos lleva a la misma parte que nos ofrece la estación de la herramienta EQUIPO.

Menú principal y Herramientas

Es recomendable incluir en este espacio la oportunidad de poder anexar estudios como encuestas que se hallan echo para determinar los segmentos de mercados, y así respaldar las características y perfiles de los mismos. Del mismo modo poder trabajar con los datos dentro de la plataforma para generar gráficos de los resultados.

Estación usuario y Consumidores de la herramienta idea

Se recomienda poder ver de una manera más grafica los sentimientos y frustraciones por la que pasa el cliente, se pueden encontrar muchas referencias para realizar esta actividad una de ellas puede ser la del mapa de valor propuesto por Osterwalder (2015), el cual se destaca como una poderosa herramienta para identificar el perfil de cada cliente y la propuesta de valor adecuada que se adapte a las necesidades de los clientes

Estación Circunstancia

Esta herramienta es fácil de manejar e intuitiva en ella se deben apuntar las actividades necesarias para hacer crecer el MVP, se tiene la opción de resguardar y tener presente documentos, Se recomienda poder tener un recordatorio bien sea por correo electrónico o algún otro medio, que ayude a tener presente las tareas por terminar condicionando su llenado a colocar una fecha máxima de ejecución.

En la sección 5.4.1 se tiene la opción de consultar ayuda con el icono de la interrogante, allí detalla muy bien los pasos que hay que seguir pero a medida de que se va avanzando por las estaciones BMC infraestructura, relación con los clientes, monetización da las mismas instrucciones, debería de tener una ayuda para cada estación

Herramienta producto

Esta sección tiene términos que son confusos pues se guía haciendo analogía a un avión, es recomendable que se presente esta sección de una manera más fácil como en el módulo de idea, ya que de esta manera es un poco complicado y enredado llenar los datos que solicitan en las tablas, es por esto que sería mejor que implementaran un sistema de estaciones con preguntas más claras.	Herramienta Finanzas
Considero que las opciones de relación con los clientes y monetización se puede trabajar solamente en la parte de producto no es necesario tenerla en la herramienta del Negocio pues nos lleva a ver y trabajar lo mismo en ambos casos.	Herramienta Negocio y monetización
Es recomendable crear una herramienta con estaciones que permita al emprendedor crear su estructura de costos permitiendo así generar las proyecciones de ingreso, gastos y lucro.	Herramienta editar pitch

Tabla 5.2 Recomendaciones

Fuente: Elaboración Propia

Fortalezas	Debilidades
Cuenta con una interfaz simple, clara, amigable y concisa.	El usuario debe ser constante para poder tener éxito en su startups, por tal motivo debe haber un proceso de enseñanza y culturización a los usuarios
Ofrece gran oportunidad para encontrar freelancer que son de gran ayuda para el crecimiento del emprendimiento	Es indispensable la conexión a internet para poder trabajar con las diversas herramientas que la plataforma ofrece
Se tiene la tranquilidad de que la idea que se tiene esta resguardada pues cuenta con privacidad en todo lo que ejecutas dentro de la plataforma	
Muestra la posibilidad de éxito que se tiene a la hora de emprender la idea	

Tabla 5.3 Fortalezas y debilidades de la plataforma Ignis gravitas

Fuente: Elaboración Propia

Capítulo 6

Conclusiones y recomendaciones

6.1 Conclusiones

Esta investigación después de haber realizado el análisis correspondiente y presentado la propuesta llegó a las siguientes conclusiones:

Se evidencio diversidad laboral entre los sujetos seleccionados para este estudio, en los cuales cumplen diferentes roles o cargos que definen su día a día, en este caso se estudiaron segmentos que forman parte en el mercado tales como trabajadoras ejecutiva, estudiantes, y trabajadoras informales. En este orden de ideas, dichos informantes trabajan en instituciones públicas, farmacias, bancos y centros comerciales.

Asimismo, se observó que la mayoría de las trabajadoras ejecutivas trasladan su comida al sitio de trabajo en una lonchera, en la cartera y en una bolsa; predominando el uso de la lonchera. Por otro lado, hubo diversidad en la selección del diseño, puesto que unos se inclinaron por el diseño tipo cartera para las trabajadoras ejecutivas, tipo morral para las estudiantes y cartera casual para trabajadoras informales.

En este contexto, se puede concluir la necesidad de confeccionar un bolso multifuncional que permita el traslado de los alimentos de una forma segura y con la temperatura deseada; además de las cosas personales; por otro lado; el diseño debe contemplar características adecuadas a la necesidades del tipo de trabajadora, sin perder la elegancia y el estilo que lo caracterice a cada uno.

Sin embargo, se pudo descubrir los avances que actualmente han venido surgiendo en la ciudad de Mérida en cuanto a la industria textil, aunque con la crisis económica existe ausentismo laboral, escases de materiales e inflación, entre otros, pero también buscan alternativas para seguir comercializando su producto.

En este sentido, el personal de la empresa no posee conocimientos en cuanto a los modelos de negocio textiles, por lo que es necesario capacitarlos y formarlos para que sigan los pasos correspondientes al modelo canvas; por lo tanto, se determinaron las características de los productos textiles, de igual manera no existe promoción de los productos que realiza, perdiendo la oportunidad de hacer uso de la tecnología.

Para la implementación del modelo en la plataforma IgnisGravitas fue necesario primeramente estudiar y seguir instrucciones que conllevo a plasmar la información del producto. Al interactuar con la plataforma he ir llevando a cabo la idea del producto fue posible evaluar la experiencia de Usuario en la Plataforma IgnisGravitas, dicha plataforma es una herramienta muy útil a la hora de emprender una idea pues nos acompaña a lo largo del proceso, es intuitiva y muy práctica, además de fácil y concreta, es una herramienta que permite ser innovadores y crear nuestra idea con claridad; al momento de tener alguna duda, sugerencia o problema el equipo está atento respondiéndolas de inmediato lo que facilita la interacción del emprendedor con la plataforma.

6.2 Recomendaciones

Es recomendable hacer conocer la herramienta del modelo de negocio Canvas a las empresas familiares que se encuentran en la ciudad de Mérida por medio de charlas, materiales de apoyo, entre otro, ya que es una que permite llevar a cabo el modelo de negocio de una forma muy fácil y rápida; de igual manera resulta conveniente tener acceso a la plataforma IgnisGravitas para que tengan un apoyo a la hora de emprender con sus productos para innovar en el mercado.

En este sentido, es importante enseñar el modelo de proceso para que tengan presente los procesos y las actividades que se deben llevar a cabo dentro de la empresa.

En este orden de ideas se puede decir que las empresas familiares tienen una forma muy particular en que desarrollan sus negocios. Son, sin duda, uno de los mayores retos en cuanto a esquemas de negocio se refiere, por lo tanto es indispensable enseñar a trabajar de la mano con la tecnología ya que la innovación tecnológica está considerada como el eje central en el desarrollo económico. De allí, la importancia de tener en cuenta a la hora de medir la competitividad nacional e internacional ya que es algo imprescindible a la hora de lograr una ventaja competitiva.

Promover en el mercado las ventajas que genera el modelo Canvas por la simplicidad de interpretación, la distribución organizada de los 9 elementos, un enfoque integral y sistémico, cambios y repercusiones, cualquier tamaño, cualquier actividad, sinergia y trabajo en equipo por ultimo un análisis estratégico trabajo.

Capacitar formalmente al personal para que visualice, analice, diseñe y mejore el modelo del negocio.

Alinear estratégicamente a tu equipo y empresa generando coherencia de acción para crear nuevas formas o líneas de Ingresos/Ventas.

Encontrar nuevas formas de disminuir costos y agregar valor a tus clientes, creando modelos de negocios Océanos Azules que desplacen a tu competencia.

Mejorar rentabilidad de tu modelo de negocios

REFERENCIAS

- Archila, M (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. Universidad de Bogotá Colombia.
- Ancos, H (2011). Negocios inclusivos y empleo en la base de la pirámide. Ed. ICEI
- Barrios, J. (2005). Taller modelado de negocios. Departamento de Computación de Ingeniería de Sistemas, Universidad de los Andes.
- Blank, S. y Dorf, B. (2013). El manual del emprendedor. Ediciones Gestión 2000, Barcelona, España.
- Caso de estudio: Turismo de Montaña en el estado Mérida. Universidad de Los Andes, Mérida, Venezuela.
- Fernández, L (2010). Plan de negocio para la creación de una empresa productora y comercializadora de arte urbano a través de camisetas. Universidad Javeriana Bogotá.
- Finol, M y Camacho, H (2008). El proceso de investigación científica (2daed). Maracaibo, Caracas: Ed. Ediluz.
- Mejias, J. (2017). Mercadotecnia digital: Una descripción de las herramientas que apoyan la planeación estratégica de toda innovación de campaña. Ed. Patria.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., y Smith, A. (2015). Diseñando la propuesta de valor. Deusto Ediciones, Barcelona, España.
- Osterwalder, A; Pigneur, Y y Clark, T(2013). Tu modelo de negocio. Ed. DEUSTO
- Rojas, P (2017). Modelado de negocios para el sector turístico.
- Strategyzer AG (2016). The Business Model Canvas. Disponible en <http://businessmodelgeneration.com/canvas/>. Consultado el 10 de Agosto de 2016.

Anexos

Anexo A

Encuesta

Encuesta para la determinación del segmento de clientes para la tesis titulada:
MODELO DE NEGOCIO PARA EMPRENDEDORES TEXTILES UTILIZANDO
LA PLATAFORMA IGNISGRAVITAS CASO DE ESTUDIO: FABRICA DE
BOLSOS EN EL ESTADO MÉRIDA ”

1.- Trabajas ☐ Estudias ☐ Trabajas y estudias ☐

2.- Lugar de trabajo o lugar de estudio:

3.- ¿De qué forma trasladas tu comida al sitio de trabajo o estudio?

Lonchera ☐ Cartera ☐ Bolsa ☐ Otra ☐ indique cual _____

4.- ¿Considera usted necesario la confección de un bolso con doble compartimiento que permita la integración en un bolso de las cosas personales y su comida?

Si ☐ no ☐

5.- ¿Qué tipo de diseño le gustaría más?

Tipo morral ☐ Tipo cartera ☐ otro ☐ indique cual _____

6.- ¿Considera usted importante que el bolso posea las siguientes características?

Seguro, útil, duradero, bonito, a la moda, practico si ☐ no ☐

¿Porque?: _____

¿Tienes alguna otra
sugerencia? _____

7.- Cuando consideras que debe ser seguro ¿en qué piensas?

8.- ¿Te gustaría que el compartimiento del bolso destinado a llevar los
alimentos, conservara la temperatura de los alimentos?

Sí ☐ No ☐

9.- Si eres comerciante, ¿Te gustaría vender este producto?

Sí ☐ No ☐

www.bdigital.ula.ve

Diseños del producto







Primer prototipo

