



# BECOS

## *Plan de Negocio*



1.



## Índice

- [1. Análisis del entorno](#)
  - [1.1. PESTEL](#)
    - [1.1.1. Político](#)
    - [1.1.2. Económico](#)
    - [1.1.3. Social](#)
    - [1.1.4. Tecnológico](#)
    - [1.1.5. Ambiental](#)
    - [1.1.6. Legal](#)
  - [1.2. 5 Fuerzas](#)
- [2. BMM](#)
  - [2.1. Misión y vision](#)
    - [2.1.1. Misión](#)
    - [2.1.2. Visión](#)
  - [2.2. Assesment](#)
    - [2.2.1. Medios](#)
    - [2.2.2. Externas](#)
  - [2.3. Blue Ocean Strategy Canvas & ERRC GRID](#)
  - [2.4. Mapa de procesos, diccionario de procesos y organigrama](#)
- [3. Buyer Persona](#)
  - [3.0.1. Definición del segmento de clientes](#)
  - [3.0.2. Entrevistas](#)
  - [3.0.3. Encuesta](#)
  - [3.0.4. Cliente incognito](#)
  - [3.0.5. Observación](#)
  - [3.0.6. Identificacion y definición de los clientes](#)
- [4. Buyer Personas](#)
  - [4.1. Adri](#)
  - [4.2. Entrenador Richard](#)
  - [4.3. Jason Rappiazone](#)

## 2. Análisis del entorno

### 2.1. PESTEL

### 3. Político

#### 1. Amenaza de variante delta

Con la aparición de la variante delta, la comunidad internacional está considerando volver a implementar medidas de aislamiento.

Esto es una **amenaza** porque la infraestructura física requiere un plantel de trabajadores para sus procesos de confección, que está ligado a la mano de obra



de las trabajadoras. Habrá más costos para garantizar la salubridad y hay límites de espacio que se deben respetar, lo que disminuye capacidad de producción

## 2. Cese de presencialidad en los colegios

Si se prolonga el aislamiento social, por un posible cuarto pico, la proyección de ventas se desploma, puesto que principalmente recae en escuelas de fútbol y colegios de Bogotá, que participan en torneos locales.

Esto es una **amenaza** porque no habrá demanda de uniformes.

## 3. Déficit fiscal y tributación de la reforma 2.0:

En la nueva reforma fiscal la tarifa de renta subirá del 30 al 35% para hacerle frente al déficit fiscal que enfrenta el país.

Esto es una **amenaza** porque los márgenes de rentabilidad será más estrecho. Más aun, teniendo en cuenta el costo competitivo que el plan de negocios plantea para sus productos.

### 3.1.1. Económico

#### 1. Alsa del dólar

La amenaza de la variante delta hace que la Fed aumente las tasas de interés del dólar, lo que desvaloriza el peso colombiano frente a la divisa.

Esto es una **amenaza** porque puede disuadir la inversión.

#### 2. Proceso de reactivación económica

### 3.1.2. Social

#### 1. Protagonismo del sector textil colombiano a nivel internacional

El sector textil y la moda registra el 37% de las empresas registradas en CCB. Según Colombia productiva, el sector textil y de confección es el primer generador de mano de obra en la industria nacional. Además, Colombia es el primer exportador de tejido plano en Suramérica.

Esto es una **oportunidad** porque el reconocimiento externo de la moda colombiana podría potenciar aún más la propuesta diferenciadora de Becos: ayudar a madres cabezas de hogar de sectores vulnerables a la vez que se contrinuye al medio ambiente.

#### 2. Necesidad de impulsar la reactivación económica

El Gobierno Duque enfatiza que el país muestra ritmo de crecimiento elevado (1,1%) el primer trimestre del año, en comparación con países como Chile o México. El gobierno pronostica un desarrollo favorable durante el resto del año.

Esto es una **oportunidad** porque parece improbable que el gobierno actual paralice la reactivación económica, más aún si se han hecho esfuerzos presupuestales para iniciar el proceso de vacunación.



### 3.1.3. Tecnológico

#### 1. Costos en servicios web

Los servicios de Cloud Computing de Amazon se cotizan en dólares. Este servicio es parte crucial de la infraestructura tecnológica

Esto es una **amenaza** porque aumenta los costos en infraestructura

#### 2. Escasez de profesionales TI

Esto es una **amenaza** heredada del mercado de talento humano colombiano, ya que a día de hoy existe una demanda superior a la oferta en cuanto a profesionales TI.

### 3.1.4. Ambiental

#### 1. Aceptación cultural del reciclaje

El mundo está entrando en periodo de conciencia ambiental. En Colombia, sectores como el de los hidrocarburos están iniciando una transformación hacia energías más limpias.

Esto es una **oportunidad**, puesto que hay una tendencia cultural por participar en la generación de un mundo ecosostenible, lo que hace que la propuesta de Becos altamente atractiva en el país y el mundo por igual.

### 3.1.5. Legal

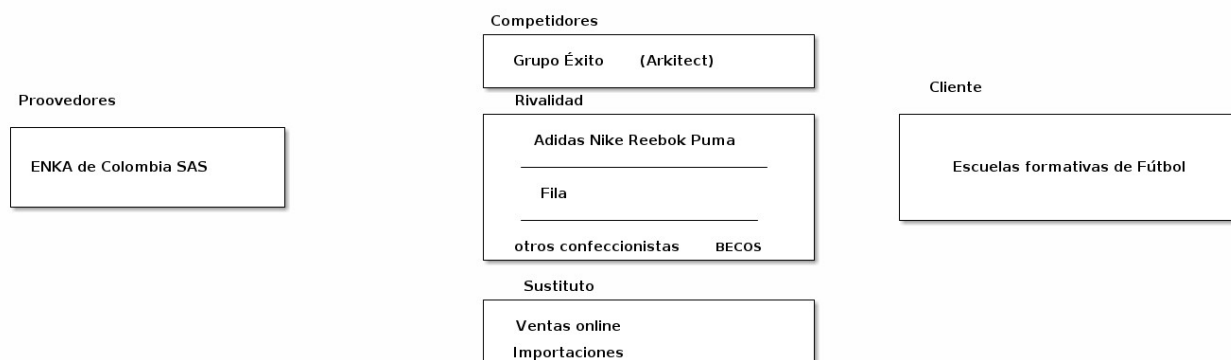
#### 1. Beneficios de una Sociedad por acciones simplificada

En Colombia, estar constituido de esta manera representa una **oportunidad**, dadas las exenciones tributarias que conlleva.

#### 2. Beneficios ambientales

Se considera una **oportunidad** ya que la propuesta de Becos también pretende ser referente a nivel de leyes.

## 3.2. 5 Fuerzas



*Figura 3.2.1: 5 fuerzas de Porter*

## 4. BMM

### 4.1. Misión y vision

#### 4.1.1. Misión

Ser referente nacional e internacional con respecto a procesos ecológicamente sostenibles en el sector textil. Unir el diseño de la moda colombiana con la sostenibilidad y la conciencia social.

#### 4.1.2. Visión

Para el año 2025, BECOS tendrá toda la línea de ropa deportiva fabricada con elementos 85% reciclados. Tendrá líneas de ropa deportiva para los deportes más comunes, dándole especial énfasis a los más practicados por los colombianos: fútbol, basquetbol, ciclismo, tenis, entre otros.

### 4.2. Assesment

#### 1. Influencias

##### 1. Externas

- Gobierno Colombiano
- Mercado Internacional
- Confeccionistas de Bogotá

##### 1. Internas

- Adecuación a protocolos de Bioseguridad
- Implementación de hardware y software

#### 2. DOFA



fortaleza	oportunidad
Reactivación económica Oferta de plásticos PET Talento confeccionista	Moda colombiana cotizada internacionalmente Tendencia global hacia el reciclaje
Tributación fiscal cese de presencialidad	Devaluación del peso colombiano frente al dólar Software costoso
debilidad	amenaza

Figura 4.2.1: DOFA para Assesment de Influencias

### 4.2.1. Medios

<b>Integración</b> Apuntar a mercado internacional Formar alianzas internacionales	<b>Intensivas</b> Aumentar precios productos Linea de productos personalizados Mayor valor agregado al proceso de confección
<b>Diversificación</b> Aumentar catálogo de productos Ventas online	<b>Defensivas</b> ERP y CRM libre Recortar sueldos Optimizar costos operacionales Solicitar subsidios y exenciones

Figura 4.2.2: Estrategia



## 4.2.2. Externas

## 4.3. Blue Ocean Strategy Canvas & ERRC GRID

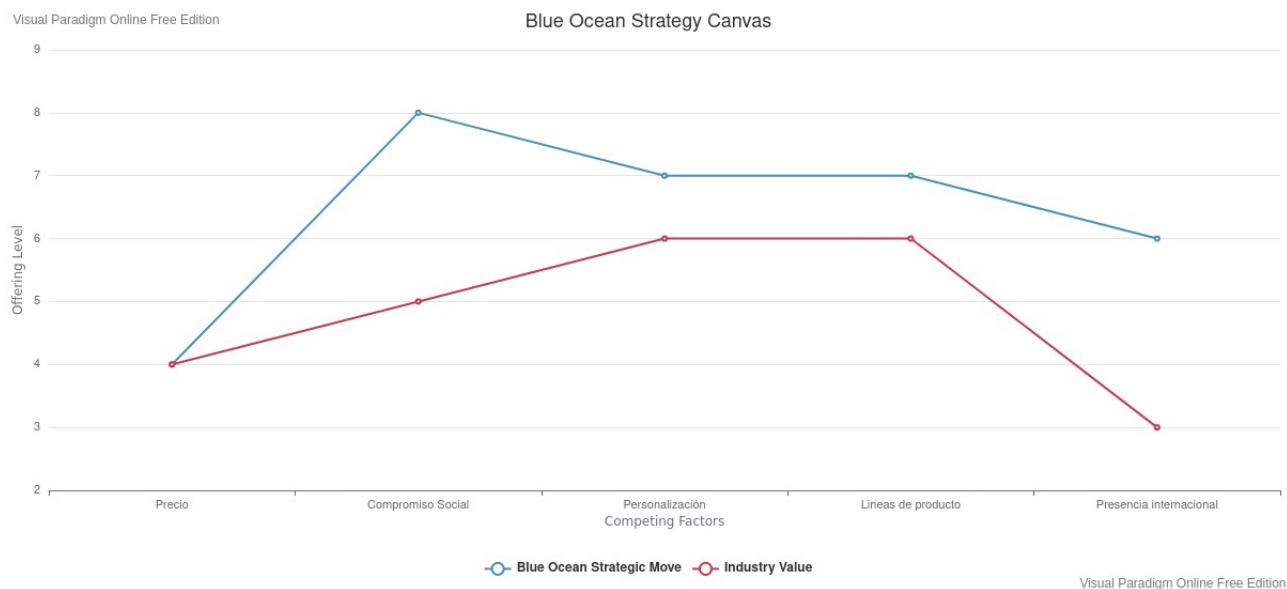


Figura 4.3.1: Blue Ocean Strategy Canvas

<b>Eliminar</b> Dependencia en escuelas locales	<b>Aumentar</b> Procesos de reciclaje Logística de entrada alianzas estrategicas Marketing internacional
<b>Reducir</b> Servicios tecnologicos pagos	<b>Crear</b> Lineas de producto

Figura 4.3.2: ERRC

## 4.4. Mapa de procesos, diccionario de procesos y organigrama



MACROPROCESOS	SUBPROCESOS			
	PROCESO	OBJETIVO	META	INDICADORES
PROCESOS OPERATIVOS	Recepción de Materias Primas	Llevar un control cuantitativo y cualitativo por medio de formatos implementados por la empresa para optimizar recursos.	Costear cada periodo determinado, la cantidad de insumos que se están necesitando para la fabricación de los productos.	Eficacia: El operario debe Manejar un Kardex que indique las materias que entraron y lo que Salio.
	Requisición y Orden de Compras	Controlar a través de las diferentes áreas de la empresa, los pedidos de insumos, de materiales y de confección que se están realizando.	Lograr estandarizar y cuantificar todo lo recibido por parte de los proveedores, a fin de evitar generar desperdicios, generar un mayor control en el inventario y reducción en el costo de estos.	Eficiencia en cuanto al manejo de: Ordenes de Compra, Remisión de pedido y requisición. Ya que estos son documentos que se expiden por parte de la empresa como documentos emitidos por el proveedor.
	Producción	Evitar desperdicios, generar productividad a el menor costo y en el menor tiempo.	Fabricar y confeccionar uniformes de Fútbol, de la mejor calidad a un precio competitivo y con un alto grado de impacto ambiental.	Productividad, para poder medir la evolución del proceso.
	Calidad	Evaluar aleatoriamente diferentes procesos dentro de la bodega y diferentes áreas, con el fin de inspeccionar cada proceso a detalle y brindar satisfacción a los clientes.	Entregar al cliente los mejores uniformes de fútbol, fabricados con tela 100% reciclada.	Monitoreo
	Gestión Despachos	Cumplir con la entrega de pedidos a tiempo y generar stock de seguridad dentro de la bodega para evitar demoras o retrasos.	Brindarle al cliente, no solo diseño de los uniformes, sino generar confianza con el cumplimiento de los pedidos.	Monitoreo

Figura 4.4.2: Diccionario de Procesos

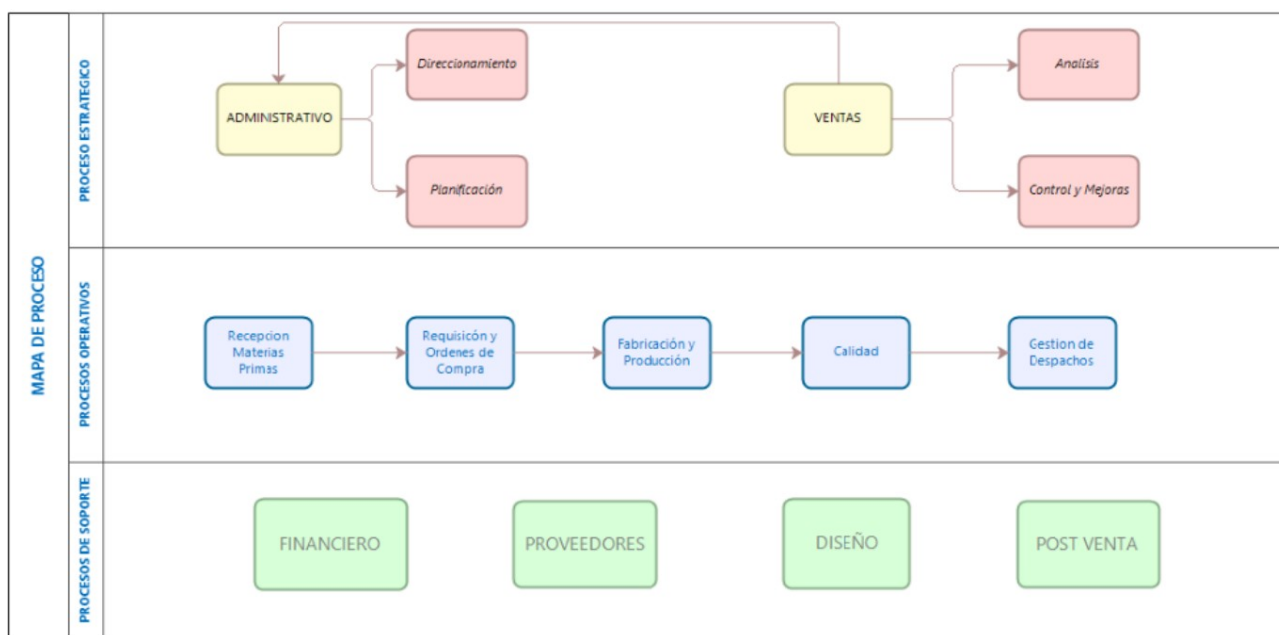


Figura 4.4.1: Mapa de procesos



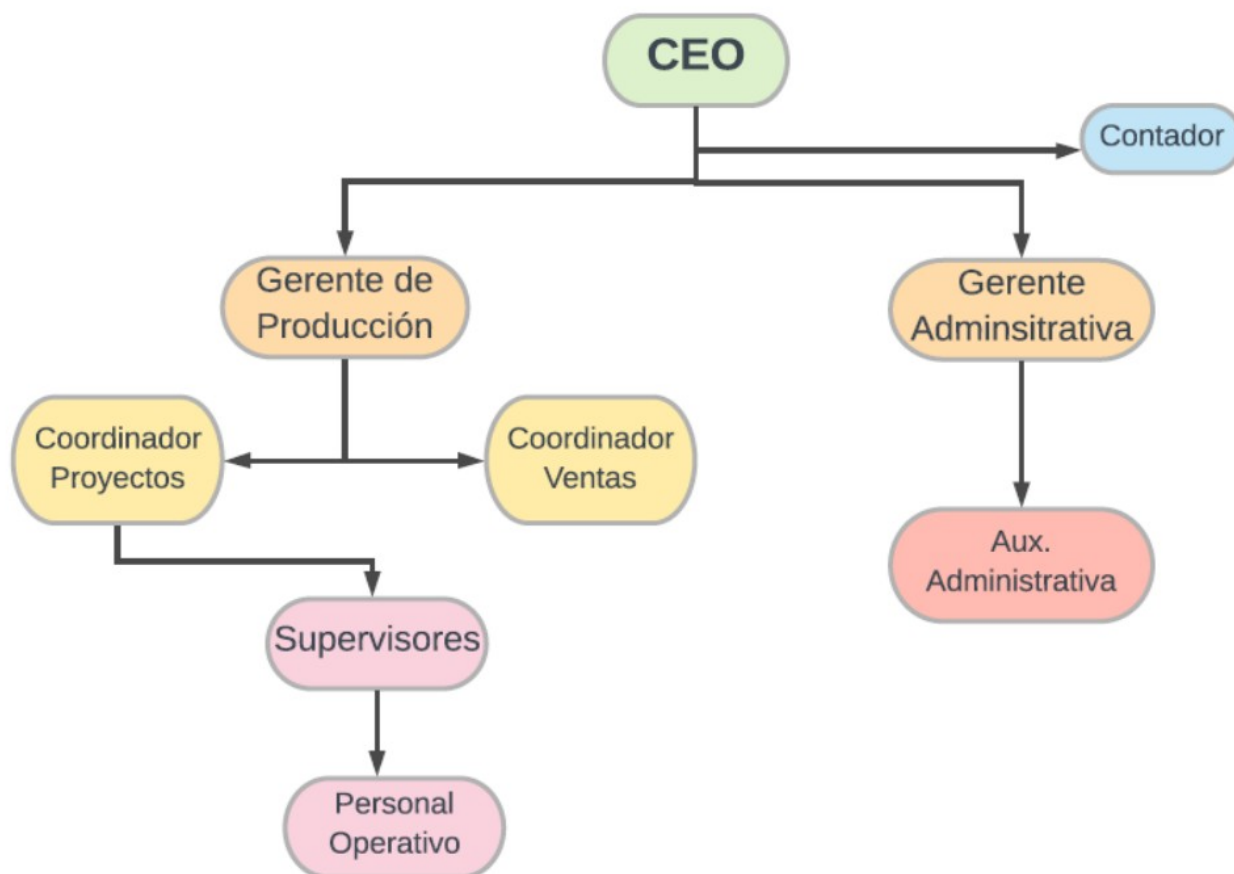


Figura 4.4.3: Organigrama

## 5. Buyer Persona

### 5.1.1. Definición del segmento de clientes

Los clientes potenciales de BECOS son principalmente dos segmentos.

1. Padres de niños en escuelas de fútbol

El segmento principal de BECOS son las escuelas de fútbol, puesto que presentan la necesidad de adquirir un uniforme. Sin embargo, en este momento este segmento está en amenaza, por las restricciones en la presencialidad de los colegios y la prohibición de aglomeraciones. Aunque el usuario final es un niño o joven menor de 18, los clientes son padres de un rango variable de edad.

1. Deportistas independientes

En Bogotá se observa que las canchas de los parques públicos se utilizan para jugar extra oficialmente. Es decir, sin necesidad de estar inscritos en una escuela. Por lo general, los usuarios forman equipos regulares de amigos, o conocidos del área que podrían estar interesados en adquirir un uniforme, para añadir un 'plus' a sus partidos recreacionales. Se



## 5.1.2. Entrevistas

En este momento, solo contamos con una entrevista:

Jorge Garzón: Cuando jugaba fútbol, ¿Lo hacía de manera aficionada o por algún torneo?

Entrevistado: Ambas.

JG: ¿Con uniforme?

E: Sí, claro.

JG: ¿Cuánto fue lo máximo que pagó por un uniforme?

E: En ese tiempo, aproximadamente \$50.000 o un poco más.

JG: ¿Se ponían de acuerdo?

E: La mayoría lo hacía.

JG: ¿Siempre estuvo satisfecho con esas decisiones?

E: La mayoría de las veces, y uno accedía con tal de estrenar uniforme.

JG: ¿Le quedaba bien el uniforme?

E: Sí

JG: ¿Y al momento del partido?

E: Sí

JG: ¿Le parecía justo el precio?

E: Mire que sí. Lo mandábamos a hacer en Saeta y Speed.

JG: En su momento, ¿Hubiera pagado más por tener más opciones de personalización en su uniforme?

E: Sí, claro.

JG: ¿Le prestaba atención al material de su uniforme?

E: Sí, claro.

JG: ¿Y si su uniforme fuera hecho con plástico PET?

E: No sé, se suda más uno y se acalora más, ¿no? Por eso uno los manda a hacer en tela, ya que siente más brisa.

En este punto, se le explicaron los beneficios de hacer un uniforme mediante plásticos PET.

E: Igual sería bacano, ya que se utiliza mayor material reciclado

JG: ¿Algún confeccionista le presentó opciones de personalización?

E: No



JG: ¿Le parece interesante cotizar uniformes por internet y luego ir a la fábrica?

E: Sí, claro.

### 5.1.3. Encuesta

#### Aspectos del producto

- ¿juegas en algún equipo de fútbol, tienen uniformes?
- ¿Tuviste alguna capacidad de decisión en cuanto al uniforme de tu equipo?
- ¿Quien te pareció que tuvo el factor decisivo en la decisión?
- ¿Estuviste de acuerdo con la decisión del uniforme?
- ¿Estás satisfecho con la calidad de tu uniforme?
- ¿Te orma bien tu uniforme?
- Si no, ¿qué le mejorarías?
- ¿Te gusta estéticamente tu uniforme?
- Si no, ¿qué le mejorarías?
- ¿Te parece justo el precio que pagaste por los uniformes que has comprado?
- ¿Te parece que un precio entre 45,000 y 48,000 es competitivo para un uniforme (camisa y pantaloneta) en Bogotá?
- ¿Pagarías más para tener más opciones de personalización en tu uniforme?
- ¿Pagarías más para tener un tejido más resistente en tu uniforme?

#### factor diferenciador

- ¿Le prestas atención al material del uniforme, sabes de qué están hechos los uniformes que has comprado anteriormente?
- ¿Conoces los beneficios del PET como tejido textil?
- Ahora que los conoces (se los dices):
- ¿Te importaría positivamente si los uniformes están hechos con un alto grado de plástico PET desechable para contribuir al planeta?
- ¿Te importaría negativamente si los uniformes están hechos con un alto grado de plástico PET desechable para contribuir al planeta?
- ¿Conoces cómo confeccionaron los uniformes que has comprado anteriormente?
- ¿Te importaría positivamente si los uniformes están confeccionados por madres cabeza de hogar?
- ¿Te importaría negativamente si los uniformes están confeccionados por madres cabeza de hogar?
- ¿Te interesaría tener uniformes para jugar con tus amigos (torneos no oficiales, fines de semana, etc)?
- ¿Te interesaría poder diseñar uniformes?
- ¿Te interesaría ir a premisas (a la fábrica), para comprobar tonalidades de color y medidas de la prenda antes de producir el producto?
- ¿Has comprado algún uniforme que te ofrezca personalización anteriormente?
- ¿Has comprado a algún confeccionista en Bogotá que te ofrezca validación de colores y medidas antes de comprar el uniforme?

#### diversificación

- ¿Te interesaría cotizar uniformes por internet y luego validarlos en premisa?
- ¿Te interesaría participar en eventos deportivos auspiciados por BECOS y otros sponsors?
- ¿Te interesaría tener otros productos de un material similar y estética al de tu uniforme?
- ¿Puedes nombrar alguno que te interese (buzos, gorras, bolsos, etc, ropa casual)?



NOTA: hay más encuestas realizadas (7), pero la transcripción aún no se ha realizado

#### 5.1.4. Cliente incognito

Pendiente.

#### 5.1.5. Observación

Alrededor de las escuelas de fútbol se forma una microcomunidad en la que un grupo significativo de padres participa. Esta comunidad se identificó como un segmento y posteriormente si hizo un buyer persona. Es un blanco potencial a explotar, aunque es difícil encaminar los esfuerzos porque sencillamente no reportan tener una injerencia en la decisión de compra en los uniformes.

Los entrenadores, por su parte, que serían siendo un cliente más directo de Becos. Están constantemente apurados con el tiempo o atendiendo a los padres. La entrevista es difícil y apurada. El uniforme tiende a representar los valores de la escuela y muestran una actitud cerrada a la idea de personalización y mayor participación de padres o confeccionistas.

Sin embargo, las entrevistas revelan que hay aspectos de la indumentaria deportiva con los que hay insatisfacción y que los entrenadores simplemente desconocen y no tendrían tiempo de abordar.

Principalmente, las madres reportan que la amplitud de los uniformes no es favorable para sus hijas, que les gustaría que se secaran más rápido y exigieran menos cuidado, que fueran más resistentes y tuvieron una respuesta muy positiva al precio.

Un grupo considerable siente insatisfacción con la estética del uniforme, aunque manifiestan que no hay nada que se pueda hacer, porque es prerrogativa del colegio o institución.

#### 5.1.6. Identificación y definición de los clientes

En la primera interacción, se descubrió que los factores diferenciadores de BECOS, los beneficios ambientales y la contribución social a las madres cabeza de hogar, **no** representan un valor percibido para los clientes.

El punto a favor es que el precio propuesto es percibido como competitivo.

Hasta ahora se han distinguido tipos de clientes, que corresponderán a 3 segmentos:

1. Madres y padres de familia (cliente potencial)
2. Entrenadores y directivos de escuelas de fútbol (cliente)
3. Jugadores/Deportistas regulares independientes (clientes)
4. Menor de edad deportista (consumidor final)

### 6. Buyer Personas

Los Buyer personas se hicieron a partir de la identificación de los clientes y las entrevistas.

#### 6.1. Adri

'Adri'



Segmento

Padres de familia

Puesto

Representante de venta

Edad

Entre 35 y 44 años

Nivel de educación más alto

Título profesional

Redes sociales

Industria

Publicidad

Tamaño de la organización

Entre 1 y 10 empleados

Canal favorito de comunicación

Teléfono

Correo electrónico

Herramientas que necesita para trabajar

Sistemas de gestión de contenido

Gestión de proyectos

Responsabilidades laborales

Dirigir grupos pequeños de personas

Su trabajo se mide en función de

productividad

Su superior es

Director

Metas u objetivos

Sacar más tiempo para su familia y mantener un empleo satisfactorio

Obtiene información a través de

De su formación profesional y red de contactos

Dificultades principales



Gestión de proyectos y falta de organización  
Colaboración y creatividad  
Frustraciones

No siente que su labor como madre es reconocida, a pesar de que es muy dedicada.  
Semanalmente acompaña a su hijo la escuela de fútbol y participa mucho en las actividades de la escuela. Sin embargo, esto la obliga a manejar muy bien su tiempo porque tiene un ritmo de trabajo considerable.

¿Qué escucha?

Escucha que hay muchos problemas en el mundo y siente que debe colaborar con el cuidado medioambiental y sectores menos privilegiados. Sus amigas tienen un estilo de vida diferente al de ella (algunas no están casadas), pero ella prefiere priorizar su hogar y luego, desempeñarse bien en el mundo laboral. Entiende que sus hijas están expuestas a retos insospechados y por eso les brinda el mejor acompañamiento posible, sin ser sobreprotectora.

## 6.2. Entrenador Richard

Entrenador Richard

Segmento

Entrenadores

Puesto

Entrenador Líder

Edad

Entre 35 y 44 años

Nivel de educación más alto

Licenciatura

Redes sociales

Industria

Cuidado de la salud

Tamaño de la organización

Entre 11 y 50 empleados



Canal favorito de comunicación

Teléfono

Correo electrónico

Herramientas que necesita para trabajar

Correo electrónico

Responsabilidades laborales

Escribe aquí

Su trabajo se mide en función de

Supervisión de los horarios de entrenamiento, interacción con padres y alumnos, mide el resultado de entrenadores a su cargo, consigue eventos deportivos para que los alumnos puedan participar

Su superior es

Dueños de la escuela privada de fútbol

Metas u objetivos

Richard ha sido entrenador durante mucho tiempo en la escuela, y esta ha adquirido gran prestigio, por lo que siente gran orgullo. Cree en los valores de la disciplina y el trabajo y procura comunicárselos a sus alumnos.

Obtiene información a través de

En su formación profesional

Dificultades principales

Moral del empleado a cargo y de los muchachos

Gestión del cambio

Frustraciones

Richard maneja varios grupos de entrenamiento (de 3 a 5) todos los días , incluidos los sábados.

Debe mantener una actitud positiva todo el tiempo, pero en ocasiones es difícil lidiar con los padres. El entiende que están preocupados por sus hijos, pero a la vez se da cuenta de que muchos los sobreprotegen. Debe balancear la complacencia hacia padres y alumnos con la excelencia deportiva.



### 6.3. Jason Rappiazone

Jason Rappiazone

Segmento

Jugadores regulares independientes

Puesto

Mensajero en diferentes empresas

Edad

Entre 18 y 24 años

Nivel de educación más alto

Secundario o equivalente

Redes sociales

Industria

Alimentos y bebidas

Tamaño de la organización

Trabajador independiente

Canal favorito de comunicación

Mensajes de texto

Teléfono

En persona

Redes sociales

Herramientas que necesita para trabajar

Smartphone, bicicleta eléctrica

Su trabajo se mide en función de

Por envíos

Responsabilidades laborales

Hacer envíos a tiempo.

Metas u objetivos

Jason aspira un mejor nivel salarial, que le permita dedicarse a algo que le apasione, aunque aún no ha hallado qué es. Hay situaciones socioeconómicas que se han interpuesto en su camino, por lo que lleva algunos años trabajando como mensajero para varias empresas.





Su superior es

Director

Obtiene información a través de

Del contacto con otros jóvenes como el.

Dificultades principales

Desarrollo profesional

Recursos

Frustraciones

Siente que la vida a sido injusta con el y que a otras personas les ha tocado mucho más fácil. Por eso siente un vínculo bastante fuerte con otros jóvenes que laboran en los mismos trabajos que el. Anda mucho en la calle y las interacciones sociales son importantes durante el día. El fútbol luego del trabajo es pan de cada día.

¿Qué escucha?

Ve muchas redes sociales porque trabaja con su smartphone. Ve muchos contenidos de recreación, como con 'Con Ánimo de Ofender', pero también se siente muy atraído por las protestas sociales, que abundan en el país, y en países aledaños.