

**UNIVERSIDAD DEL VALLE DE GUATEMALA**  
**Facultad de Ingeniería**



**Empresa: Waram**  
**Nombre: Juan Fernando Quezada Andreu**

**Trabajo de graduación en modalidad de Tesis presentado por:**  
**Juan Fernando Quezada Andreu para optar al grado académico de**  
**Licenciado en Ciencia de la Administración**

**Guatemala,**

**2015**



**Empresa: Waram**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE DE GUATEMALA**  
**Facultad de Ingeniería**



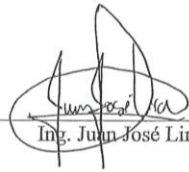
**Empresa: Waram**  
**Nombre: Juan Fernando Quezada Andreu**

**Trabajo de graduación en modalidad de Tesis presentado por:**  
**Juan Fernando Quezada Andreu para optar al grado académico de**  
**Licenciatura en Ciencia de la Administración**

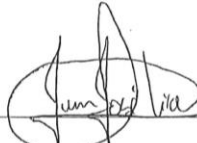
**Guatemala,**

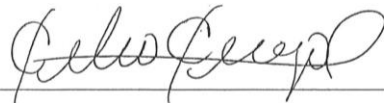
**2015**

Vo. Bo. :

(f)   
Ing. Juan José Lira

Tribunal Examinador:

(f)   
Ing. Juan José Lira

(f)   
Ing. Celso Cerezo

(f)   
Ing. Jorge Mario García

Fecha de aprobación: Guatemala, 02 de marzo 2015

# ÍNDICE

Resumen .....	vii
I. Introducción .....	1
II. Mapa de oportunidades .....	2
A. Visita .....	2
B. Análisis de tendencias .....	3
1. Fuerzas globales .....	3
2. Fuerzas competitivas .....	4
3. Necesidades cambiantes .....	4
4. Capacidades cambiantes .....	5
C. Desarrollo de mapa de oportunidades.....	6
III. Plataformas de crecimiento.....	9
A. Indiegogo y Kickstarters.....	9
B. Página de internet Waram, FACEBOOK, TWITTER, INSTAGRAM .....	12
C. Urban Outfitters, Siman y Fratelli .....	14
D. Tienda Waram .....	18
E. Franquicias .....	21
IV. Conceptos de negocio.....	23
A. Concepto único .....	23
V. Caso de negocios.....	25
A. La necesidad y el mercado .....	25
1. Grupo de clientes 1-7 .....	26
2. Tamaño de mercado .....	27
B. La solución.....	27
1. Atributos de la solución.....	27
2. Análisis competitivo .....	28
C. La entrega.....	28
1. Correo, DHL, Fedex y centros de distribución .....	29
2. Internet, Franquicias y Retailers.....	29
D. La producción .....	29
1. Proceso de producción/entrega.....	29
2. Inversiones clave .....	31
3. Aliados clave.....	31
E. El modelo de negocios .....	33
1. Flujo del dinero y proyecciones financieras .....	33
VI. Pruebas de mercado y aprendizajes .....	34
A. Encuesta/Entrevistas.....	34
B. Prototipo/Diseño/Brochure .....	38

VII.	Conclusiones .....	41
VIII.	Recomendaciones.....	42
IX.	Referencias consultadas .....	43
IX.	Anexos.....	45

## RESUMEN

Este trabajo tiene como propósito demostrar el proceso para empezar una línea de ropa y cómo mantener su innovación en el mercado. Waram nace de una idea de querer explotar a su máximo potencial la cultura y belleza guatemalteca en el extranjero. Luego de varios meses de investigación en el mercado de la moda, obtuvimos una idea del comportamiento y una idea concreta de cuál era el reto que tenemos por delante.

Es sumamente complicado entender y poder trabajar en un mundo totalmente nuevo y que está en constante cambio, debido a las exigencias de los clientes. Una tendencia, en el mundo de la moda, es lo último, lo innovador. Son costumbres e inclinaciones que la gente comienza a adoptar y que marcan alguna época o lugar específicos. Lo interesante es que son los consumidores los que deciden qué es tendencia y qué no lo es. Los diseñadores consultan, crean y presentan sus creaciones, pero somos las personas, los amantes de la moda, quienes tienen la última palabra.

Con la compra y el uso de ciertos artículos, se inicia una rueda que se detendrá años después, cuando otra la reemplace. Hoy en día, las tendencias se modifican y evolucionan mucho más rápido que hace unos años. La moda actual, como ya se ha comprobado, es efímera, por lo que siempre hay que estar atentos a lo que se va a utilizar en la próxima temporada. Estamos en un mundo globalizado e "hipercomunicado", y también eso se refleja en la moda.

Pero, ¿cómo nace la propuesta que generará una nueva tendencia en moda? El primer paso, los diseñadores. Ellos no sólo se inspiran en los "looks" que ven por la calle, también encuentran ideas en una película, un libro, un personaje, a veces viajan a destinos exóticos y se empapan de colores, texturas y formas que ayudan a disparar nuevas emociones y pensamientos. Otras fuentes de inspiración son las famosas o celebridades, como Lindsey Lohan, Lady Gaga, Katy Perry o Kristen Stewart, quienes con su personalidad saben crear nuevos estilos.

La inspiración en el pasado. Sin duda, uno de los lugares a los que más acuden los diseñadores a la hora de generar nuevas ideas es el pasado. Porque todo se ha hecho ya, sólo es cuestión de redefinirlo. La magia que dejó el pasado ayuda a los diseñadores a presentar en sus colecciones modas anteriores que resultaron innovadoras en su momento y que hoy aparecen frescas y jóvenes.

Otro aspecto muy interesante que coopera para generar tendencias es el ambiente del mundo de la moda. Los diseñadores, editores de revistas, estilistas, directores artísticos, fotógrafos, celebridades, blogueros de moda, etc., coinciden frecuentemente en fiestas, desfiles, alfombras rojas, cenas, presentaciones, y así es como hablan y crean nuevos estilos.

El posicionamiento en la moda también es un negocio, los artífices de las tendencias, para asegurarse de que están bien encaminados y que no perderán dinero ni prestigio, contratan a compañías que se dedican a la investigación, predicción y análisis de tendencias de moda. Estas empresas suelen contar con expertos que realizan estudios exhaustivos sobre el ciclo de vida de la ropa y, con su visto bueno, las colecciones comienzan a rodar.

A la hora de la verdad, quienes llevan la moda son las personas. No todas siguen las tendencias, aunque muchas son esclavas de ellas. Cada cual decide si volver a usar aquella minifalda guardada en el armario hace unos años o calzarse un vestido ceñido en animal print. Lo importante que hay que tener siempre en cuenta es que el estilo de una persona siempre debe ser una expresión individual, el reflejo de una identidad y una forma de ser. Más que pertenecer a una tendencia, el estilo es una actitud.

# I. INTRODUCCIÓN

Waram significa “Sueño” o “Un Sueño” en K’iche, un dialecto Maya de Guatemala, uno de los dialectos más hablados en toda la región. Todo nace del sueño de ayudar, compartir y desarrollar el folklore de Guatemala, la riqueza cultural y artística, colores vibrante, llenos de vida que transmiten felicidad y calidez, que solo se encuentran en esta región del mundo.

Guatemala, es un país en vía de desarrollo, con una tasa alta en desempleo y baja educación, más cuando se vive en el interior lejos de las ciudades. Conseguir trabajo sin educación es muy difícil y algunas veces denigrante, pero gracias a las habilidades que son pasadas por generaciones, Waram encontró la oportunidad adecuada de cambiar esta realidad y así poderle brindar trabajo a las comunidades indígenas que se dedican a producir telares y la manufacturación de cuero.

Waram es una empresa que se dedica a la elaboración de productos de vestimenta y accesorios, el cual se caracteriza por conllevar detalles de telas típicas y cueros. Dichos detalles, serán realizados por las comunidades indígenas de nuestro país, además no solo mostraremos de una mejor manera el folklore de Guatemala, si no al mismo tiempo estaremos brindando trabajo. Por otro lado, la compañía cuenta con una fundación que lleva el mismo nombre, dicha fundación retribuirá un porcentaje a las comunidades que nos ayudaran a realizar los telares típicos y el cuero a utilizar. La compañía se expandirá a todos los rincones del mundo, brindando a nuestros clientes una fusión de cultura y moda con cada prenda o accesorio. Piezas únicas elaboradas a mano con las mejores telas típicas de la región. Además estamos en la constante búsqueda de mejoras en nuestros productos buscando las mejores textileras y manufactureras del país y el mundo.

Ahora podemos apreciar que Waram, lo que busca es generar empleo para aquellas comunidades necesitadas y al mismo tiempo retribuirles con un porcentaje económico para el desarrollo de la región. Incrementando así, el nivel de vida y a su vez, incrementando la infraestructura del área educativa y laboral, para poder así ayudar al desarrollo personal y familiar.

El objetivo de dicho trabajo es elaborar un plan de acción, el cual se pueda aplicar a la empresa y sacar el mejor provecho de ella. Primero veremos el mapa de oportunidades en las cuales la empresa se vio involucrada, en qué situaciones logró sacar provecho y en cuáles no le convenía trabajar. Luego se realizará un análisis de tendencias en el cual se tomará en cuenta las fuerzas globales, fuerzas competitivas, necesidades cambiantes y capacidades cambiantes. Después de haber analizado los puntos mencionados anteriormente se desarrollará un mapa de oportunidades en el cual se especificará el fuerte de la empresa en sus diferentes áreas.

Como tercer punto podremos analizar las plataformas de crecimiento, estas son aquellas plataformas que la empresa Waram utilizó para su desarrollo y para darse a conocer a nivel mundial. Dentro de estas plataformas existen páginas de internet, retailer (venta al detalle) y franquicias.

Entrando en el cuarto punto del trabajo, este es el concepto de negocio en donde se describe a detalle lo que la empresa Waram oferta, produce, entrega, y analiza el mercado. En este punto se verá a los servicios, soluciones, marcas, activos, tecnologías, clientes, necesidades y experiencias que dicha empresa a obtenido en el mercado. Luego en el quinto punto se verá el caso de negocios este es en donde se verá descrito a detalle cada uno de los puntos mencionados anteriormente en el concepto de negocios.

Como sexto y punto final se verán las pruebas de mercado y el aprendizaje obtenido a través de lo elaborado en todo el Megaproyecto. En esta área del trabajo se puede observar encuestas realizadas a las diferentes personas que conjuntan el mercado objetivo, entre el cual se puede mencionar Guatemala, Estados Unidos y Europa. También podemos apreciar el Brochure y las muestras realizadas.

El resultado de este trabajo primero que todo es lograr aplicar lo aprendido durante la carrera de Ingeniería en Ciencia de la Administración y por supuesto fue lograr posicionar en el mercado a una nueva marca con diseños únicos realizados 100% dentro del país y tener el éxito de lograr su venta en Estados Unidos y Europa.

## II. MAPA DE OPORTUNIDADES

### A. Visitas

Entre lo que se puede mencionar que fueron las visitas que se realizaron desde el semestre pasado van enumeradas de la siguiente manera:

#### Listex - Maquila

- ✓ Maneja las mejores telas para la elaboración de camisas de vestir.
- ✓ Se convirtieron en nuestro proveedor principal para dichas telas.
- ✓ Nos brindaron una cantidad de yardas para realizar las muestras.

#### La Roca - Maquila

- ✓ Manejan la tela Polo para la marca reconocida Lacoste.
- ✓ Manejan mínimos muy altos.
- ✓ Quedó pendiente la negociación para que se convirtieran en proveedores.

#### Mayotex - Maquila

- ✓ Manejan marcas muy reconocidas a nivel mundial.
- ✓ Nos brindaron un feedback, que ayudó para aterrizar a lo que se estaba tratando de realizar.
- ✓ Nos brindaron telas T-shirt y Polo para la elaboración de las muestras.
- ✓ Una persona conocida trabaja en el lugar y ayudó al feedback.
- ✓ Se creó una alianza para cuando haya necesidad de maquilar grandes cantidades.
- ✓ Existe constante comunicación.

#### Superibo – Industria de botones

- ✓ Manejan botones para camisas.
- ✓ Se convirtieron en proveedores.

#### Fábrica de botones – Industria de botones

- ✓ Maneja botones para pantalones y chaquetas
- ✓ Se convirtieron en proveedor.

#### Del Valle – Industria de botones

- ✓ Manejan botones de todo tipo.
- ✓ Quedaron mal en poder brindar muestras y no se volvieron a comunicar.

#### Paxar – Industria de etiquetas

- ✓ Realizan etiquetas.
- ✓ No se logró volver a comunicar con ellos.

#### Accesorios Textiles – Industria de etiquetas

- ✓ Realizan todo tipo de etiquetas
- ✓ Nos enviaron información vía mail.
- ✓ Quedó pendiente la reunión.

#### Finotex – Industria de etiquetas

- ✓ Manejan las etiquetas de marcas sumamente reconocidas a nivel mundial.
- ✓ Realizan todo tipo de etiquetado ya sea bordado, heat transfer, etc.
- ✓ Brindaron muestras de todo tipo.
- ✓ Se creó una alianza y se convirtieron en proveedor.

#### Camisería España – Maquila

- ✓ Nos realizó las mejores muestras.
- ✓ Se convirtió en nuestro confeccionista principal.
- ✓ Manejamos montos de 700 unidades al mes.

Mitzie – Confeccionaría

- ✓ Nos realizó las peores muestras.
- ✓ No se volvió a trabajar con ellos.

AMA (Asociación de Mujeres del Altiplano) – Comunidad Indígena

- ✓ Se les visitó y planteó la propuesta de negocio.
- ✓ Nos brindaron yardas de diferentes telas para la realización de las muestras.
- ✓ Quedaron como una de las comunidades del proyecto.

Aj Quen – Comunidad Indígena

- ✓ Se les visitó y planteó la propuesta de negocio.
- ✓ Nos brindaron yardas de diferentes telas para la realización de las muestras.
- ✓ Quedaron como una de las comunidades del proyecto.

Urabán Outfitters – Retailer

- ✓ Se les envió correo y respondieron que se les enviara catálogo y muestras.
- ✓ Se está esperando la fecha para realizar un sales pitch.

Siman – Mayorista

- ✓ La negociación para distribuir nuestra marca está en proceso.

## B. Análisis de tendencias

Analizamos cuatro tipos de tendencias que afectan a la industria de Waram.

1. **Fuerzas globales.** Entre las fuerzas globales que afectan la industria de la moda identificamos tendencias sociales, tecnológicas, políticas, económicas y ambientales, ya que la población a nivel mundial gira alrededor del entorno local o de los movimientos globales.

Hoy en día la moda a nivel mundial se rige por movimientos sociales y ambientales. Esto le ha dado un giro a la industria ya que lo que busca el cliente es estar utilizando un producto que a la vez lo haga tener un status de vida alto y reconocer que al estar utilizando todos estos productos o accesorios está ayudando a comunidades de escasos recursos. Lo que busca Waram en un futuro es lograr apegarse a comunidades de otras partes del mundo e ir expandiendo su portafolio de productos no solo a una comunidad si no a comunidades alrededor del globo.

Por otro lado todos nuestros paquetes de entrega donde al cliente le llegaran sus productos son realizados por material reciclado para ayudar a proteger el planeta. También las telas típicas que conllevan nuestros productos están avaladas por la Agexport para poder ser exportadas ya que todos los tintes con los que dichas telas son realizadas no son tóxicos.

2. **Fuerzas competitivas.** Entre las fuerzas competitivas identificamos a varias empresas que están realizando una gama de productos muy similar a lo que se está creando en Waram. Las empresas que se identificaron como competidores, nuevos entrantes y sustitos son los siguientes:

- Bfrog
  - Empresa que se dedica a la elaboración de camisas de vestir y camisas polo con detalles típicos.
- Korbata
  - Empresa que se dedica a la elaboración de corbatas y corbatines de tela típica.
- Maria's Bags
  - Empresa que se dedica a la elaboración de bolsos de mano y carteras para mujeres.

- Wanderlust
  - Empresa que se dedica a la elaboración de zapatos con telas típicas.
- Karim Corzo
  - Empresa que se dedica a la elaboración de tacones con telares típicos.
- The Mayan store
  - Empresa que se dedica a la elaboración de zapatos, billeteras, cojines y accesorios con telas típicas.
- Mercado de artesanías zona 10, zona 13 y zona 1
  - Este mercado posee diferentes productos todos realizados con telares típicos de diferentes partes de Guatemala.
- Mercado de artesanías Antigua Guatemala
  - Este mercado posee todo tipo de productos realizado por las comunidades de alrededor de la Ciudad de Antigua Guatemala.
- Mercado de Panajachel
  - Este mercado posee todo tipo de productos realizado por las comunidades de alrededor de Solola.
- AjQuen, AMA y las comunidades indígenas en la región de Guatemala
  - Varias comunidades poseen ventas de productos hechos por sus telares típicos, aunque algunas de ellas ya son key partners para la realización de las telas que se utilizaran en todos los diferentes productos de Waram.
- Empresas internacionales y nacionales de ropa
  - Toda empresa que se dedique la elaboración de vestimenta y accesorios son competencias tanto directas como indirectas para Waram ya que el mercado para la ropa y moda cada vez se expande más.

**3. Necesidades cambiantes.** Entre las necesidades cambiantes identificamos los diferentes factores socioculturales que afectan las diferentes áreas en donde se venderán todos nuestros productos, como por ejemplo en Estados Unidos afecta las diferentes áreas económicas de cada estado por lo que se empezara a vender a través del internet al igual que en Europa que son nuestros dos mercados principales. Por otro lado algo que afecta los diferentes factores socioeconómicos es la tendencia de la moda por lo que para estar al tanto de lo que está sucediendo en los diferentes mercados alrededor del mundo Waram debe estar al tanto de la innovación de diferentes productos y accesorios por lo que debemos estar invirtiendo constantemente en investigación y desarrollo para siempre estar por encima de la competencia con los mejores productos, brindando la mejor calidad a su máximo exponente.

Todo lo mencionado anteriormente se lograra gracias a las alianzas estratégicas que poseemos actualmente y a lo largo del camino dichas alianzas se irán incrementando ya que lo que Waram está buscando es expandir su portafolio de clientes y proveedores para llegar a ser una empresa reconocida con la cual busquen trabajar cada vez más empresas.

**4. Capacidades cambiantes.** Entre las capacidades cambiantes identificamos que los activos, tecnologías, capacidades, redes y alianzas de la empresa se esperan que con dicho crecimiento de la misma cada vez vayan aumentando para sacar el mejor provecho dentro de esta industria. Entre las capacidades más relevantes que podemos mencionar están los siguientes:

- Activos
  - Diseñadoras
  - Oficina
  - Tiendas físicas
  - Transporte
  - Marketing
  
- Tecnología
  - Confección
  - Tipos de telas
  - Entretelados y tratamiento de hilo
  - Programas de diseño
  - Plataforma de venta en Internet
  
- Capacidades
  - Venta
  - Almacenaje
  - Desarrollo
  - Producción
  
- Redes
  - Página de internet
  - Franquicias
  - Tiendas propias
  - Retailers
  
- Alianzas
  - Comunidades indígenas del país
  - Comunidades nativas de otros países
  - Confeccionarías o Maquilas
  - Proveedores de todos los materiales a necesitar
  - Centros de distribución
  - Empresas de logística
  - Retailers

### **C. Desarrollo de mapa de oportunidades**

El mapa de oportunidades permite identificar una gran gama diversa de oportunidades de crecimiento para Waram. Incluye oportunidades de mercados, de entrega, de oferta, de producción y de modelo de negocios.

Entre las oportunidades de mercado se encuentran las posibilidades de llegarle a nuevos clientes, nuevos segmentos, crear nuevas experiencias y satisfacer nuevas necesidades. Entre las oportunidades de entrega se encuentran las posibilidades de entregar en nuevas ocasiones, localidades, canales, empaques, etc. Entre las oportunidades de oferta se incluyen las posibilidades de vender nuevos productos, servicios, marcas y atributos. Entre las oportunidades de producción se encuentran las posibilidades de producir usando nuevas capacidades, nuevos activos, nuevas tecnologías y nuevas competencias. Y finalmente, entre las oportunidades de modelo de negocio se encuentran las posibilidades de generar nuevos aliados, participar en nuevas redes y cobrar con diferentes modelos de precio.

**Mercado**  
Clientes  
Necesidades  
Experiencias



Entre las oportunidades de mercado se encontró un segmento de clientes que aprecia al mismo tiempo estar utilizando vestimenta que marca su estatus social. O quieren pertenecer a un estatus social mas alto, pero también buscan la ayuda social ya que esto les genera una satisfacción personal y al mismo tiempo un orgullo del poder estar ayudando a una comunidad de escasos recursos.




La experiencia que nuestro mercado vivirá será de felicidad y expresión a su máximo exponente con los colores tan vivos que nuestro país ofrece a través de los productos nacionales hechos 100% a mano por personas con habilidades que han ido pasando de generación en generación.

**Entrega**  
Ocasión  
Localidades  
Canales



Waram busca entregarle al cliente una experiencia única y diferente encontrando la manera que dicho cliente lo aprecie mas. Esto se logra a través de sus paquetes ecológicos en los cuales se entregan todos los productos.





Estamos en constante interacción con nuestros clientes ya que pueden encontrar la gama de productos a través de diferentes localidades o canales, porque la empresa esta presente en diferentes puntos de venta.

**Oferta**   
Productos   
Marca 



Waram ofrece una gama de productos únicos en el mundo por la calidad con la cual son elaborados. Entre los productos se encuentran camisas de vestir, camisas polo, t-shirts, pantalones, pantalonetas, zapatos, bolsas, cartera, billeteras, entre otros.

Se está ofreciendo una Marca que busca entregarle una experiencia única a cada uno de los clientes brindándoles una sensación nunca antes encontrada al utilizar una vestimenta.

**Producción**   
Capacidades   
Activos   
Tecnologías 



Waram actualmente cuenta con la capacidad de mandar a realizar 5,000 unidades de los productos que se utilizarán en su lanzamiento, aunque ya tenemos las alianzas necesarias para en un futuro llegar a producir una mayor cantidad de unidades.

Actualmente contamos con pocos activos pero con el tiempo dichos activos irán aumentando a menudo que la empresa se este expandiendo. Dicho de otra manera nuestra capacidad de producción, almacenamiento y venta se incrementarán con el tiempo.

## Modelo de Negocios

Redes

Alianzas

Modelos de precios



?

Waram cuenta con varias alianzas y seguirá incrementado su portafolio a medida que la empresa siga posicionándose en un nivel más alto en el mercado. Esto con la intención de poder ser competitivos en los precios y el nicho de mercado que manejamos.

?

Nuestros precios están pensados para consumidores y clientes de media y alta sociedad. Ya que nuestros productos están elaborados con una calidad AAA.

### III. PLATAFORMA DE CRECIMIENTO

#### A. INDIEGOGO Y KICKTARTERS

Esta plataforma se utilizará como lanzamiento de los primeros productos para recaudar capital y así poder expandirnos y lograr posicionarnos en áreas de mayor impacto para la marca. Estas dos plataformas son páginas de internet que se dedican a la recaudación de fondos para nuevas empresas (crowd funding). En dichas páginas se lanzaran solamente 9 productos entre los cuales entran camisas tipo vestir, camisas polo y t-shirts para hombres y mujeres, cada uno de estos productos tendrá tres diseños diferentes. Estas plataformas muestran y han dado resultado a otras empresas que buscan darse a conocer para luego lanzar la marca ya sea con tienda propia o el motivo que cada una esté buscando.

A continuación mostramos negocios que se han construido en otras partes del mundo que le apuestan a esta plataforma:

The screenshot shows the Indiegogo website interface. At the top, there is a navigation bar with the Indiegogo logo, a user profile for 'Juan Fernando Quezada', and links for 'EXPLORE', 'HOW IT WORKS', and 'START YOUR CAMPAIGN'. Below the navigation bar, there are tabs for 'TRENDING', 'FINAL COUNTDOWN', 'NEW THIS WEEK', and 'MOST FUNDED'. The 'MOST FUNDED' tab is selected. On the left side, there is a 'CATEGORIES' list including 'All Categories', 'Animals', 'Art', 'Comic', 'Community', 'Dance', 'Design', 'Education', 'Environment', 'Fashion', 'Film', 'Food', 'Gaming', 'Health', 'Music', 'Photography', 'Politics', 'Religion', 'Small Business', 'Sports', 'Technology', and 'Theater'. The main content area shows search results for 'Fashion', 'Most Funded'. Three product cards are displayed:

- Passages: A Watch by William Shatner and Egard**  
Introducing the Limited Edition William Shatner Mechanical Timepiece by Egard. Exclusively on...  
\$681,721 USD  
909% 0 time left
- Tens: The Real Life Photo Filter**  
Sunglasses that lend an uplifting tint to the world...  
with Go Crowdfund Britain  
£370,287 GBP  
3,939%
- 1:Face Watch**  
The 1:Face watch has the power to feed a child, quench a thirst, find a cure, and so much more...  
\$357,103 USD  
1,428% 0 time left



**SunGod Sunglasses - Customisable polarised sunglasses with a lifetime...**  
Design your own sunglasses made from innovative materials, built to last and...

**£82,588** GBP

949% 0 time left



**A Minimalist, RFID Blocking, Easy Access Wallet**  
We bring to market products that have emphasize good design while attaching an affordable price tag.

**\$95,134** USD

793%



**Fine leather goods without the luxury markup**  
Linjer brings high-quality, minimalist leather goods to all.

**\$77,127** USD

154% 16 days left

FASHION



**MVMT Watches - Affordable, Stylish, High Quality Watches- \$59**

FASHION



**Nettle's Tale Swimwear Inc.**  
Order now from [www.nettlestale.com](http://www.nettlestale.com)

FASHION



**Activyst: Bold Athletic Bags That Help Girls Play Sports**  
We create bold. functional

## HOODIE LOVE by: jann marie

Story

Updates 6

Comments 14

Funders 322

Gallery 54



328  
Share

26  
Tweet

3  
+1

Email

Embed

Link

Follow

**\$22,668** USD

RAISED OF \$9,000 GOAL

252% 0 time left

This campaign started on Aug 01 and closed on August 31, 2014 (11:59pm PT).

Flexible Funding

**CAMPAIGN CLOSED**

This campaign ended on August 31, 2014

IN PARTNERSHIP WITH







Designed for adventure, you will be obsessed! USA made. Listed prices

Anteriormente argumentamos las razones por las cuales Waram tendría una ventaja competitiva si invierte en esta plataforma. Como se puede observar en las imágenes anteriormente mostradas, diferentes marcas de ropa y accesorios se han querido dar a conocer a través de dichas plataformas y se puede apreciar la cantidad de dinero que han recaudado con sus ideas.

Fashion ▾

All Accessories Apparel x Childrenswear Couture Footwear Jewelry Pet Fashion Ready-to-wear


Explore 1,062 projects

 <p><b>Mia Melon - Weatherproof hoodies for the 21st century</b> by Todd Listwin</p> <p>The last hoodie you'll ever need. Combining technical performance with fashionable style. A weatherproof hoodie for everyone.</p> <p>Vancouver, Canada</p> <p>114% funded \$45,698 pledged 10 days to go</p>	 <p><b>Keirin Cut Jeans</b> by Keirin Cut Jeans</p> <p>Awesome Quads Deserve Awesome Jeans</p> <p>Oakland, CA</p> <p>131% funded \$49,506 pledged 43 days to go</p>	 <p><b>The Undress - Change clothes in public without getting naked!</b> by The Undress, inc.</p> <p>Change clothes in public without getting NAKED!</p> <p>San Diego, CA</p> <p>425% funded \$93,402 pledged 12 days to go</p>	 <p><b>Maybe Sunday   Full-Print Apparel For Men + Women</b> by Maybe Sunday</p> <p>FRESH NEW CHICAGO STREET WEAR. Your support will help us fund new designs and put Maybe Sunday on the map.</p> <p>Chicago, IL</p> <p>109% funded \$11,950 pledged 44 hours to go</p>
---	--	---	---

**Mia Melon - Weatherproof hoodies for the 21st century**  
by Todd Listwin

Home Updates 10 Backers 403 Comments 58

Vancouver, Canada Apparel



▶ PLAY

Share 212 Tweet Embed

**403**  
backers

**\$45,698** CAD  
pledged of \$40,000 goal

**10**  
days to go

**Back This Project**  
\$1 CAD minimum pledge

This project will be funded on Fri, Oct 31 2014 1:00 PM CST.

Project by  
**Todd Listwin**  
Vancouver, Canada

## B. PÁGINA DE INTERNET WARAM, FACEBOOK, TWITTER, INSTAGRAM

Esta plataforma es una de las más importantes de nuestra época, el internet a revolucionado la forma de comprar y vender productos y servicios y a abierto las puertas a grandes posibilidades. Por eso Waram como muchas otras marcas están apostando al internet a largo plazo, ya que esta plataforma trabaja sobre una red que cualquier persona puede acceder desde su ordenador, esto incrementa el rango de clientes potenciales. El crear una página web propia es esencial para sembrar y solidificar la presencia de Waram en el mercado hoy en día.

El Internet es la segunda plataforma a lanzar junto con Facebook, Twitter, Instagram y otras plataformas de redes sociales. Estas plataformas son específicas para la promoción de la marca, donde muchas otras compañías logran entablar una relación más directa con los clientes. Esto les brinda no solo las novedades de los nuevos productos que ofrecen, si no también se puede crear un lazo con el cliente, ya que estas plataformas permiten que el cliente se involucre en el día a día de la compañía.

A continuación mostramos negocios que se han construido en otras partes del mundo que le apuestan a esta plataforma:

### ZARA Website



## Original Penguin Website

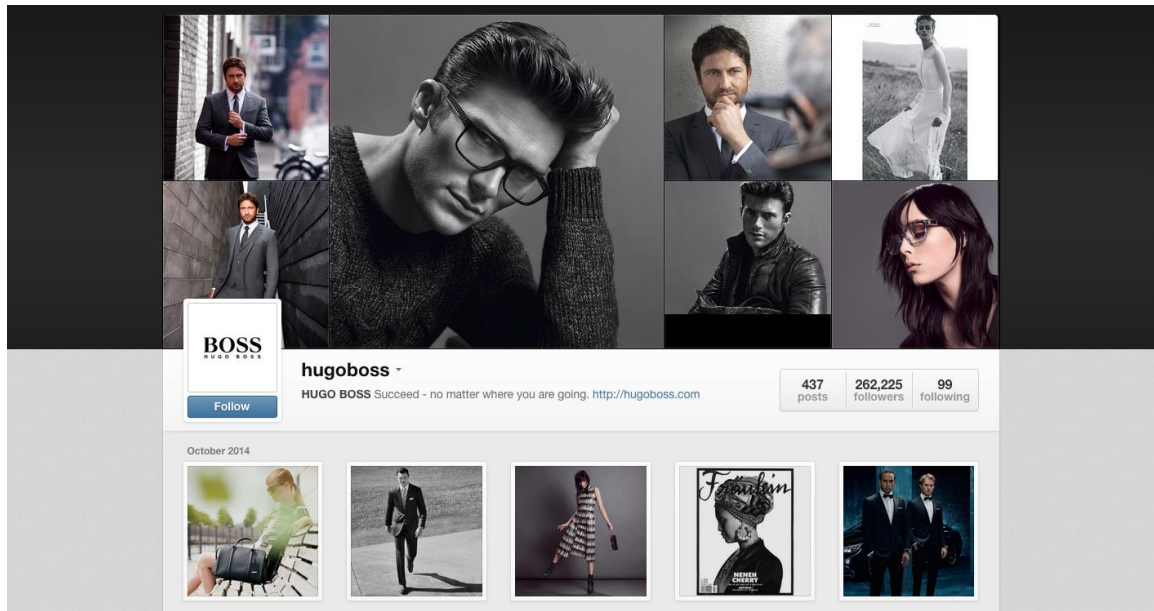
The banner features a man in a red and white patterned polo shirt and dark blue trousers, sitting on a metal stool and talking on a mobile phone. The text on the left reads: "SHOP OUR EARL POLO", "NEW FALL COLORS AND TRIED-AND-TRUE BASICS", and a button "SHOP NEW EARLS". The top navigation bar includes "LOG IN", "SHIP TO" (with a flag icon), "MY CART", and "CHECKOUT". Below the navigation are links for "FEATURES", "MEN", "WOMEN", "SHOES", "ACCESSORIES", "SALE", and "BLOG". A search bar with the placeholder "Keyword/Item #" and a magnifying glass icon is on the right.

Waiting for googleads.g.doubleclick.net...

## Hugo Boss Facebook

The screenshot shows the Hugo Boss Facebook page. The cover photo features a man in a dark suit. The profile picture is the Hugo Boss logo. The page name is "HUGO BOSS" with a verified badge and "Clothing Store" below it. Navigation tabs include "Timeline", "About", "Photos", "Videos", and "More". The "PEOPLE" section shows "7,424,215 likes" and a list of users who liked the page, including Daniel Amézquita, Fredy Wong, and 5 others. The "ABOUT" section includes the text "Impressum/About us: http://bit.ly/Impressum\_aboutus". A post from "HUGO BOSS" dated "October 16" is visible, with the text: "On a roll - congratulations Martin Kaymer on winning the 2014 #PGAGrandSiam in a challenging playoff #bosssports". A sponsored post for Tigo Star is also visible on the right side of the page.

## Hugo Boss Instagram



A continuación argumentamos las razones por las cuales Waram tendría una ventaja competitiva si invierte en esta plataforma:

- Seguidores
- Darse a conocer
- Expansión de la marca
- Tendencias
- Se puede llegar a conocer lo que el cliente desea

## C. URBAN OUTFITERS, SIMAN Y FRATELLI

Estas plataformas son la siguiente etapa de crecimiento ya que una vez llegado a los acuerdos de poder distribuir la marca Waram con estos retailers esto le dará un plus a la marca. En esta etapa ya estaremos introduciendo todos los productos que dichas empresas nos quieran comprar para luego ellos revenderlos y nuestra marca se estará dando a conocer cada vez más e iremos ampliando más nuestra cartera de clientes. Dichas empresas revenden marcas reconocidas a nivel mundial por lo que es una gran oportunidad para dar a conocer la marca cada vez más, también este tipo de retailers han mostrado darle frutos a dichas marcas.

# #UOONYOU

FOLLOW US ON INSTAGRAM  
**@URBANOUTFITTERS**



[View All](#)

Brands  
[Privacy Policy](#)

**Store Locations** [View All Stores](#)  
city, state or zip

[Feedback](#)

URBAN OUTFITTERS

[Women's](#) [Men's](#) [Apartment](#) [Beauty](#) [Without Walls](#) [Sale](#) [Blog](#)

[Sign In](#) [Q](#) [🏠](#)

[New](#) [Tops](#) [Jackets](#) [Bottoms](#) [Activewear](#) [Socks + Underwear](#) [Accessories](#) [Shoes](#) [Sale](#) [Only at UD](#)



[Shop Bags](#)



[Shop Hoodies + Sweatshirts](#)



[Shop Jackets](#)

#	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z
'47 Brand																										
#	12 Benefits									3X1								4th & Rose								
	3 Busy Dogs									4040 Locust								4th & Rose X The Wild Unknown								
	3 Concept Eyes									49 Square Miles								6 Shore Road								
<b>A</b>	A. Recon									Acocisco Naturals								Admiral								
	A Beautiful Life									Action Solutions								Affirmats								
	ABUS									adidas								A Gold E								
	AISHI									Alder New York								ALL BLACK								
	Alaffia									ALIGN								Allover								
	Alchemy									Alto								Al-Son								
	Alo Yoga									ALTERNATIVE								amban								
	Alpha Industries									Altru								American Needle								
	Alterra									Amber Scoats								AMH								
	Anastasia									Anna Sul								Ardeny Inn								
	Andrea Garland									Antonym								Arete								
	Andrea Santos									APWITA PROPOLINE								Armour Beauty								



ES TIEMPO DE VIVIR

 COSTA RICA

 EL SALVADOR

 GUATEMALA

 NICARAGUA

- FÁCIL
- RÁPIDO
- SEGURO

Tecnología	Muebles	Electrodomésticos	Hogar	Niñ@s	Bebés	Belleza	Deportes	Ellas	<b>Ellos</b>	Navidad
<b>Marcas</b> > Nautica > Michael Kors > Dockers > Gent's		<b>Camisas</b> > Tipo Polo > Formales > Casuales		<b>Calzado</b> > Formales > Casuales > Sandalias > Deportivos > Botas		<b>Pantalones</b> > Casuales > Formales  <b>Jeans</b> > Slim > Regular		<b>Marcas Destacadas</b> Calvin Klein Casio Citizen Derby Fossil Guess Importaciones Dive Zippo > <b>Ver Todas las Marcas</b>		
<b>Shorts</b> > Tradicional > Calzonetas		<b>Suéteres y Chumpas</b> > Casuales > Deportivos		<b>Trajes</b> > Sacos y Blazers > Traje Completo		<b>Ropa Interior</b> > Boxers > Calcetines > Calzoncillos				
<b>Deportivo</b> > T-shirts		<b>Cuidado Personal</b> > Baño y Cuerpo > Afeitadoras y Rasuradoras > Tratamientos		<b>Accesorios</b> > Solo por Hoy > Corbatas > Gorras y Sombreros > Billeteras > Pañuelos > Relojes > Cinchos > Lentes de Sol > Gadgets > Mancuernillas, Prensas y Tirantes		<b>Óptica</b> > Lentes > Lentes de Contacto > Soluciones				

Tecnología	Muebles	Electrodomésticos	Hogar	Niñ@s	Bebés	Belleza	Deportes	Ellas	<b>Ellos</b>	Navidad
------------	---------	-------------------	-------	-------	-------	---------	----------	-------	--------------	---------

Inicio > Ellos > Camisas > Casuales

**Precio**

- Q0.00 - Q100.00
- Q100.00 - Q200.00
- Q200.00 - Q300.00
- Q300.00 - Q400.00
- Q400.00 - Q500.00
- Q500.00 - Q600.00
- Q600.00 - Q700.00

**Marca**

- Columbia
- Dockers
- Gents
- George & Martha
- Haggar
- Ike Behar
- Izod
- Levis
- Nautica
- Unexpected



1 2 >

Mostrar 27 por página

Nombre



Columbia  
Camisa Amarilla

UPC: 428545600002

**Q599.00**



Ver Detalles



Columbia  
Camisa Azul

UPC: 489872000002

**Q699.00**



Ver Detalles



Columbia  
Camisa Azul

UPC: 472178400003

**Q599.00**



Ver Detalles

#### **D. TIENDA WARAM**

Esta plataforma tiene como finalidad eliminar a todos los canales intermedios y poder contar con nuestro propio puntos de venta directo para nuestros clientes. Una tienda propia de la compañía abre las puertas a tener una presencia más personalizada para el cliente y poder brindarle la experiencia completa de la marca, ya que no estamos sujetos a los parámetros de una tienda de retail o por tienda departamental, que tienen sus propios modelos de venta y disposición de prendas.

Una tienda abre nuevas posibilidades para las ventas, ya que la marca puede generar un lazo más fuerte con el cliente al poder brindarle toda nuestra gama de productos, que muchas veces no se encuentran en los tipos de tiendas ya mencionados con anterioridad, ya que está sujeto a gustos y precios la compra de productos de la marca para la venta en esas tiendas.

A continuación mostramos negocios que se han construido en otras partes del mundo que le apuestan a esta plataforma:

#### **Ralph Lauren**





**Gucci**



## Burberry



A continuación argumentamos las razones por las cuales Waram tendría una ventaja competitiva si invierte en esta plataforma:

- Mejorar la experiencia con el cliente
- Personalizado

## E. FRANQUICIAS

Esta plataforma es la última en toda la industria ya que si el crecimiento de la empresa llega a ser muy grande y la marca ya es reconocida a nivel mundial, puede llegar a que se franquicie la marca y así que personas alrededor del mundo quieran propiciar más la imagen. Todo esto se haría bajo lineamientos en donde cada tienda que quieran poner en cualquier país y no sea propia tiene que estar bajo el formato ya pre establecido de Waram.

A continuación mostramos datos que muestran que franquiciar una empresa genera beneficios y negocios que se han construido en otras partes del mundo que le apuestan a esta plataforma:

### GRN Vacaciones Franquicias

**GRN Vacaciones**

*'Estancias en Resorts a Precios de Mayoristas durante Toda la Vida'*

**NUESTRA COMPAÑÍA:**

**GRN Vacaciones es un Club de Resorts a Precios de Mayoristas.** Se erige como Market place oficial con identidad propia a nivel internacional, focalizándose en el mercado de España, y teniendo sus oficinas operativas en Barcelona, desde donde también operan en Andorra y Portugal.



**GRN (General Resorts Network) Vacaciones forma parte de una de las Compañías de Turismo más importantes del mundo, GRC, con más de 22 años de experiencia y su Sede Central en Orlando, Florida.**

**Desde el año 2011 su Programa de Expansión en España ha experimentado un sólido crecimiento.** Nuestra Licencia de Distribución Oficial se otorga en régimen de propiedad, sin renovaciones posteriores ni gastos de mantenimiento.

**Pago inicial y único: sólo 4.800,- Euros (Iva incluido)**

**NUESTRO PRODUCTO**


**Somos un Club de Resorts Internacional. Especialistas en Turismo Familiar y de Pareja.** Los componentes de nuestro Club son Miembros de todo tipo, no es exclusivo para una clase social privilegiada. Nuestro público objetivo es cualquier persona que le guste disfrutar de vacaciones con los suyos, en España o en el extranjero y valore el tener acceso a alta calidad garantizada, y a muy bajo precio durante todo el año.

### Datos destacados

<b>Creación empresa:</b>	2006
<b>Creación franquicia:</b>	2011
<b>Franquicias España:</b>	26
<b>Inversión total:</b>	4.800 € (IVA incluido)
<b>Canon de entrada:</b>	Incluido en inversión total
<b>Royalty:</b>	No tiene
<b>Canon de publicidad:</b>	No tiene
<b>Duración del contrato:</b>	Licencia en propiedad.
<b>Prorrogable:</b>	Es propiedad. Sin renovación
<b>Ayuda financiera:</b>	Plan de Beca Emprende
<b>Metros del local:</b>	No es necesario local
<b>Población mínima:</b>	Sin delimitación de población
<b>Territorio Actuación:</b>	Sin límites
<b>Licencia de Distribución:</b>	De por vida, transferible y Heredable
<b>Producción:</b>	Sin porcentajes de producción

### GRN Vacaciones / TV

### Franquicias de éxito:



**Tiendas Color Plus**

Comercializamos consumibles de impresión, compatibles, reciclados y originales. Otros productos que pueden encontrar son productos de papelería, materiales de oficina, accesorios de informática, etc.

[Ver más información...](#)

**Inversión: 29.800 €**  
**Local: > 20 m<sup>2</sup>**  
**Propios: 3**  
**Franquicias: 64**



**Clínica Universitaria XAMA**

Una red de clínicas homogéneas, ágiles y modernas, con el fin de prestar la asistencia necesaria, contando con una metodología de trabajo contrastada.

[Ver más información...](#)

**Inversión: 30.000€**  
**Local: > 60 m<sup>2</sup>**  
**Propios: 4**  
**Franquicias: 7**

A continuación argumentamos las razones por las cuales Waram tendría una ventaja competitiva si invierte en esta plataforma:

- Reducción de la inversión y de los costes
- Rápida expansión
- Reducción del riesgo empresarial y cierre de la red
- Menores costes de control de la red y economías de escala

- Rentabilizar la cadena de franquicias
- Reducción de riesgos e incertidumbres al ser propietario de un negocio acreditado, con resultados probados.
- Obtención y acceso a experiencia, tecnología y know-how.
- Formación y capacitación inicial y asistencia y soporte continuados.
- Métodos operativos, administrativos y comerciales respecto de bienes y servicios.
- Zona de exclusividad.
- Acceso a herramientas y programas de marketing y publicidad.
- Sistemas administrativos de control y evaluación.
- Acceso a investigación y desarrollo de nuevas metodologías y tecnologías incorporadas al negocio.
- Acceso a economías de escala.
- Incremento en su prestigio personal al involucrarse en una red de negocios posicionada.
- Diversificación de inversiones o recursos y/o acceso a esquemas de autoempleo.
- Acceso a una inversión rentable y de bajo riesgo.

A continuación argumentamos las razones por las cuales Waram tendría una desventaja competitiva si invierte en esta plataforma:

- Pago de derechos de entrada y royalties.
- No es propietario de la marca.
- Las principales decisiones las toma el franquiciante, limitando su posibilidad de innovar y actuar de forma independiente.
- Normas y directrices estratégicas impuestas y apegadas a los manuales.
- Supervisión y vigilancia por parte del franquiciante.
- Su éxito se encuentra vinculado al éxito o actuación del franquiciante y de otros franquiciatarios.
- Limitación de recursos económicos para el caso de contingencias o requerimientos adicionales de capital de trabajo.
- Selección de un giro o sector no adecuado o afín a sus aspiraciones personales.

## IV. CONCEPTOS DE NEGOCIOS

Teniendo el enfoque de la plataforma de crecimiento, la metodología dicta identificar conceptos de negocio dentro de la plataforma. Un concepto de negocio es una oportunidad de crecimiento que tiene una cadena de valor completa definida, incluyendo un mercado, una forma de entrega, una oferta (producto/servicio) específica, una forma de producir, y un modelo de negocios. En este proyecto se identificaron cinco conceptos de negocio dentro de la plataforma.

El proceso por el cual aterrizamos en estos cinco conceptos de negocio fue el siguiente:

1. Identificamos posibles enfoques diferentes de mercado y/o oferta dentro de la plataforma
2. Desarrollamos para cada concepto una cadena de valor completa
3. Priorizamos todos los conceptos con base en cuánto impacto considerábamos que podrían tener para Waram, y qué tanto encajaban estratégicamente con Waram.
4. Desarrollamos para cada concepto un brochure para inversionistas para los cinco conceptos priorizados que responde a las preguntas más frecuentes que hacen inversionistas al escuchar pitches de negocio cortos

Los cinco conceptos que desarrollamos son los siguientes:

### A. CONCEPTO ÚNICO

#### **Oferta**

Productos: Los productos que manejamos dentro de Waram son (Hombre y Mujer):

- Camisería
- Calzado
- Pantalones
- Accesorios
- Bolsas de mano
- Carteras y billeteras

#### Servicios

El servicio que brinda Waram dentro de la empresa es el envío de los productos comprados en la página web.

#### Soluciones

En este mercado cambiante y con tanta competitividad a veces encontramos la necesidad de productos diferentes y que se acoplen a los gustos que se han ido ampliando con el tiempo. Nosotros brindamos una opción diferente a la exigencia del cliente, una marca de ropa que constantemente está innovando para satisfacer el siempre cambiante gusto de todas las personas.

#### Marcas

Se está ofreciendo una marca que busca entregarle una experiencia única a cada uno de los clientes. Brindando productos de alta calidad y con las mejores tecnologías disponibles, además de un diseño a la moda y nuevo para cada gusto.

#### **Producción**

#### Competencias

Waram actualmente cuenta con la capacidad de mandar a realizar 5000 unidades de los productos que se utilizarán en su lanzamiento, aunque ya tenemos las alianzas necesarias para en un futuro llegar a producir una mayor cantidad de unidades.

Activos

Actualmente contamos con pocos activos, pero con el tiempo dichos activos irán aumentando a medida que la empresa se esté expandiendo.

Tecnologías

Las tecnologías que contamos son las que por el momento nuestras aliadas manejan, en un futuro Waram invertirá en investigación y desarrollo de nuevas tecnologías para manufactura y confección de prendas e hilos textiles.

## **Mercado**

Clientes

Nuestros clientes son aquellos que son o quieren pertenecer a un estatus social determinado, en este caso es alto, ya que las prendas tendrán un valor alto. Además gustan de poder ayudar a comunidades de escasos recursos lo cual les genera una satisfacción personal.

Necesidades

Las necesidades más básicas son las de usar ropa, pero en estos tiempos las necesidades se han cambiado a poder pertenecer a un estatus social, diferenciarse de los demás y tener diferentes en esta caso clases de prendas y siempre estar a la moda.

Experiencias

La experiencia que Waram da con sus prendas es la de poder vestir prendas que cuentan una historia, llevan una cultura consigo, además de poder ayudar y ser parte de una comunidad única en el mundo.

## **Entrega**

Ocasión

Waram busca que el cliente aprecie más los productos que ofrecemos, por eso trabajamos con los mejores recursos disponibles en la región, además de crear una experiencia diferente y única en cada prenda que se adquiera.

Los canales de distribución son bastante amplios, ya que queremos llegar a interactuar con una mayor cantidad de clientes y poder brindar la experiencia a cada vez un público más exigente y en expansión.

Este concepto es atractivo por las siguientes razones:

- Es mejor que los productos actuales porque brinda una experiencia más allá de solo comprar una prenda, cada vez que se adquiere una prenda de Waram se está comprando una pieza de la cultura donde fue hecha, genera trabajo en la región, además de ayudar a las personas que trabajan alrededor de la misma empresa.
- Es difícil de copiar porque los recursos con los que se hacen nuestras prendas solo se pueden encontrar en la región de Guatemala, y en ninguna otra parte del mundo. Ya que la diversidad es tan única y grande dentro de la misma región, es casi imposible copiar, además los diseños son únicos por las diseñadoras locales.
- Es innovador porque utiliza de una forma nueva los recursos y telares típicos de la región de Guatemala, que nadie se ha atrevido a hacer a gran escala y crear una marca completa.

## V. CASO DE NEGOCIOS

El caso de negocios se desarrolló alrededor del concepto de la creación de una marca de ropa y accesorios escogido por Waram.

El proceso por el cual se desarrolló el business case incluyó los siguientes pasos:

- Se identificaron diferentes posibles rutas al mercado
- Se escogió la ruta donde considerábamos que había más potencial
- Se identificaron diferentes grupos de clientes dentro de la ruta al mercado escogida
- Se desarrollaron perfiles de cliente para cada grupo de cliente
- Se identificaron las necesidades de esos clientes y se categorizaron las necesidades en cuanto a qué tipo de necesidad eran (obligatorias, sería bonitos, WOWs)
- Se desarrolló una solución con atributos directamente relacionados a las necesidades
- Si identificaron posibles aliados para fortalecer el concepto de negocios
- Se desarrolló un modelo de negocios

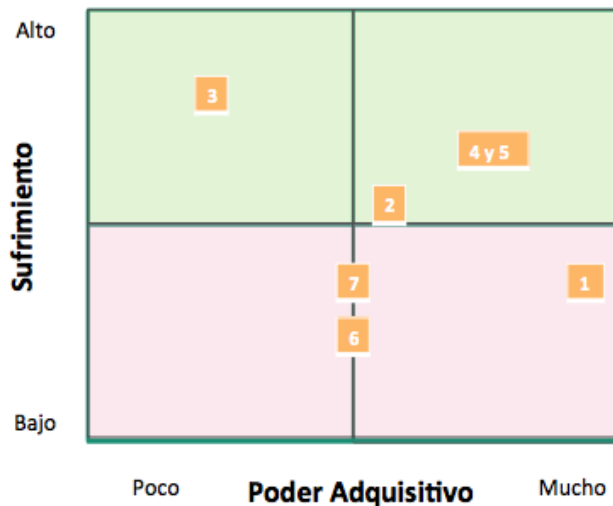
A continuación se presentan las conclusiones del caso de negocios:

### A. LA NECESIDAD Y EL MERCADO

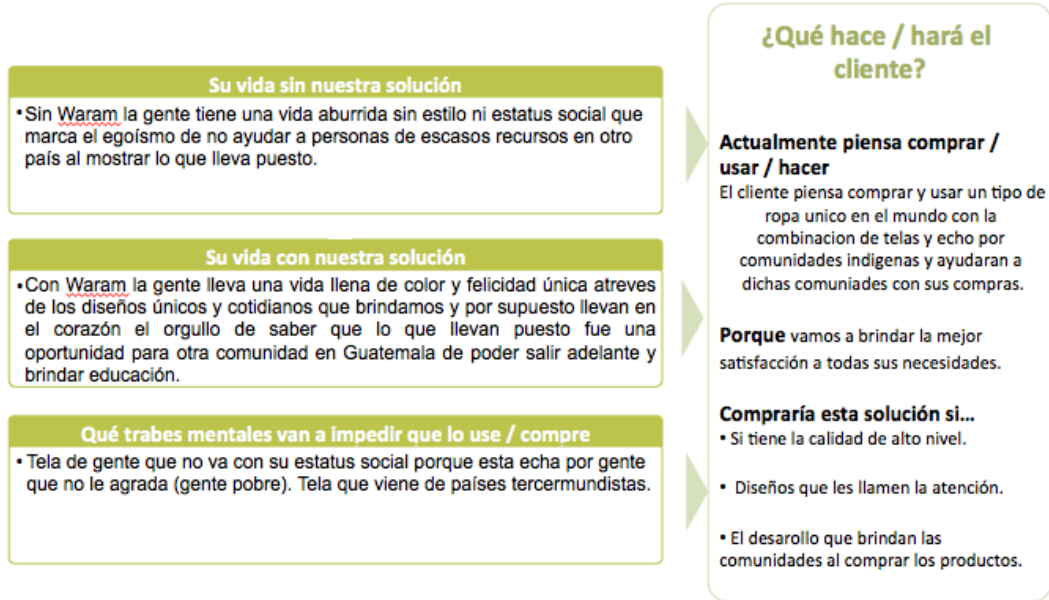
Identificamos que hay un grupo importante de clientes que sufren porque están en constante búsqueda de la utilización de productos que marquen un status social alto y que a la misma vez este vaya de la mano con la moda que se impone en el día a día. Por otro lado las tendencias de la moda han marcado que las personas compren más si esto que lleva puesto está ligado a la ayuda social, por lo tanto el segmento de personas que aprecian este tipo de negocios es a los cuales Waram está enfocado.

Identificamos que hay varios grupos de cliente dentro de este mercado algunos sufren más que otros, y algunos tienen más poder adquisitivo que otros.

#	Grupos de clientes
1	Segmento Económico A
2	Segmento Económico B
3	Segmento Económico C
4	Europeos
5	Estadunidenses
6	Guatemalteco
7	Latinoamericano
8	
9	
10	



## 1. Grupo de clientes 1-7



Con base en lo que aprendimos de este grupo de cliente, hicimos un análisis de comportamiento de compra, y dividimos las necesidades de este grupo de cliente en cuanto a lo no-negociable, lo bonito, y lo diferenciador:

<u>Criterios claves a la hora de comprar</u>	<u>Tiene que tener</u>	<u>Sería bonito tener</u>	<u>WOW</u>
Diseño	Distintos Diseños	Diferentes diseños para vender	Diseños unicos con una mezcla de colores para demostrar la felicidad de las temporadas.
Calidad	Alta calidad	Calidad de las dos telas y cueros	La mejor calidad en todos los productos y llegar a crear un concepto six sigma
Variedad	Diferentes diseños por temporadas	Colores de cada temporada	Telas típicas con los colores de cada temporada
Tallar	Diferentes tallas	Tallas para toda persona	Tallas que el corte les de un buen fit a las personas
Precio	Precio altos	Precios aceptables para los compradores	Precios adecuados por la cantidad de tela típica
Tela	Tela típica	Tela típica de GT	Tela típica de las diferentes comunidades

2. **Tamaño de mercado.** Dado que la empresa busca en su mayoría a clientes fuera del país y nos basamos en exportaciones ha sido complicado estimar el tamaño de Mercado relacionado con estos clientes por lo que se está creando hipotéticamente de la siguiente forma: hombres y mujeres que estén en la edad entre los 16 y 45 años pertenecientes a una sociedad educada y con un nivel económico desde C hasta el A. Por otro lado se busca captar a los europeos y estadounidenses que ya hayan visitado Guatemala y tengan la nostalgia de querer regresar al país o quieren poseer algo proveniente del mismo y así mismo propagar a sus personas conocidas lo que es el país y lo que se transmite a través de Waram.

El guatemalteco y latinoamericano es otro segmento del mercado aunque no es el objetivo ya que dicha población, es muy bajo el porcentaje de personas que aprecian debidamente lo realizado en su país o países similares.

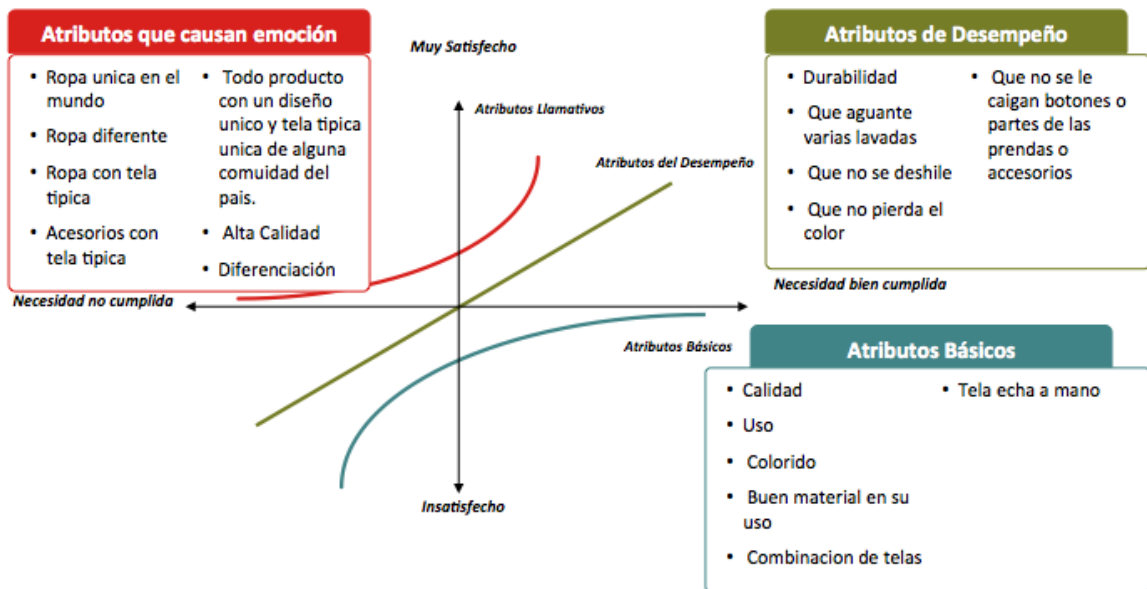
3. **Crecimiento de mercado.** Consideramos que este mercado está en crecimiento por las siguientes razones:

- El cliente siempre está en busca de diferenciarse
- El mercado de la ropa tiene una tendencia de diversidad
- El europeo y el estadounidense siempre están en busca de lo exótico

## B. LA SOLUCIÓN

Con base en lo que aprendimos sobre este mercado, diseñamos una solución que es Waram.

1. **Atributos de la solución.** Tomando en cuenta las necesidades específicas de los grupos de clientes identificadas en la sección anterior, optamos por un diseño con los siguientes atributos:



Consideramos que con estos atributos, vamos a satisfacer las necesidades de los diferentes grupos de clientes.

2. **Análisis competitivo.** Tomando en cuenta el diseño anterior, hicimos un análisis de cómo se compara esta solución con las alternativas en el mercado. Como se puede observar en el siguiente cuadro, esta solución es significativamente mejor que las alternativas porque Waram ofrece algo único en el mercado con la mejor calidad y la mejor experiencia que puede recibir el cliente.

Atributos	Tipo (básicos de desempeño, emocionantes)	Mi Organización	Alternativas	
			Bfrog	Marias Bags
Ropa con dos telas y diseños que muestran la naturalidad de las comunidades	Emocionante	Diseños únicos con dos telas únicas echas a mano	Ropa comercial, sencilla sin la demostración de una tela típica.	El uso de huipiles existentes y no diseños únicos
Ropa con tela típica	Emocionante	Diseños únicos echos por comunidades indígenas	Una sola tela que no es típica	Telas no echas a mano
Calidad	Básico	La mejor calidad del mercado	Mala Calidad	Buena Calidad
Combinación de telas	Básico	Combinación de telas típicas y telas de vestir	Telas simples	Huipiles ya echos
Durabilidad	Performance	Las mejores telas con una vida útil prolongada	Ropa que no aguantan varias lavadas	Bolsas que no se pueden mojar
Comparación General	Emocionante	Lo mejor del mercado	Sin diferenciación	Buena en lo que hace

### C. LA ENTREGA

Identificamos que la mejor forma de entregar esta solución es brindándole al cliente la rapidez de recibir nuestros productos en el menor tiempo posible.

Hicimos un análisis de posibles formas de entrega. Las opciones incluyen:

- Correo, DHL, Fedex, Centros de Distribución
- Internet, Franquicias, Retailers

A continuación mostramos el análisis de las diferentes opciones de entrega:

1. **Correo, DHL, Fedex y Centros de Distribución.** Como se puede ver en siguiente cuadro, la opción de entrega 1 tiene ciertas ventajas y desventajas.

Oferta	Entrega	Mercado
<p><b>Beneficios únicos de la oferta entregados por este canal:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Rapidez en las entregas</li> <li>▪ Paquetes coloridos y con diseño</li> <li>▪ Entrega en menor tiempo</li> <li>▪ Políticas de retorno unicas</li> </ul>	<p><b>Diferencia entre este y los demás canales :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ El trato a clientes premium</li> <li>▪ La relación de crear beneficios</li> <li>▪ Rapidez</li> </ul>	<p><b>Necesidades satisfechas por este canal:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ La forma ideal y adecuada para enviar paquetes a nivel mundial</li> </ul>
<p><b>Facilidades y barreras de trabajar con este canal:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Condiciones de las empresas de envíos y retornos</li> </ul>	<p><b>Razones por las que este canal va a vender nuestro producto:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Unicas maneras de poder enviar paquetes alrededor del mundo con la mejor efectividad.</li> </ul>	<p><b>Experiencias nuevas y únicas para el cliente:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Los paquetes diseñados de una forma colorida y llamativa.</li> </ul>

2. **Internet, Franquicias y Retailers.** Como se puede ver en siguiente cuadro, la opción de entrega 1 tiene ciertas ventajas y desventajas.

Oferta	Entrega	Mercado
<p><b>Beneficios únicos de la oferta entregados por este canal:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Rapidez en las entregas</li> <li>▪ Diseños unicos por temporadas</li> <li>▪ Historia atras de las telas</li> <li>▪ Paquetes coloridos y con diseño</li> <li>▪ Entrega en menor tiempo</li> <li>▪ Políticas de retorno unicas</li> </ul>	<p><b>Diferencia entre este y los demás canales :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ El trato a clientes premium</li> <li>▪ Rapidez</li> <li>▪ Villas para llegar a todo el mundo</li> <li>▪ Centros de Distribución claves</li> </ul>	<p><b>Necesidades satisfechas por este canal:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ La forma ideal y adecuada para enviar paquetes a nivel mundial</li> <li>▪ Seguridad del cliente que el paquete llegara a la puerta de su casa con el tiempo adecuado.</li> </ul>
<p><b>Facilidades y barreras de trabajar con este canal:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Condiciones de las empresas de envíos y retorno.</li> <li>▪ Satisfacción</li> </ul>	<p><b>Razones por las que este canal va a vender nuestro producto:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Unicas maneras de poder enviar paquetes alrededor del mundo con la mejor efectividad y tiempo.</li> </ul>	<p><b>Experiencias nuevas y únicas para el cliente:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Los paquetes diseñados de una forma colorida.</li> <li>▪Cada producto lleva una muñeca quitapenas con historia de donde proviene la tela.</li> </ul>

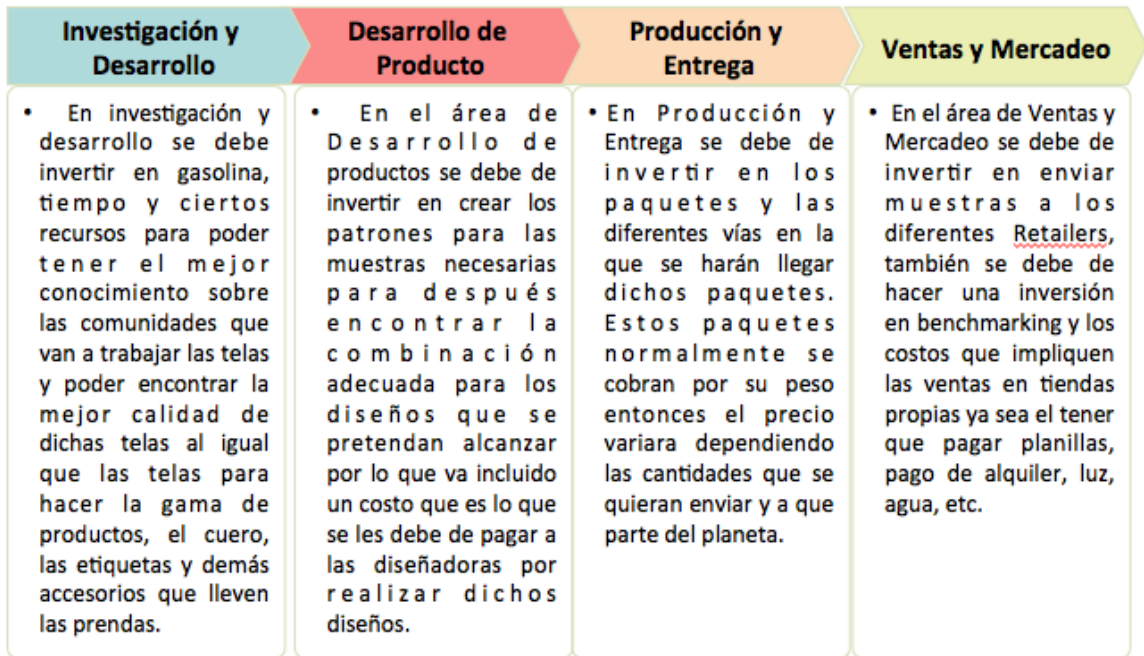
## D. LA PRODUCCIÓN

1. **Proceso de Producción/Entrega.** La producción de la gama de productos que ofrece Waram es un poco elaborada a continuación la descripción de dicha producción:

- ❖ Camisas de vestir
  - Se le compran las etiquetas a Finotex
  - Se le compran los botones a Superibo

- Se le compran las telas a Listex
- Se le compran las telas típicas a AjQuen y AMA
- Se le entrega el diseño y los materiales a Camisería España
- Camisería España entrega producto terminado
  
- ❖ Camisas polo, t-shirt y pantalones
  - Se le compran las etiquetas a Finotex
  - Se le compran los botones a Superibo
  - Se le compran las telas típicas a AjQuen y AMA
  - Se le entrega diseño a Mayotex
  - Se le entregan materiales a Mayotex y ellos brindan las telas respectivas para la realización de camisas polo y t-shirts
  - Mayotex entrega producto terminado
  
- ❖ Bolsas de mano, billeteras y carteras
  - Se le compran las etiquetas a Finotex
  - Se le compran las telas típicas a AjQuen y AMA
  - Se le entrega diseño a la Peletería
  - Se le entrega materiales a la Peletería
  - Se le compra el cuero a la Peletería
  - Peletería entrega producto terminado
  
- ❖ Bufandas
  - Se le entrega diseño a AMA y AjQuen
  - AMA y AjQuen entregan producto terminado
  
- ❖ Corbatas
  - Se le compran las telas típicas a AjQuen y AMA
  - Se le entrega diseño a Daika Corp
  - Se le entrega material a Daika Corp
  - Daika Corp entrega producto terminado
  
- ❖ Entrega
  - Todo es empaquetado en las oficinas de Waram, en los paquetes mandados a diseñar de papel y cartón reciclable.
  - Los productos son enviados a nuestros clientes a través de DHL
  - Los productos son enviados a nuestros Retailers en contenedores compartidos.

2. **Inversiones clave.** Este proceso de producción/entrega requiere inversiones en las siguientes áreas:



3. **Aliados Clave.** Hicimos un análisis de alianzas estratégicas para identificar en dónde conviene más colaborar para este proceso. Como se puede observar en la gráfica siguiente, este proyecto contiene elementos donde es recomendable colaborar.

#	Atributos o Inversiones
1 AMA	Excelente calidad en el hilo y los trabajos con las telas.
2 Aj Quen	Diseños unicos en una tecnica diferenet para las telas típicas.
3 Listex	Tela de excelente calidad para camisas de vestir y t-shirt
4 Wakami	Ya poseen un retailers de los cuales podemos entrar a trabajar con ellos.
5 Camiseria España	El trabajo de la confeccion creando los patrones para las camisas.
6 Quezada Toruño y asociados	Excelente manejo legal y consultoria para todos los contratos que se necesitan hacer.
7 La Roca	Tela de excelente calidad para Polos
8 Peleterias	Cuero con la mejor calidad y un excelente trabajo con tela típica



Los aliados clave que identificamos para este proyecto son:

- Mayotex y Listex
- Ama y AjQuen
- Camisería España
- Quezada Toruño y Asociados
- Peleterías

Hicimos un análisis para determinar qué podríamos ofrecer a los aliados y qué nos darían a cambio.

Componente del Concepto		Aliado	¿Qué doy? (Dinero, Activos, Tecnología)	¿Qué recibo? (Mejor, Más barato o rápido)
1	Tela típica	AMA	Dinero e infraestructura	Telas con la mejor calidad mas barato y mas rápido.
2	Tela típica	Aj Quen	Dinero e infraestructura	Telas echas con técnicas únicas de alta calidad mas barato y en menos tiempo.
3	Telas camisa de vestir y t-shirt	Listex	Dinero	Tela de excelente calidad mas barata.
4	Información y entrada al mercado	Wakami	% de ventas	Alianzas con sus <u>retailers</u> y la oportunidad de crecer en el área de <u>retailers</u> .
5	Plantillas, impresiones y confección	Camisería España	Dinero	Que me trabajen todo y no hacer otros trabajos por otro lado
6	Tela polo	La Roca	Dinero	Tela de la mejor calidad para polo
7	Consultoría Legal	Quezada Toruño y Asociados	Dinero	La mejor atención legal
8	Cuero	Peleterías	Dinero	El mejor trabajo en cuero de la región

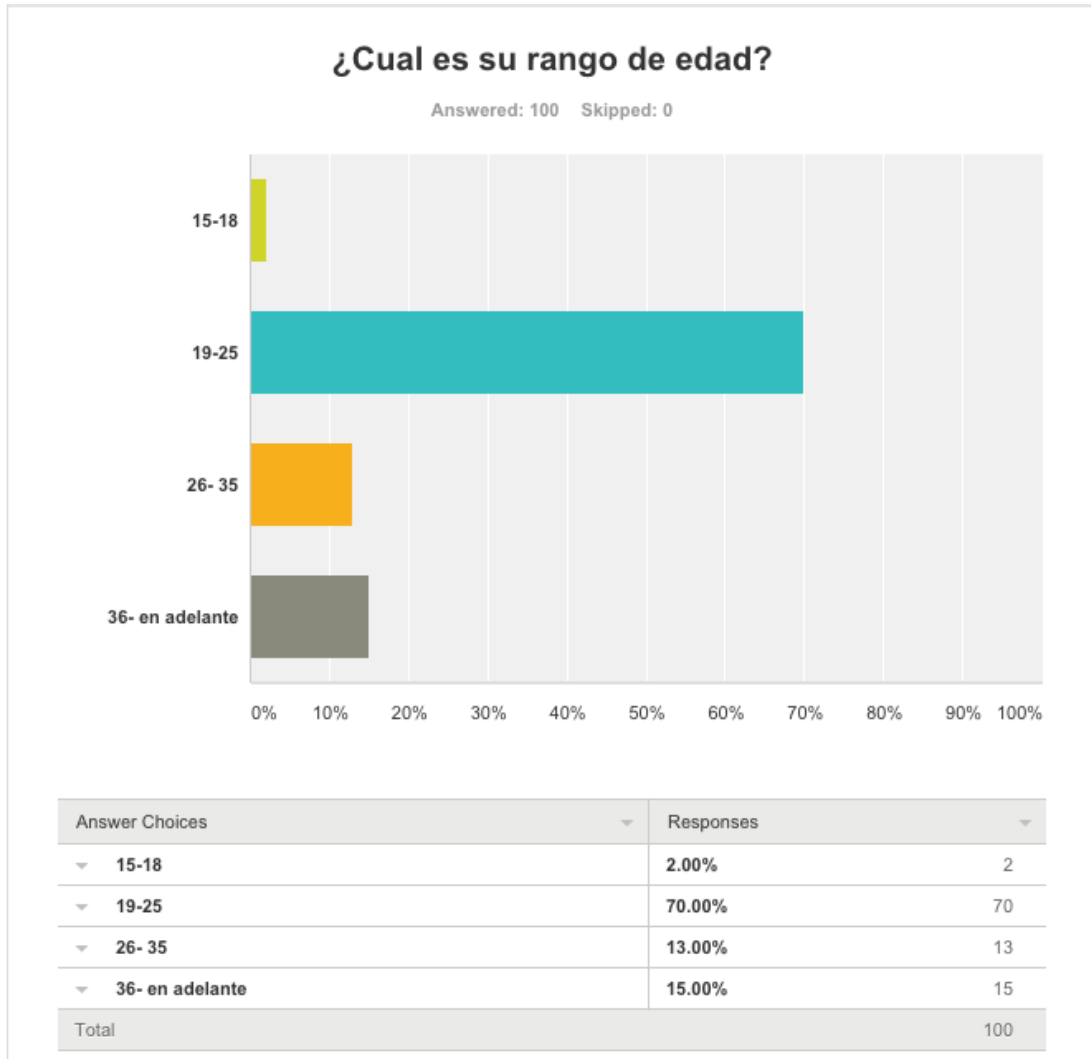


## VI. PRUEBA DE MERCADO Y APRENDIZAJE

Para fortalecer el caso de negocios, desarrollamos experimentos y pruebas de mercado que nos permitieron acumular más evidencia que el negocio va a funcionar.

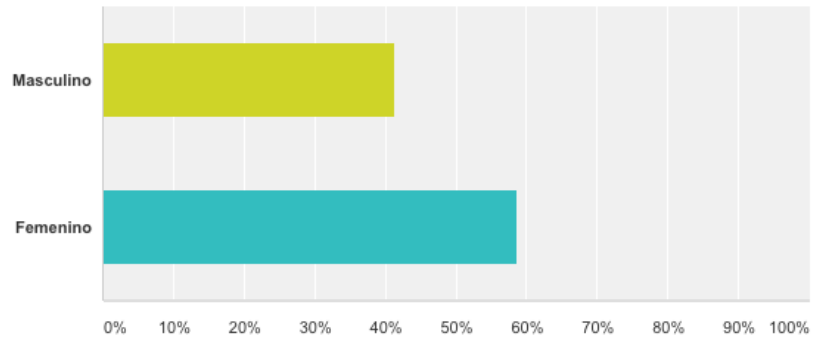
### A. Encuesta/Entrevistas

El primer experimento que hicimos fue realizar una encuesta con una muestra poblacional a través de survey monkey. El proceso que seguimos para recopilar la información que buscábamos fue analizar todas las gráficas y tablas de dicho programa gratuito y estos fueron los resultados:



## Sexo

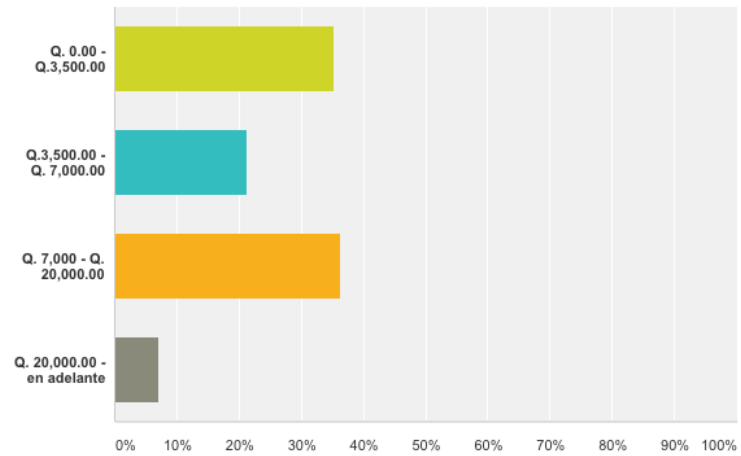
Answered: 99 Skipped: 1



Answer Choices	Responses	
▼ Masculino	41.41%	41
▼ Femenino	58.59%	58
Total		99

## Su rango de ingresos

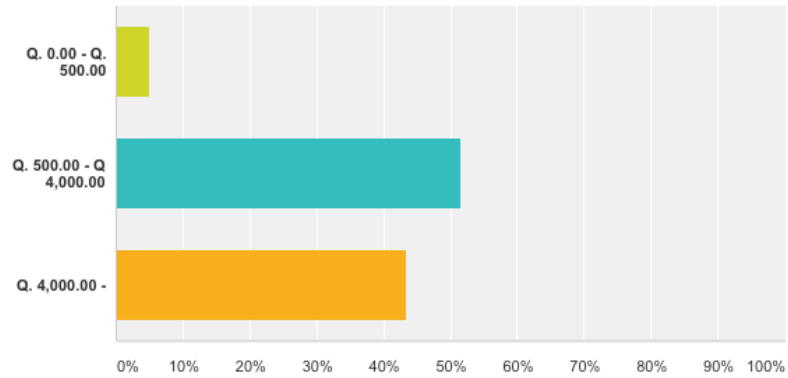
Answered: 99 Skipped: 1



Answer Choices	Responses	
▼ Q. 0.00 - Q. 3,500.00	35.35%	35
▼ Q. 3,500.00 - Q. 7,000.00	21.21%	21
▼ Q. 7,000 - Q. 20,000.00	36.36%	36
▼ Q. 20,000.00 - en adelante	7.07%	7
Total		99

### ¿Cuánto estima que se gasta en ropa anualmente?

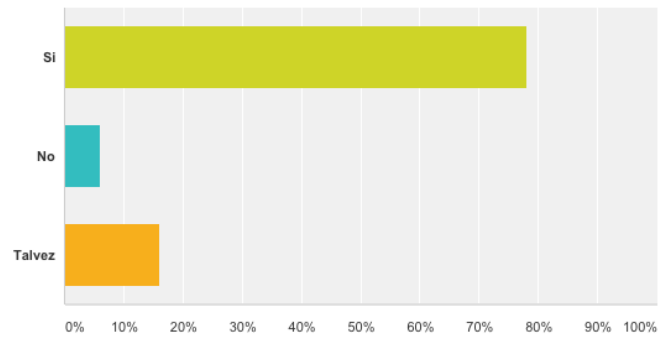
Answered: 99 Skipped: 1



Answer Choices	Responses
Q. 0.00 - Q. 500.00	5.05% 5
Q. 500.00 - Q. 4,000.00	51.52% 51
Q. 4,000.00 -	43.43% 43
Total	99

### ¿Compraría usted ropa con detalles de tela típica si esta fuera de su agrado?

Answered: 100 Skipped: 0



Answer Choices	Responses
Si	78.00% 78
No	6.00% 6
Talvez	16.00% 16
Total	100

**Si su respuesta en la pregunta 5 fue "No" ó "Talvez", especifique porque, si fue "Si", pase a la siguiente pregunta.**

Answered: 22 Skipped: 78

Responses (22) Text Analysis My Categories

**PRO FEATURE**  
 Use text analysis to search and categorize responses; see frequently-used words and phrases. To use Text Analysis, upgrade to a GOLD or PLATINUM plan.  
[Upgrade](#) [Learn more »](#)

Categorize as... Filter by Category Search responses

Showing 22 responses

- Porque no he visto algo que me agrada y isaria  
 10/21/2014 2:42 PM [View respondent's answers](#)

---

- No me gusta  
 10/21/2014 2:40 PM [View respondent's answers](#)

---

- Si es de mi agrado, obviamente la voy a comprar.  
 10/21/2014 2:32 PM [View respondent's answers](#)

---

- Solo si es algo que necesito en el momento  
 10/21/2014 2:15 PM [View respondent's answers](#)

---

- No me gusta  
 10/21/2014 2:05 PM [View respondent's answers](#)

---

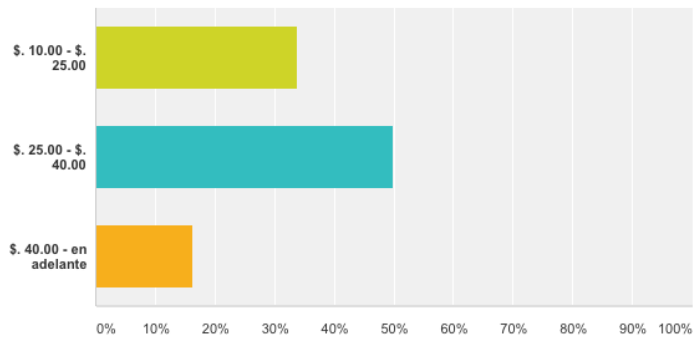
- depende de como sea el diseño de la prenda y que tanta tela típica tenga  
 10/21/2014 1:43 PM [View respondent's answers](#)

---

- La usaria poco  
 10/21/2014 1:25 PM [View respondent's answers](#)

**Si su respuesta fue "Si" en la pregunta 5, cuánto estaría dispuesto a pagar por una camisa con detalles típicos de su agrado.**

Answered: 80 Skipped: 20



Answer Choices	Responses
\$ 10.00 - \$ 25.00	33.75% 27
\$ 25.00 - \$ 40.00	50.00% 40
\$ 40.00 - en adelante	16.25% 13
Total	80

Los aprendizajes de este experimento relevantes para el diseño del negocio incluyen que con la muestra poblacional podemos llegar a apreciar que si existe un mercado para el tipo de negocio que Waram está realizando. Los encuestados piden que solo sean detalles de telas típicas o que sea leve la cantidad de tela típica por lo que todos nuestros diseños cumplen con las expectativas de nuestros futuros clientes.

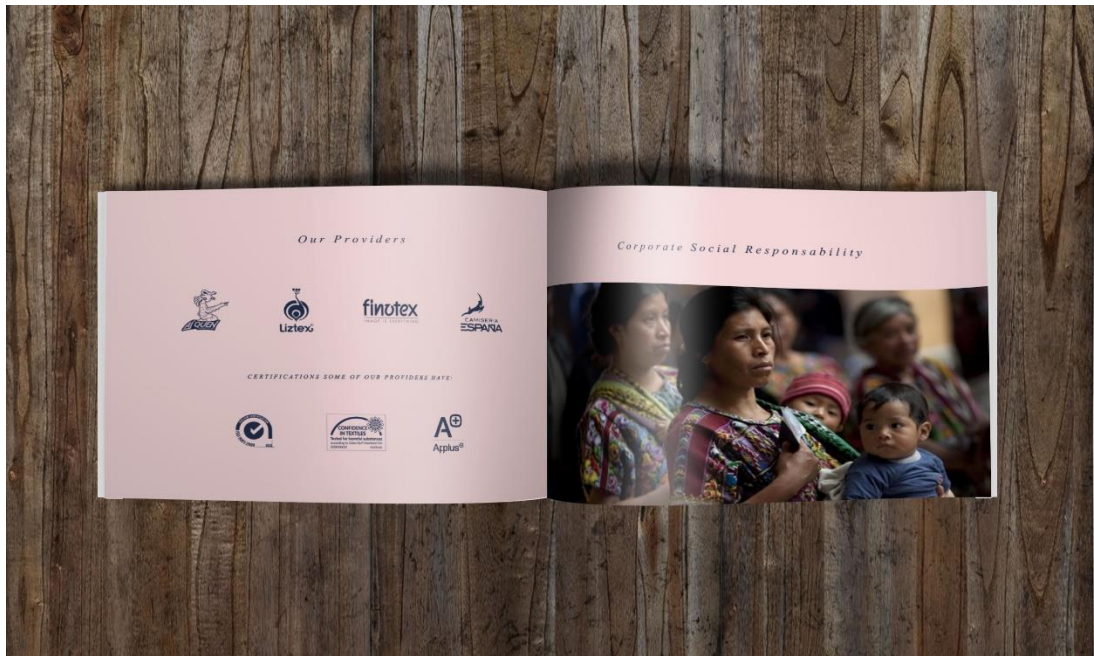
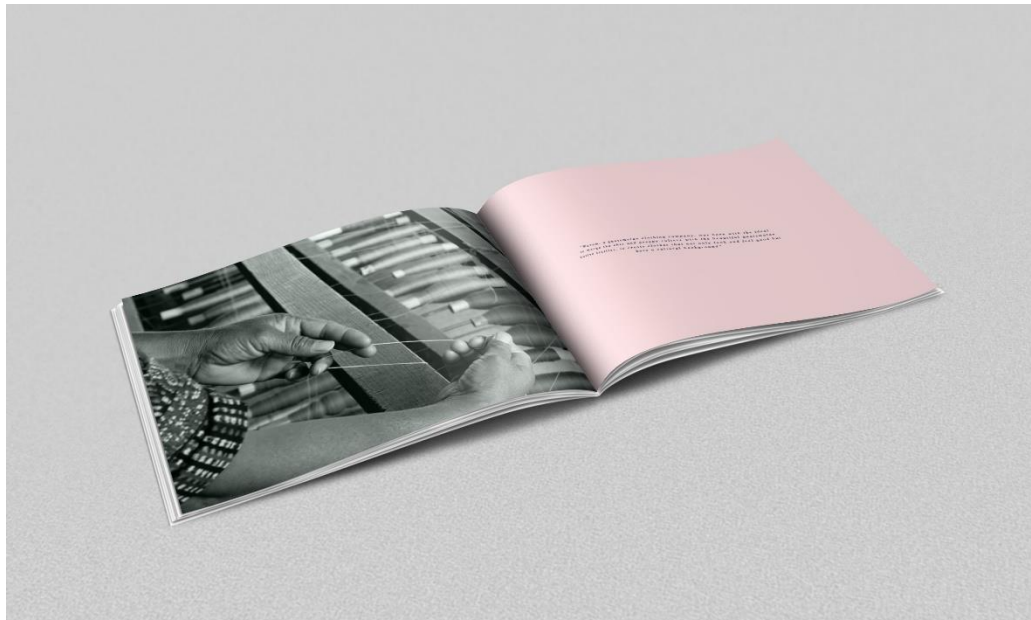
## **B. Prototipo/Diseño/Brochure**

El segundo experimento que desarrollamos fue realizar la primera muestra y al mismo tiempo realizar un brochure que podría llamar la atención de clientes y retailers. El proceso que seguimos para desarrollar el prototipo fue el siguiente:

- Diseños
- Compra de la tela típica
- Confección de Camiserías España
- Entrega de producto terminado

Los resultados de este esfuerzo muestran lo siguiente:







Los aprendizajes de este experimento relevantes para el diseño del negocio incluyen:

- Prototipos finales
- Brochure para clientes
- Brochure para Retailers
- Confeccionarías adecuadas
- Clientes prospecto

## VII. CONCLUSIONES

- ❖ La industria de ropa está en constante cambio y crecimiento. En la industria de la moda se tiene que estar innovando constantemente por lo que se debe de estar creando prototipos e irlos mejorando constantemente.
- ❖ El Buissines Model Canvas es una excelente ayuda para la estructuración de un negocio.
- ❖ Se necesita estar buscando aliados estratégicos para la elaboración de los productos ya que es necesario investigar previamente un mercado y las posibilidades de poder entrar a competir en el mismo, por lo mismo se debe analizar cuidadosamente a la competencia diariamente.
- ❖ Existe una cantidad muy grande de los diferentes tipos de telas para la realización de todo tipo de prenda y la combinación de los materiales con los que están producidas. Para la realización de la unión entre las telas típicas y las telas de las vestimentas es necesario que las telas típicas estén producidas con un cepillado, entretejido y teñido adecuado.
- ❖ Las telas típicas deben ser lavadas antes de la confección ya que algunos tipos de telas no se pueden utilizar porque destiñen al momento de ser lavadas.
- ❖ Es necesario estar avalado por la Agexport para poder exportar nuestros productos y también tener diferentes alternativas de envío para los productos.

## VIII. RECOMENDACIONES

- ❖ Aferrarse a una diseñadora de moda
- ❖ Estudiar los diferentes mercados y sectores de la moda
- ❖ Estar pendiente del cambio mundial o regional de la moda
- ❖ Estar atento a las exigencias de los clientes
- ❖ Cambiar de temporada consecutivamente
- ❖ Optar por buenas relaciones con proveedores
- ❖ Mantener un área laboral de respeto y honestidad
- ❖ Innovar en diseños
- ❖ Tener una visión de un año adelante del mercado a cómo puede ir cambiando la moda

## IX. REFERENCIAS CONSULTADAS

Empresas que nos instruyeron con información y aprendizaje:

- Agexport
- AMA
- AjQuen
- Mayotex
- Listex
- Camisería España
- La Roca
- Superibo
- Del Valle
- Daik Corp
- Vestex

Links para aprender un poco de como lanzar una línea de ropa:

- Chris Hadley (2014-2015). How to start a Clothing Line. California, EU.; <http://www.wikihow.com/Start-a-Clothing-Line>
- Jeanette Mulvey (2013-2015). How to start a Clothing Line. New York, EU.; Business New Daily. <http://www.businessnewsdaily.com/5147-how-to-start-clothing-line.html>
- Jon Cruse (2007-2015). How to start a Clothing Line. <http://www.howtostartaclothingcompany.com/>
- Rand Moz (2004-2015). How to build a great online fashion Brand. Seattle, EU.: Moz. <http://moz.com/ugc/how-to-build-a-great-online-fashion-brand-34-things-that-really-amazing-fashion-retailers-do>
- Joel Brown (2011-2015). 10 tips to start your own successful clothing line. Australia.: <http://addicted2success.com/success-advice/top-10-tips-on-starting-your-own-successful-clothing-line/>

Para promover la campaña de Indiegogo:

Indiegogo Campaign:

- Tanya Sahffer (2008-2015). 10 places to promote your indiegogo Project online. EU.: Indiegogo <https://blog.indiegogo.com/2010/09/10-places-to-promote-your-indiegogo-project-online.html>
- Salvador Briggman (2015). 30 people to promote your kickstarter or indiegogo campaign. EU.: Crowd Crux. <http://www.crowdcru.com/30-people-to-promote-your-kickstarter-or-indiegogo-campaign-to-on-twitter/>
- Salvador Briggman (2015). 6 websites to promote your kickstarter or indiegogo campaign. EU.: <http://www.crowdcru.com/6-websites-to-promote-your-kickstarter-indiegogo-or-crowdfunding-product-after-funding/>
- Indiegogog Marketing. EU.: Shmedia. <http://www.shmediamedia.com/kickstarter/indiegogo-marketing/>
- Therese Cator (2015). How to successfully fund your next kickstarter or indiegogo project. EU.: Cator social media. <http://www.catorsocialmedia.com/how-to-successfully-fund-your-next-kickstarter-or-indiegogo-project/>
- Cory Wilson (2014-2015). How to get your croudfunded indiegogo campaign to the top. New York, EU.: <http://www.wired.com/design/2012/10/how-to-get-your-crowdfunded-indiegogo-campaign-to-the-top/>

Artículos que apoyan la inversión en Guatemala:

- Virgin Records (1968-2015). The world's best start up hubs Guatemala City, Guatemala. New York, EU.: <http://www.virgin.com/entrepreneur/the-worlds-best-start-up-hubs-guatemala-city-guatemala>

Empresas que muestran la tendencia, información sobre el mercado y ayuda a realizar un modelo de negocios:

- We Connect Fashion
- Canvas Buissines Model Canvas

Exposiciones sobre telas:

- Expo Telas
- Mundo de Telas

## X. ANEXOS

### ✚ Telas tipo Jersey para la realización de camisas tipo T-shirt



### ✚ Telas tipo Pique para la realización de camisas tipo Polo



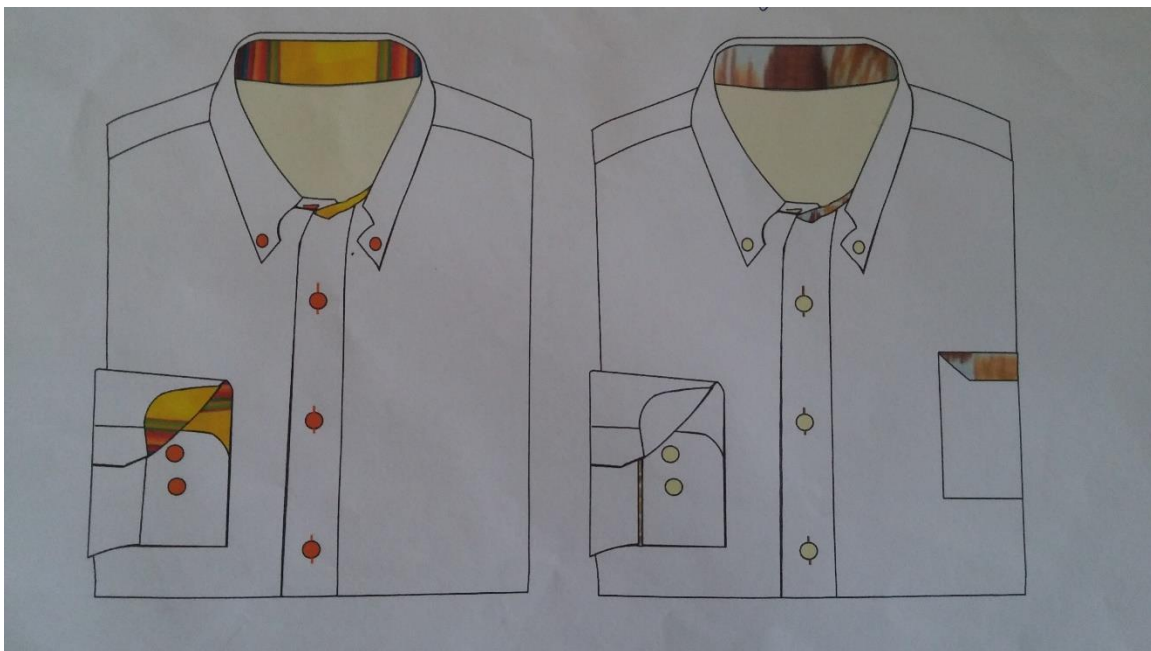
✚ Telas tipo Oxford, Oxford Italia, New Oxford y Oxford Canada para la realización de camisas de vestir

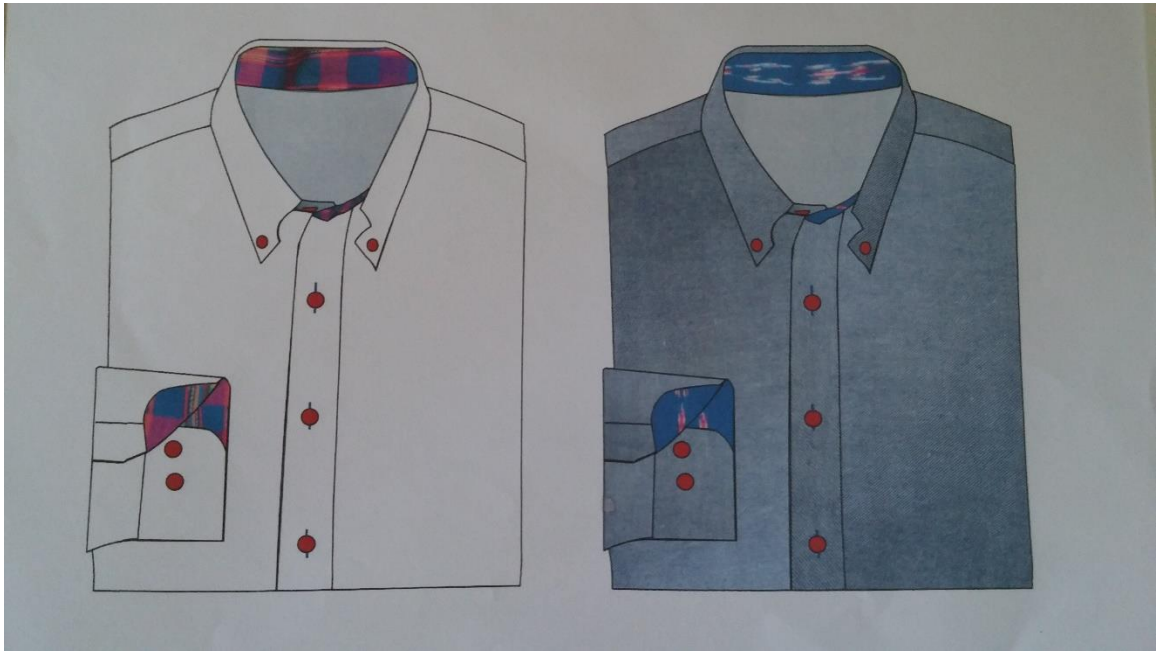


✚ **Telas Típicas para los detalles de los diferentes diseños de productos y accesorios**



✚ Diseños en papel de las camisas de vestir





🚦 Diseños en computadora



🚦 Logo



✚ Primera muestra





✚ Segundas Muestras






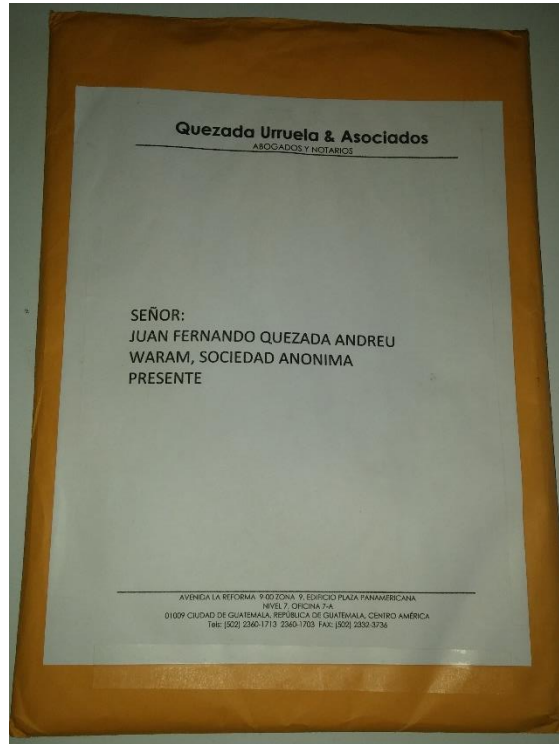




✚ Muestra final producto para ya vender



 **Sociedad constituida legal Waram S.A.**



7a. Avenida 7-51, Zona 4, Guatemala, C. A. Teléfono: 2331-0119

**Patente de Comercio de Sociedad**  
REGISTRO MERCANTIL DE LA REPUBLICA  
GUATEMALA, C. A.

No. 57173 -01/12  
Título: S-406608

La Sociedad  
WARAM, SOCIEDAD ANONIMA

Fue inscrita bajo el número de Registro 111516 Folio 608 Libro 205 de Sociedades

Expediente 17088 - 2014 Nacionalidad GUATEMALTECA

Inscripción Provisional Día 24 Mes MARZO Año 2014

Inscripción Definitiva Día 14 Mes ABRIL Año 2014

Dirección de la Entidad 19 AVENIDA 11-88 APTO H, ZONA 15, VISTA HERMOSA III, GUATEMALA, GUATEMALA

Objeto FABRICAR, DISTRIBUIR, COMERCIALIZAR, COMPRAR, VENDER, MANUFACTURAR, EXPORTACIÓN E IMPORTACIÓN DE MATERIAS PRIMAS PARA LA ELABORACIÓN DE ACCESORIOS DE VESTIR Y ROPA Y DE TODA CLASE DE BIENES Y PRODUCTOS RELACIONADOS; CELEBRAR NEGOCIOS CIVILES, MERCANTILES O INDUSTRIALES RELACIONADOS CON LOS FINES ANTERIORES O CON OTROS QUE DECIDA EL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN O EL ADMINISTRADOR ÚNICO, EN SU CASO; ADQUIRIR, NEGOCIAR Y DISPONER DE BIENES INMUEBLES Y OTROS QUE CONSTAN EN LA ESCRITURA SOCIAL.

MERCANTIL

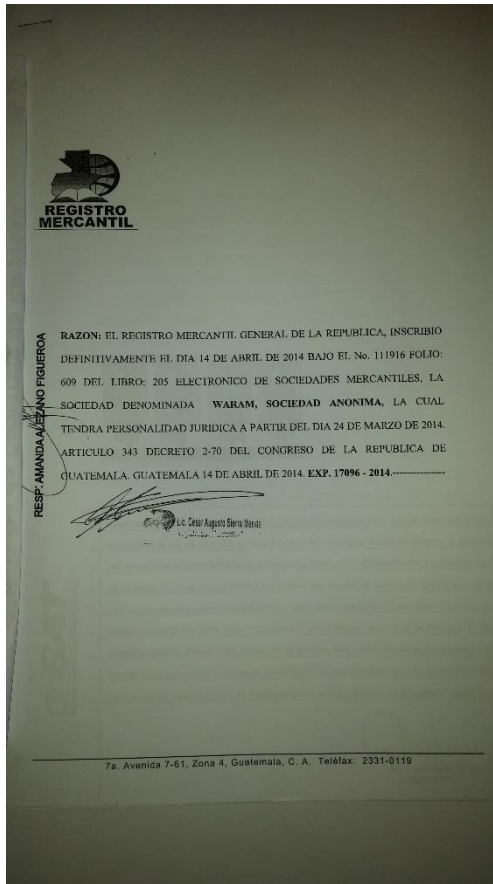
Fecha de emisión de esta Patente: Guatemala 25 de ABRIL de 2014.

HECHO POR: AMANDA ALEZANDRO  
Pagado realizado según Boleta No. 57173-146624

Registrador Mercantil General de la República  
Lic. César Augusto Sastre Huelga  
Registrador Mercantil Auxiliar

NOTA: Esta patente deberá ser colocada en lugar visible.

19 12



 **Alianzas**





Catálogo / Catalogue



**TRIBU STORE**  
 2a. Avenida Sur #21, Antigua Guatemala  
 Tel: 7832-2651 / Cel: 5729-7150  
 tribu@tribu.com  
 tribu.ig@gmail.com  
 tribu.ig  
 tribu Antigua

"Arregalé el look" SS14 by TRIBU  
**Photographer:** Jovellier Guerra - Makacore Photo  
**Pro Make up artist:** Moberi Colindren  
**Pro Hairdresser:** Sabrina Gomez  
**Styling & Creative Director:** Rocio Escobar  
**Models:** Carlisa Contreras & Isabel Martinez



