

**PLAN DE NEGOCIOS TIENDA ESPECIALIZADA
PARA PERSONAS ZURDAS “LA IZQUIERDA”**

**MARIA JIMENA BOBADILLA FALLA
GABRIELA ENRIQUEZ ERAZO
PAULA ANDREA POMBO BETANCOURT**

**FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS-ADMINISTRATIVAS
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE MERCADEO
BOGOTÁ, D.C.,
2010**

**PLAN DE NEGOCIOS TIENDA ESPECIALIZADA
PARA PERSONAS ZURDAS “LA IZQUIERDA”**

**MARIA JIMENA BOBADILLA FALLA
GABRIELA ENRIQUEZ ERAZO
PAULA ANDREA POMBO BETANCOURT**

**Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Especialista en
Gerencia de Mercadeo.**

DIEGO EFREN NARVAEZ ABRIL

**FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS-ADMINISTRATIVAS
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE MERCADEO
BOGOTÁ, D.C.
2010**

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN.....	8
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	9
2.1. Título del Proyecto	9
Subtítulo:	9
1.2 Selección y formulación del problema	9
3. OBJETIVOS	10
3.1. Objetivo general.....	10
3.2. Objetivos específicos.....	10
4. EVALUACIÓN DEL PROYECTO	11
5. PRODUCTO	12
5.1. Brand profile.....	12
5.2. Brand positioning statement.....	13
6. ANÁLISIS DE ATRACTIVIDAD Y FACTIBILIDAD.....	23
6.1. Posicionamiento:.....	23
7. ESTRATEGIA DE PRECIO	25
8. ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	27
8.1. Generación brand awareness:	27
9. ESTRATEGIA DE CONSIDERACIÓN Y COMPROMISO	28
10. ESTRATEGIA DE CONVERSIÓN – COMPRA	30
11. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN O COVERTURA	31
11.2 lugar en cual se va a ubicar la tienda:	31
11.2 Que se va a vender:.....	32
10.3 Como se va a vender:	33
11.4 Como se va a surtir el punto:	35
12. POLITICA DE SERVICIO	38

12.1 Estrategia de servicio:	38
12.2 Procesos – sistemas – infraestructura:	38
12.3 Gente o talento humano:.....	39
12.4 Capacitación del personal:	39
12.5 Capacitaciones trimestrales en:	39
12.6 El cliente:	40
13. PYG	41
14. FICHA TÉCNICA.....	44

ÍNDICE DE GRÁFICAS

1. Productos de referencia (zurdos)
2. Productos de referencia (diestros)
3. Presupuesto para compra (diestros)
4. Presupuesto para compra (zurdos)
5. Ubicación de la tienda (diestros)
6. Ubicación de la tienda (zurdos)
7. Objetos que requieren ser adaptados (diestros)
8. Objetos que requieren ser adaptados (zurdos)
9. Frecuencia de visita (diestros)
10. Frecuencia de visita (zurdos)
11. Rotación de productos (diestros)
12. Rotación de productos (zurdos)

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1: Formato de encuesta

ANEXO 2: Desarrollo de encuestas

ANEXO 3: Tabla de resultados de encuestas

ANEXO 4: Lista de precios para toma de costos y soporte.

ANEXO 5: Soporte comunicaciones.

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Brand Profile

Tabla 2: Análisis de atractividad y factibilidad

Tabla 3: P y G

Tabla 4: Lista de precios de costo

Tabla 4: Ficha técnica

1. INTRODUCCIÓN

El presente documento contiene información correspondiente a la investigación realizada en campo a personas con lateralidad izquierda y derecha, que arrojó datos para validar la conformación del plan de negocios que consiste en una Tienda para Zurdos llamada “la Izquierda”, un modelo de negocio enfocado a satisfacer las necesidades de las personas Zurdas que no cuentan con los suficientes accesorios que garantizan su comodidad y que permiten desarrollar su lateralidad y su personalidad.

La investigación validó información para determinar marca, ubicación de la tienda, presupuesto, interés de las personas con lateralidad zurda y diestra, además de suministrar información sobre que quieren las personas zurdas.

Lo anterior para tener el marketing mix y poder crear el plan de negocios con datos cuantitativos y cualitativos.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

2.1. TITULO DEL PROYECTO

“PLAN DE NEGOCIOS PARA TIENDA ESPECIALIZADA EN PRODUCTOS PARA ZURDOS”.

Subtítulo:

Suplir la necesidad de los zurdos en un mundo diseñado totalmente para diestros, donde encuentren en la tienda todas las alternativas necesarias en artículos y accesorios diseñados para que la persona zurda mejore su calidad de vida.

1.2 Selección y formulación del problema

Al ver la necesidad y dificultad que sufren las personas con lateralidad izquierda en el uso de diferentes objetos diseñados para personas diestras, se evidencia que existe un mercado no explorado que permitirá con la generación de marca, ofrecer alternativas para cubrir sus necesidades y posicionar que los zurdos también tienen derecho a tener los accesorios necesarios para realizar las actividades cotidianas cómodamente¹.

¹www.solucionesyproductosparazurdos.com

3. OBJETIVOS

3.1. Objetivo general

Conformar un modelo de negocio para la venta de artículos y productos para el 11% de la población zurda existente en Colombia.

3.2. Objetivos específicos

Posicionamiento de la marca “La Izquierda” de accesorios para Zurdos en una tienda ubicada en Bogotá.

Penetración del mercado del 30% de las personas Zurdas en un término de 3 años.

Impactar al 3% de la población Zurda en Latinoamérica

Generar un modelo de negocio rentable, alcanzando el punto de equilibrio en 1 año.

4. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

Brindarle a hombres y mujeres zurdos un lugar donde puedan encontrar diferentes artículos de uso cotidiano, ya que viven en desventaja y no se está cubriendo su necesidad de tener objetos de uso diario, aquí se identifica un nicho de mercado interesante que puede generar un negocio potencial, ya que en Colombia no se encuentra ninguna tienda que ofrezca este tipo de artículos.

Se ven algunas desventajas ya que la población de adultos zurdos ha tenido que adaptarse al mundo de los diestros, y muchas veces ellos han tenido que restringirse y simplemente usar los objetos que tienen el diseño contrario al uso que se les debería dar y esto puede suponer que ellos ya están totalmente adaptados a estos productos, sin embargo actualmente existe mayor conciencia social acerca de estos grupos pequeños de personas, por tal motivo este plan de negocios pretende ubicarse como un producto innovador que se integre en este mercado, que pueda cumplir las necesidades básicas y que genere en los clientes una mayor inclusión en la sociedad en la cual están².


²http://www.zurdos.cl/que_significa.html

5. PRODUCTO

5.1. BRAND PROFILE

- **Marca:** La Izquierda
- **Target:** hombres y mujeres con lateralidad izquierda, de nivel socioeconómico alto y medio- alto, que quieran adquirir nuevos productos con los cuales se sienta cómodo y con un diseño exclusivo.
- **Promesa funcional:** Tienda exclusiva donde se van a encontrar objetos diseñados para lateralidad izquierda.
- **Promesa emocional:** “Para mi comodidad”, “Es lo que estaba buscando”

Tabla No. 1
Nombre: Brand Profile

	DESEMPEÑO	IMÁGENES Y VALORES	SÍMBOLOS Y ASOCIACIONES
RESPALDO DE MARCA	Marca que evoca Diseño y una lugar único para zurdos		"Una Tienda para Zurdos con todos los Derechos"
CALIDAD	Productos adaptados para lateralidad con diseño. Producto con los beneficios para desempeñar actividades en diferentes lugares como hogar, colegio, oficina, y cocina.		

Fuente: Elaboración propia.

5.2. BRAND POSITIONING STATEMENT

- **Audience: TO:** Niños, hombres y mujeres con edades entre los 5 a los 50 años, de nivel socioeconómico alto y medio- alto, que quieran adquirir nuevos productos con exclusivos diseños para zurdos.
- **CoreNeed: WHO NEED:** Objetos que permitan adaptarse mejor a las persona zurdas.
- **Brand: IS THE:** La Izquierda
- **Frame of Reference:**El desarrollo de un negocio tan especializado como una tienda de accesorios para zurdos, requiere un conocimiento a profundidad de la necesidad que está cubriendo, y para ello, se debe estudiar y analizar todo el universo de necesidades con las cuales las personas zurdas han tenido que desarrollarse en un medio para diestros.

Este es el punto de partida, cubrir la necesidad anulada por ausencia de elementos que les permitan a los Zurdos realizar cualquier tipo de actividad de una manera normal y la clave para el éxito del negocio es la “**creatividad para crear las soluciones**”³

La primera tienda física y on-line del mundo⁴

Left handed – (United Kingdom)



Es la primera tienda especializada en el mundo de accesorios, información e implementos para zurdos fundada en el año de **1968**; Ubicada en el Centro de Londres, fue un espacio no solo par venta de productos sino también como oficina de correo postal, además de convertirse en una “sede social” fue un punto de encuentro para personas zurdas y desde **1999** con la

³<http://www.1000ideasdenegocios.com/2010/04/productos-para-zurdos-soluciones.html>

⁴<http://www.anythingleft-handed.co.uk/>

llegada del Internet, la demanda del negocio les permitió iniciar la venta y distribución de sus productos on-line.

También por ese mismo año conformaron el **Left-Handers Club**, un espacio gratuito para mantener informados a los socios sobre nuevos productos o recibir inquietudes para mantenerse en continuo desarrollo.



Para el año 1994, tuvieron que alquilar nuevos locales para almacenar su inventario e implementaron un nuevo sistema informativo de red.

En la actualidad, y desde el año 2006 su bodega y oficinas de servicio al cliente se encuentra en Witney, Oxfordshire, no es una tienda abierta al público, manejan desde su sede la venta y distribución de sus productos vía internet. También cuentan con una red de distribución directa desde Estados Unidos y Australia.

La compañía maneja un registro con el Reino Unido para la protección de datos, entre otros registros que formalizan el negocio, además su plan de medios lo realizan a través de medios de comunicación representativos del país y en todo el mundo obteniendo excelentes resultados.

El modelo de negocio que maneja Left-Handed es por medio de la venta de sus artículos e información relacionada con el mundo de los zurdos vía internet, ofreciendo sus productos y servicios a través de la página web, con un sistema de pagos con tarjeta de crédito y con toda la logística para entregar el producto en cualquier país del mundo, solo se necesita registrarse en la página y realizar la compra como en cualquier portal de internet.

Otras tiendas virtuales

El Comercio Electrónico (e-Commerce, B2C), muy de moda en la actualidad es la compra y venta de bienes y servicios a través de Sitios Web en el Internet que le ha permitido a las empresas comercializadoras de artículos para Zurdos ser su aliado estratégico al momento de comercializar, promocionar y vender sus productos, no solo en su país de origen sino a nivel mundial.

Por esta razón hemos encontrado varias tiendas especializadas con ventas principalmente vía internet, y cuentan con plataformas lo suficientemente robustas para realizar la promoción de sus artículos a través de la “Tienda Virtual”, transacciones financieras o procesos de pago en línea con tarjeta de crédito y procedimientos de despachos.

"El Comercio Electrónico es la aplicación de avanzadas tecnologías de información para incrementar la eficiencia y efectividad de las relaciones de negocios entre socios comerciales".(Tomado de la web

<http://www.informaticamilenium.com.mx/paginas/mn/articulo20.htm>)

Zurdo tienda – Lima (Perú)⁵



Es la primera distribuidora online del Perú especializada en productos para zurdos. Los pedidos se hacen fácilmente por internet y no es necesario realizar ningún pago previo

⁵www.zurdotienda.com

online. Sólo se requiere indicar los artículos de interés en la web y se los envían por delivery.

ZurdoTienda con una gran experiencia en la comercialización -distribución de artículos para personas zurdas. Entre los productos destacan sacapuntas al espejo, tijeras de corte inverso, reglas con numeración invertida, correctores de escritura y -sobre todo- la línea de bolígrafos ergonómicos Yoropen, a la cual aplican los mayores descuentos por tener una gran demanda en este creciente mercado.

Zur – Buenos Aires (Argentina)⁶



Es una empresa joven, diferente, proyectada al desarrollo nacional e internacional, a través de la venta de accesorios y artículos para Zurdos por medio de la página web (e-commerce) principalmente y manejan una red de 6 distribuidores con tiendas físicas en ciudades aledañas a Buenos Aires.

El mecanismo de venta de esta empresa se realiza por medio del catálogo on-line, manejan sistemas de pago con tarjeta de crédito y lo envían a cualquier lugar del mundo.

ZURDOTECA – SANTIAGO (CHILE)⁷



⁶www.zur.com.ar

Es la primera tienda para Zurdos en Chile y en la actualidad cuenta con 8 puntos de venta y la empresa está en constante búsqueda de alianzas con librerías y papelerías para comercializar todo su catálogo de productos.

También maneja sistema de E-Commerce a través de su portal por Internet.

MANOZURDA – MADRID (ESPAÑA)⁸



El objetivo de esta tienda especializada según ellos es demasiado ambiciosos porque buscan suministrar productos para zurdos a precios bajos, filosofía que los ha llevado restringirse en procesos de divulgación, donde no manejan catálogos impresos, cobran los gastos de envío, la publicidad que realizan es mínima, suben de precios de acuerdo a las negociaciones con los proveedores y no hacen descuentos.⁷

Las barreras que ManoZurda le ha encontrado al negocio y lo ha hecho replantear su esquema de oferta son las siguientes:⁸



- Hay pocos fabricantes que consideren rentable los artículos para zurdos.
- La maquinaria debe adaptarse.
- La producción de cada artículo es más baja.

⁷<http://www.zurdoteca.cl/>

⁸<http://www.manozurda.es/index.html>

- En muchos casos son productos importados.
- La demanda es baja.
- La sociedad no tiene en cuenta las necesidades específicas de los zurdos.

Presto a las barreras anteriormente mencionadas y el modelo de negocio establecido ha hecho que este punto de venta ubicado en Madrid (España) se haya mantenido.

Su estrategia de ventas está enfocada de así:

- Venta al público directamente en la tienda.
- Venta a colegios y organismos oficiales y empresas: se hace el pedido por correo electrónico, se registra la empresa y se envía.

Otros SITIOS web

Corresponden a otras páginas de Market Place, que ofrecen entre otros productos, artículos para zurdos nuevos o usados.

www.gizmos.es/.../accesorios/razer-presenta-un-raton-de-gaming-para-zurdos/

www.priceminister.es/.../Mando-Ps2-Para-Zurdos-Accesorios.html

[www.aceros-de-hispania.com/tijeras-tres-claveles.asp?.](http://www.aceros-de-hispania.com/tijeras-tres-claveles.asp?)

<http://listado.mercadolibre.com.co/Tijeras-Para-Zurdos>

Páginas que ofrecen diferentes artículos para Zurdos nuevos o usados, se compran por el portal y se entregan a domicilio.

Tienda especializada para Zurdos en Colombia

Dentro de Colombia no existe una tienda especializada para zurdos, sin embargo existen varias tiendas en el sector como tiendas especializadas.

FINOLINO:

Es una empresa con 9 años especializada en artículos de hogar de alta calidad y diseño a un precio muy favorable. En la actualidad hay 5 tiendas muy exitosas en la ciudad de

Bogotá y Medellín. Diseñamos y producimos nuestras colecciones. Importamos de Europa y oriente. Nuestra marca goza de solidez y prestigio reconocido.

Las tiendas están conformadas por cuatro mundos: Comedor, Sala, Alcoba y Baño, donde se encuentran contextualizadas nuestras colecciones. El cliente encuentra una amplia variedad de artículos de regalo y hogar con un rango de precios muy amplio. Finolino presta asesoría y capacitación continua a sus franquiciados en temas administrativos, ventas y manejo de producto. El apoyo va desde la ubicación y selección del local, el diseño arquitectónico, mobiliario, imagen corporativa, formación del personal, apoyo en el lanzamiento, diseño de la campaña publicitaria, entrega de manual de franquicia y manual de gestión.

INKANTA DESIGN STORE:

Estibol S.A. es una empresa con 25 años de experiencia en la representación exclusiva para Colombia de las más importantes y reconocidas marcas del mundo de instrumentos de escritura, llaveros, relojes, billeteras, accesorios personales, oficina y hogar.

La principal tarea de la empresa ha sido desarrollar un formato denominado “INKANTA DesignStore”, apalancados en el excelente Top of Mind de la marca de escritura alemana LAMY, posicionada como líder en el mercado, sinónimo de diseño, calidad, estilo, funcionalidad y buen precio.

El cliente podrá encontrar importantes marcas como: Lamy, Troika, Lexon, Alessi watches, EvaSolo, Phillipi y J-fold, entre otras; logrando encontrar un negocio rentable y cautivador que permite ser renovado a sí mismo; una propuesta exitosa para clientes de poder adquisitivo Medio-Alto y Alto, que encontrarán las mejores marcas del diseño mundial en un mismo lugar, con precios razonables y competitivos en el mercado internacional.

El éxito del negocio radica en una estructura sólida de profesionales con amplia experiencia en retail, que han hecho de INKANTA un líder en su categoría, con crecimientos satisfactorios desde su estructuración, en donde la primera obligación del franquiciado es seguir los lineamientos que le darán el éxito al negocio.

Recientemente ha sido inaugurada en las principales ciudades Colombianas una nueva línea de tiendas especializadas en vender productos para personas que aman el diseño, el estilo y la calidad de vida; InkantaDesign reúne productos de diseño industrial, grafico y de arquitectura de grandes diseñadores en todo el mundo, para venderlos en un solo lugar; muchos de ellos han sido premiados en los principales escenarios del diseño mundial.

Esta tienda especializada, se ubica en las zonas de la ciudad con mejor posición económica y está orientada a clientes con cierto nivel académico y cultural, (por supuesto) por que deben ser clientes que entiendan y valoren el diseño profesional.

Para muchos emprendedores e incluso inversores, este tipo de negocio especializado sería muy poco realista y no muy rentable, si tenemos en cuenta la gran inversión que representaría comprar solo productos de diseñadores famosos, y lo difícil que sería caracterizar al cliente final y definir los grupos de interés.

Pero si lo vemos como el éxito en que las tiendas se vienen convirtiendo, podemos darnos cuenta que son un excelente ejemplo de planeación comercial y mercadeo estratégico; Nos demuestran cómo pueden proyectarse, mercados para clientes con alto poder adquisitivo y con conocimientos socioculturales más sofisticados; También, son una importante lección que nos enseña cómo interpretar el desarrollo de una región a favor de una nueva idea de negocios; la aparición de estas tiendas en Colombia no es gratuita, el país ha venido creciendo en su nivel cultural en los últimos 10 años, ya existen academias reconocidas de diseño industrial, grafico y arquitectónico, importantes escenarios de cultura como el festival internacional de teatro y grandes eventos de moda

mundial y latinoamericana que se organizan cada año; todo esto ha permitido la entrada de influencias internacionales (estéticas, económicas, de moda, etc) que han logrado refinar el conocimiento de los compradores sobre productos y servicios, y han contribuido a especializar sus gustos y preferencias.

De modo que si algún día se pensó en tener la oportunidad de negocio para montar una tienda con estas características, por supuesto que el escenario más fértil para su desarrollo debía estar en Colombia.

Es admirable la visión empresarial que tienen detrás estas tiendas, no es fácil apostar por ganar en mercados especializados de estas características y menos, en países latinoamericanos. InkantaDesignes un ejemplo de cómo se pueden crear nuevos escenarios comerciales, diseñados especialmente para clientes con alto estilo de vida y buena posición económica, sin miedo a las altas inversiones o a las diferencias socioculturales que pueden presentarse en los mercados.

SPORT BIKE:

Es una compañía Antioqueña creada en el año 1.992, con el fin de comercializar productos deportivos especializados en el sector de las bicicletas.

En el año de 1.995 se crearon puntos de venta directos en las principales ciudades del país, como sistema de franquicias, unificando nuestros puntos de venta con el nombre de BIKE HOUSE. Esta estrategia de mercadeo innovadora y pionera permitió la consolidación como la empresa líder en ventas de bicicletas de alta gama.

Tenemos la representación exclusiva para Colombia de las marcas con mayor trayectoria en la industria del ciclismo mundial tales como:

- TREK – BELL SPORT – KLEIN – GARY FISHER

Las anteriores marcas reconocidas a nivel mundial son las coapatrocinadoras del mejor ciclista “LANCEARMSTRONG” cinco veces campeón del TOUR DE FRANCIA

- Point of Difference: WHICH: Única tienda física especializa en objetos para zurdos en Colombia y América Latina.
- Suporté: BECAUSE ONLY: Primera empresa colombiana, con objetos de alta calidad para personas zurdas.

6. ANÁLISIS DE ATRACTIVIDAD Y FACTIBILIDAD

Tabla No. 2

Nombre: Análisis de atractividad y factibilidad.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	MUY BIEN	BIEN	DEBIL	MUY DEBIL
TENDENCIA DEL MERCADO	Naciente	Creciente	Estable	Declive
VIDA DEL PRODUCTO	10 años y +	5 a 10 años	3 a 5 años	1 a 3 años
VELOCIDAD DE DIFUSION	Muy rapida	Bastante rapida	Bastante lenta	Muy lenta
TAMAÑO DEL MERCADO POTENCIAL	Mas de 10 mil Unid	10 a 5 mil unid	5 a 1 mil unid	Menos de 1 mil unid
NECESIDAD DE CONSUMIDORES	Necesidad no encontrada	Necesidad mal encontrada	Nec. Bien encontrada	Nec. Muy bien encontrada
ACOGIDA DE LA DISTRIBUCION	Entusiasta	Positiva	Neutra	Reciente
APOYO DE PUBLICIDAD	Escasa	Poco Importante	Importante	Muy importante
ACCESO A MERCADO	Muy facil	Facil	Difícil	Muy difícil

Fuente: Elaboración propia.

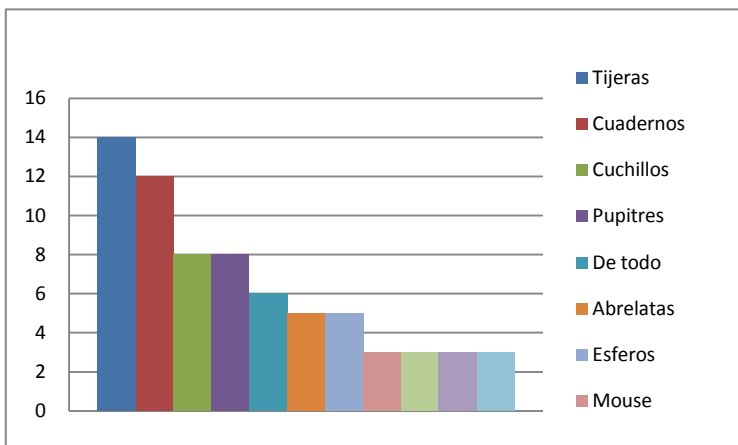
6.1. POSICIONAMIENTO:

Dentro de la tienda se tendrán objetos para cada una de las aéreas de interés del consumidor como son artículos de hogar, artículos para oficina, universidad o colegio, objetos para cocina, esta está dividida por cada una de las secciones y tendrá una sección especial donde se encontraran objetos novedosos, ya que todos los posibles consumidores y clientes de la tienda buscan encontrar cosas o artículos diferentes.

Línea oficina/hogar: esferos, plumas, cuadernos, libretas, reglas, tajalápiz, cartucheras, maletines, loncheras, mouse, teclados y pupitres para niños tijeras, metros

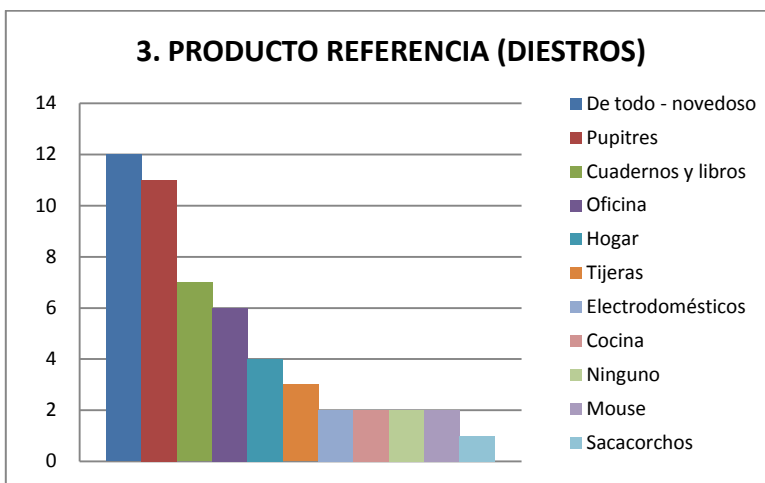
Línea Cocina: esta cubiertos, ábrela talas, saca corchos, coge ollas, mugs, peladores.

Grafica 1: Productos de referencia zurdos.



Fuente: Elaboración propia con base en encuesta de este estudio.

Grafica 2: Productos de referencia diestros.



Fuente: Elaboración propia con base en encuesta de este estudio.

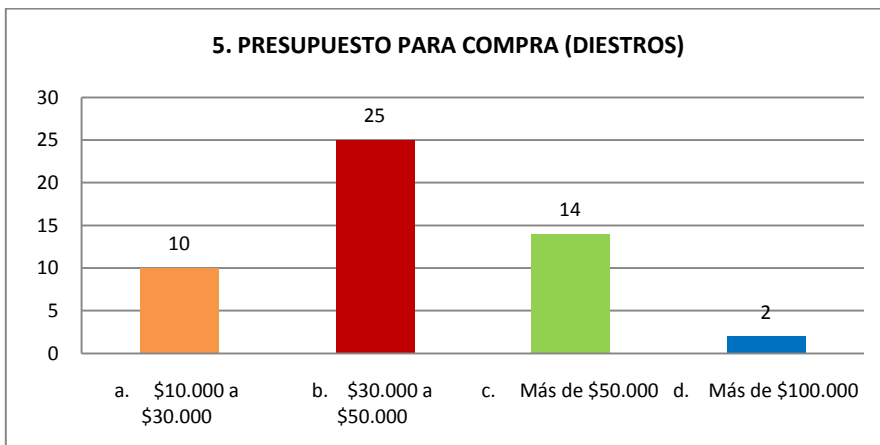
7. ESTRATEGIA DE PRECIO

La intención de compra dentro de las personas zurdas encuestadas muestra un 81% de intención de compra, lo que muestra que las personas zurdas definitivamente si comprarían en la tienda.

Dentro del presupuesto que se maneja se había establecido un precio alto para los productos dentro de los resultado de las encuestas se encuentra que están más atraídos por un precio, medio, sin embargo dentro de la oferta de los diferentes objetos que tiene la tienda se encontrara un amplio rango de valores.

Al ser objetos únicos y con diseño se establece que la estrategia de precio está basada en productos de calidad ALTA y el PRECIO alto.

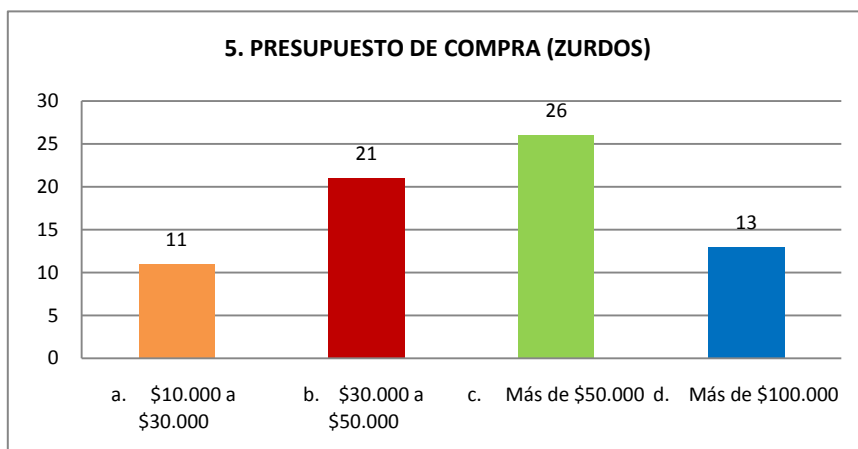
Grafica 3: presupuesto para compra diestros.



Fuente: Elaboración propia con base en encuesta de este estudio.

El 49,02% de las personas Diestras invertirían **entre \$30 y \$50 mil pesos** cada vez que ingresen al establecimiento.

Grafica 4: Presupuesto de compra zurdos.



Fuente: Elaboración propia con base en encuesta de este estudio.

El 36,62% de las personas Zurdas invertirían **más de \$50 mil pesos** cada vez que ingresen al establecimiento.

Fuente: Elaboración propia, encuesta a personas zurdas, (2010, 10 de octubre), Bogotá, entrevistados por investigadoras

8. ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

8.1. GENERACIÓN BRAND AWARENESS:

- Vehículo o Herramienta: Internet

Acción:

Motores de Búsqueda: Google, Alta vista, Lycos por medio de palabras claves como, zurdos, izquierda, tienda para zurdos, productos para zurdos etc.

Pop ups: en diferentes páginas de internet: redes sociales (facebook y Twitter), correo electrónico (Hotmail, Gmail, Yahoo) etc.

Blogging: crear un blog donde participen personas zurdas, así podremos conocer sus opiniones y pensamientos acerca del tema y de la tienda.

Se hará uso de esta herramienta para dar a conocer que existe una tienda especializada en productos para personas zurdas en Colombia se hará uso de esta herramienta.

- Vehículo o Herramienta: TV

Acción:

Free Press

Se realizará una nota en el programa Estilo RCN del lanzamiento de una nueva tienda especializada en productos para zurdos, todo esto para dar a conocer su existencia en el país.

- Vehículo o Herramienta: Revista

Acción:

Artículos Free Press

Se buscará generar artículos en revistas como CARAS, TV y Novelas y Cosmopolitan sobre el lanzamiento de una nueva tienda especializada en productos para zurdos, donde serán invitados diferentes líderes (Zurdos) y habrá fotografías del evento.

9. ESTRATEGIA DE CONSIDERACIÓN Y COMPROMISO

- Vehículo o Herramienta: Internet

Acción:

Página Web www.laizquierda.com

Donde se podrá encontrar toda la información acerca de la tienda y toda la línea de productos. Se encontrara un link para contacto de clientes o entidades interesadas en los productos.

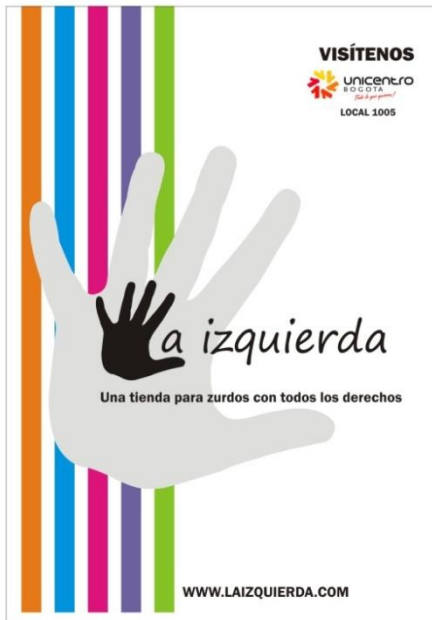


- Vehículo o Herramienta: TV

Acción:

Free Press Estilo RCN, invitación a la tienda y demostración de productos, en el lanzamiento de la tienda, y en actividades especiales que se realicen en la tienda.

Material promocional:



10. ESTRATEGIA DE CONVERSIÓN – COMPRA

La tienda será diseñada y/o adaptada para personas zurdas.

La exhibición del producto se va a manejar con exhibidores transparentes con luz directa para resaltar el producto, ubicados por secciones y distribuidos en diferentes partes del local de acuerdo al grado de interés que las personas manifestaron en la investigación.

Los vendedores de la tienda serán personas zurdas.

Estrategias para activar en el punto:

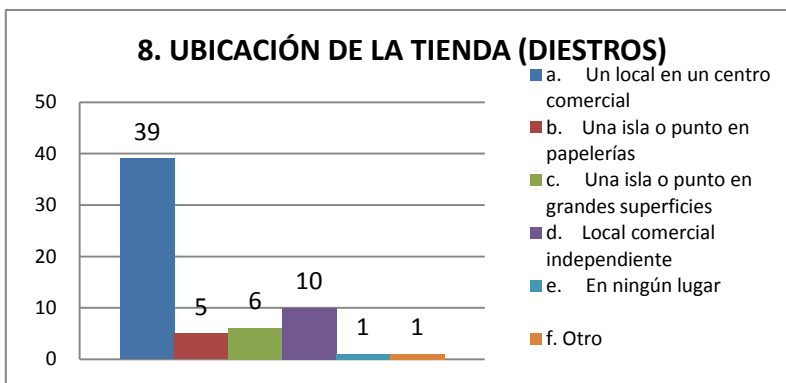
- Volanteo: se realizará durante los 3 primeros meses con énfasis en los fines de semana, suministrando información sobre la ubicación de la tienda e invitándolos a ingresar.
- Marketing viral inicial: para generar expectativa e invitación a conocer el lugar.
- Marketing viral permanente: informando sobre los nuevos ingresos y novedades que hay en la tienda.

11. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN O COVERTURA

11.2 lugar en cual se va a ubicar la tienda:

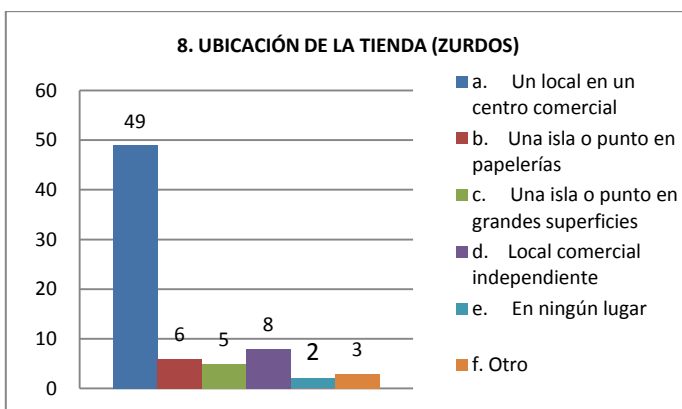
Según los resultados de la investigación, la tienda física se debe ubicar en un LOCAL de un Centro Comercial con uno de los niveles más altos en frecuencia de visita, ya que el 62.9% de las personas diestras y el 65.3% de los Zurdos les gustaría encontrarlo en ese lugar (ver grafica5).

Grafica 5: Ubicación de la tienda diestros.



Fuente: Elaboración propia con base en encuesta de este estudio.

Grafica 6: Ubicación de la tienda zurdos.



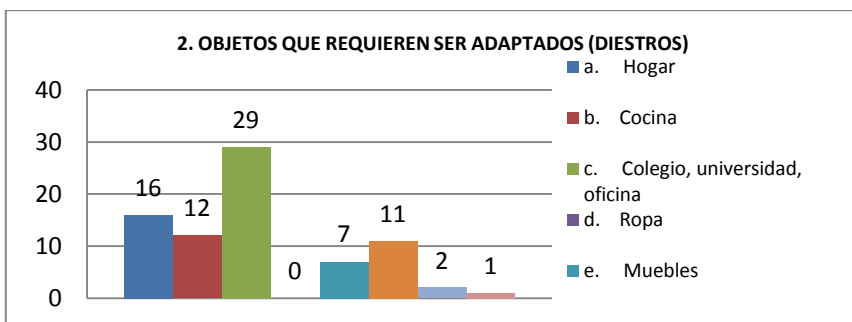
Fuente: Elaboración propia con base en encuesta de este estudio.

11.2 Que se va a vender:

Los artículos o productos que se van a comercializar dentro del local comercial, corresponden a productos solicitados por los encuestados, ya que no existen en el mercado y les gustaría encontrarlo en la tienda para uso propio, por la novedad, porque no existían y para regalar a un amigo zurdo.

Los artículos solicitados de acuerdo a la lateralidad del encuestado son:

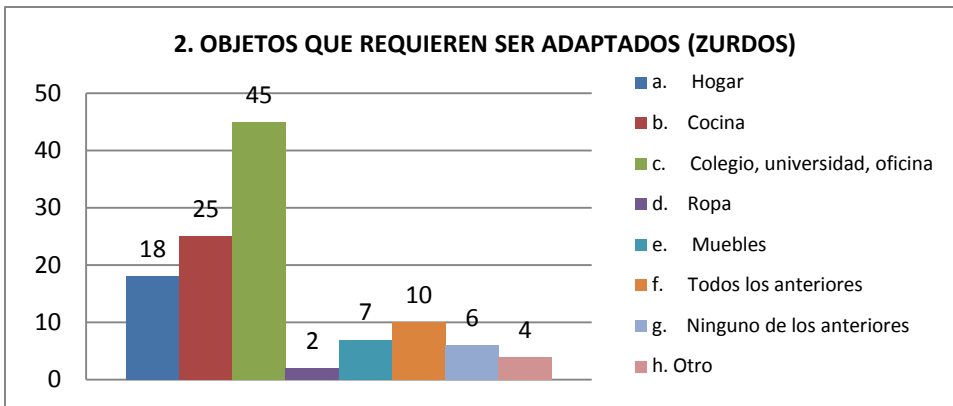
Grafica 7: Objetos que requieren ser adaptados diestros.



Fuente: Elaboración propia con base en encuesta de este estudio.

El 37.17% de las personas DIESTRAS solicitan artículos para Colegio, universidad u oficina; el 20.5% requieren artículos para el Hogar y el 15,3% les gustaría encontrar artículos para la cocina.

Grafica 8: Objetos que requieres ser adaptados Zurdos.



Fuente: Elaboración propia con base en encuesta de este estudio.

El 38.13% de las personas ZURDAS solicitan artículos para Colegio, universidad u oficina; el 21.18% requieren artículos para el Hogar y el 15,25% les gustaría encontrar artículos para la cocina.



Fuente: www.sur.com

10.3 Como se va a vender:

La logística de distribución o cobertura que se realizará en el local comercial se realizará de la siguiente manera:

1. El cliente ingresa y observará a su mano izquierda una señalización con información general de la tienda y un mapa de ubicación de las secciones.
2. Más adelante en primera línea lo espera una de las 2 vendedoras y le va a sugerir nuevamente el recorrido a tomar, la ubicación de las secciones y estará atenta a realizar cualquier tipo de demostración o prueba del producto; posteriormente le indicará el punto de pago.
3. Después el cliente iniciará por el costado izquierdo de la tienda su recorrido y podrá observar cada una de las secciones con los productos que los encuestados solicitaron de mediana a mayor importancia, ya que el punto caliente o los productos estrella se encontrarán en la mitad del recorrido y en el pasillo central (ver grafico).
4. Una vez terminado el recorrido el cliente se dirige al punto de pago.



FUENTE: www.dimension3ed.wordpress.com



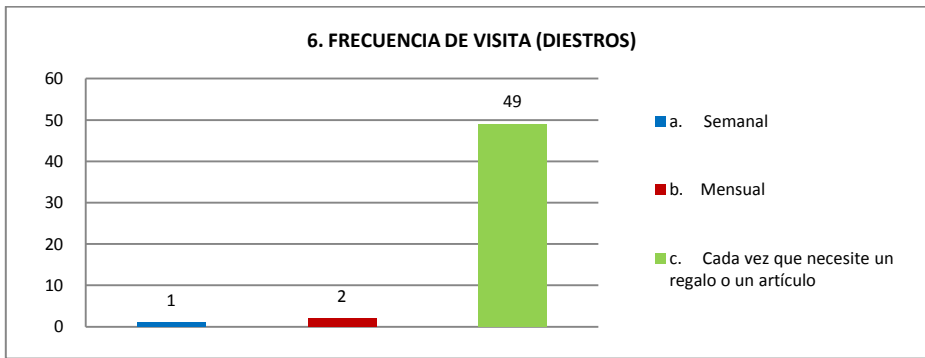
11.4 Como se va a surtir el punto:

Cada una de las categorías contará con mínimo 5 artículos exhibidos bien sean principales o complementarios; una vez realizada la venta, la vendedora respectiva realizará el surtido del exhibidor con el artículo vendido y así sucesivamente.

Como se trata de artículos de mediano y pequeño formato, el proceso de almacenamiento se realizará debajo de cada una de las exhibiciones por categoría o sección para poder contar el inventario y realizar de manera oportuna y rápida el surtido.

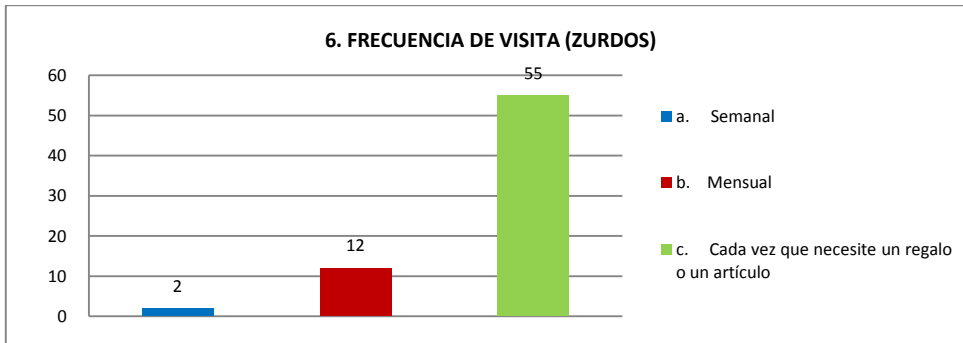
Se contempla tener un inventario por producto 600 unidades para ser vendidos en un periodo de 3 meses.

Grafica 9: frecuencia de visita diestros



Fuente: Elaboración propia con base en encuesta de este estudio.

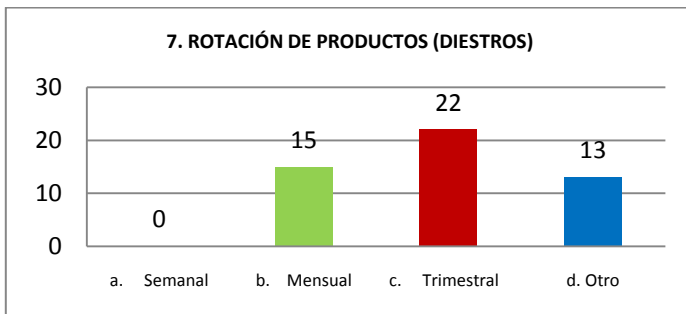
Grafica 10: frecuencia de visita zurdos.



Fuente: Elaboración propia con base en encuesta de este estudio.

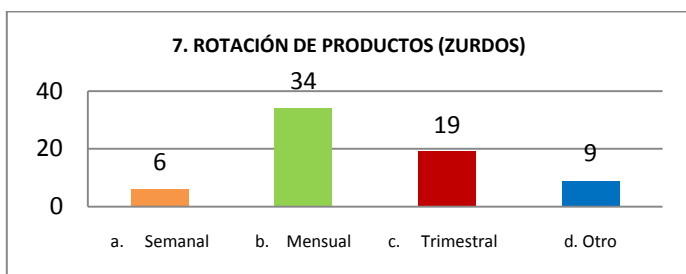
Según resultados de la investigación es acorde realizar el surtido general de la tienda cada 3 meses y mensualmente ingresará 1 o 2 artículos nuevos a la tienda.

Grafica 11: Rotación de productos diestros.



Fuente: Elaboración propia con base en encuesta de este estudio.

Grafica 12: Rotación de productos zurdos.



Fuente: Elaboración propia con base en encuesta de este estudio.

12. POLITICA DE SERVICIO

12.1 Estrategia de servicio:

Core Business

“Una Tienda para Zurdos con todos los Derechos”

12.2 Procesos – sistemas – infraestructura:

- Cadenas de valor o de utilidad:

LA IZQUIERDA pertenece al formato de tienda especializada, cuenta con un área promedio de 30 m². Única tienda en Colombia ubicada en la ciudad de Bogotá, donde se podrá encontrar en un solo lugar, todos los artículos que necesitan las personas zurdas en sus labores cotidianas, con una amplia línea de productos exclusivos de oficina, escolar, hogar y cocina. Los clientes tendrán la posibilidad de acceder al club “**Zurdo-manía**” donde tendrán diferentes beneficios presentando su carnet.

Es la tienda ideal para que los diestros sorprendan a los zurdos con un buen regalo, quienes serán asesorados por vendedores zurdos.

Establecemos el ritmo del mercado, lo cautivamos con los mejores diseños y los más exclusivos productos, cultivamos un acervo único de relaciones con nuestros clientes, proveedores, empleados y accionistas.

Ubicación: Centro Comercial Unicentro.

Horario de atención: 9:30am – 9:30pm.

Cambios o devoluciones: se atenderán con el recibo de compra, si este se pierde debe haber un registro en el sistema que me permita hacer ese cambio (todo estará sistematizado).

- Servipanorama:

Se tendrá en cuenta: Dimensiones del entorno físico.

Condiciones del ambiente: manejo de buena iluminación y excelente ventilación.

El espacio/funcionamiento: manejo de buenos espacios para la circulación y una perfecta presentación del mobiliario en general.

Letreros, símbolos y objetos: unidad gráfica visual en toda la tienda.

12.3 Gente o talento humano:

En LA IZQUIERDA se contara con personas de lateralidad zurda para que puedan asesorar a los clientes en la compra, con una muy buena presentación personal y unas excelentes relaciones interpersonales, con actitud de servicio y con más de 3 años de experiencia en ventas. Se hará un contrato por prestación de servicios los 3 primeros meses de prueba y posteriormente se vincularan a la empresa con todas las prestaciones sociales, tendrán un salario básico de 650.000 de pesos más una comisión de ventas, la tienda contará con 2 vendedores y sus horarios serán de 8 a.m. – 9:30 p.m.

12.4 Capacitación del personal:

La capacitación es realizada en forma individual o grupal.

Se establecen objetivos y metas a alcanzar.

Consiste en desarrollos prácticos, en los que se busca crear hábitos profesionales de ventas.

12.5 Capacitaciones trimestrales en:

- Ventas:
 - Requerimiento para una presentación de ventas eficaz.
 - Los diez primeros segundos.

- Conocer el cliente
 - Cerrar la venta
 - Contar la historia de ventas en forma lógica.
 - Vender con un punto de interrogación
-
- Producto:
 - Atributos del producto.
 - Productos Nuevos
 - Beneficios y ventajas del producto
-
- Motivación
 - Liderazgo
 - Trabajo personal
 - Trabajo de habilidades
 - Trabajo en equipo
 - Coaching

12.6 El cliente:

Hombres y mujeres con lateralidad izquierda, de nivel socioeconómico alto y medio- alto, que quieran adquirir nuevos productos con los cuales se sienta cómodo y con un diseño exclusivo.

13. PYG

Para llegar a punto de equilibrio se debe vender mensualmente **\$30.000.000 de pesos.**

La proyección anual se establece con un crecimiento del 7% en el 2010 y del 10% en el 2013.

Tabla No. 3
NOMBRE: P Y G

DESCRIPCION	PRESUPUESTO ANUAL "LA IZQUIERDA" Una tienda para ZURDOS con todos los derechos		
	PYG 2011	PYG 2012	PYG 2013
INGRESOS POR VENTAS	360.000.000	396.000.000	435.600.000
COSTO DE LA MERCANCIA	198.000.000	217.800.000	239.580.000
Línea escolar y oficina	167.160.000		
Línea hogar y cocina	18.240.000		
Otras líneas	12.600.000		
COSTOS DE OPERACIÓN			
Gastos de Personal	22.680.000	23.814.000	25.004.700
Sueldo Administradora	12.150.000		
Sueldo Vendedora 1	10.530.000		
Arriendo	48.000.000	51.360.000	54.955.200
Publicidad	72.000.000	77.040.000	82.432.800
Pautas	30.000.000		
Participación en ferias	24.000.000		
Material promocional	18.000.000		
Servicios	3.840.000	4.224.000	4.646.400
Energía eléctrica	1.800.000		
Teléfono + Internet	840.000		
Agua	1.200.000		
TOTAL COSTOS OPERACIÓN	146.520.000	156.438.000	167.039.100
UTILIDAD NETA OPERACIONAL	15.480.000	21.762.000	28.980.900
Otros Ingresos	0	0	0
Utilidad Bruta antes de impuestos	15.480.000	21.762.000	28.980.900
Impuesto de renta (35%)	5.418.000	7.616.700	10.143.315
Utilidad después del impuesto	10.062.000	14.145.300	18.837.585
Reserva legal (10%)	1.006.200	1.414.530	1.883.759
UTILIDAD NETA	9.055.800	12.730.770	16.953.827

Fuente: Elaboración propia.

El precio de costo fue tomado de una cotización realizada a la empresa MANOZURDA de Perú. (ANEXO 4 Y 5)

LISTA DE PRECIOS (COSTO)

Tabla No. 4
NOMBRE: LISTA DE PRECIOS DE COSTO

PRODUCTOS	INVERSION INICIAL (1 MES)	COSTO MCIA	\$ EN MCIA	PVP
LINEA ESCOLAR/OFICINA	UNIDADES	\$		
ESFEROS	200	1.100	220.000	5.500
PLUMAS	100	2.000	200.000	8.000
REGLAS	200	1.000	200.000	5.000
TIJERAS	200	10.000	2.000.000	35.000
CUADERNOS	100	8.000	800.000	20.000
TAJALAPIZ	100	1.500	150.000	10.500
AGENDAS	100	8.000	800.000	24.000
LIBRETAS	200	5.000	1.000.000	20.000
CARTUCHERAS	100	4.000	400.000	20.000
MALETINES	100	12.000	1.200.000	48.000
LONCHERAS	80	12.000	960.000	48.000
MOUSE	80	35.000	2.800.000	87.500
TECLADOS	40	60.000	2.400.000	120.000
PUPITRES NIÑOS	10	80.000	800.000	200.000
			13.930.000	
HOGAR / COCINA	UNIDADES			
Cucharas	20	3.500	70.000	14.000
Cuchara sopera	20	4.000	80.000	16.000
Cuchillos	20	4.000	80.000	16.000
Mug	20	1.500	30.000	10.500
Abrelata	20	12.000	240.000	48.000
Peladores	20	15.000	300.000	60.000
Tijeras cocina	20	12.000	240.000	36.000
Sacacorchos	20	12.000	240.000	48.000
Flexómetro	20	12.000	240.000	30.000
			1.520.000	
OTROS	UNIDADES			
Palos de golf	1	800.000	800.000	1.600.000
Guitarra	1	250.000	250.000	500.000
TOTAL COSTO EN MERCANCIA / MES			16.500.000	

Fuente: Elaboración e investigación propia

14. FICHA TÉCNICA

Tabla No. 5

NOMBRE: Ficha técnica de la encuesta.

FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA	
No. Personas:	Encuesta realizada 124 persona de la ciudad de Bogotá.
Marco de Referencia	Regional, nacional, mundial.
Ciudad	Bogotá, Colombia
Periodo	Octubre 15 a Noviembre 15 de 2010
Perfil	Características de los encuestados
	- Hombres diestros: 24
	- Mujeres diestras24
	- Hombres zurdos: 28
	- Mujeres zurdas 47
	- Estratos 4, 5 y 6
Muestreo	Procedimiento de muestreo: aleatoria
Autores	Autores de la encuesta:
	Gabriela Enríquez
	Jimena Bobadilla
	Paula Pombo

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICA

Consultado en: http://www.tormo.com.co/noticias/765/Nintendo_abre_en_Colombia_primera_tienda_en_el_mundo.html

Consultado en: <http://kbgamescolombia.com/index.php?option=tiendas>

Consultado en: <http://www.tienda.finolino.com.co/>

Consultado en: <http://www.tormo.com.ve/franquicias/Fino-Lino,-la-lenceria-de-la-mas-fina-manera/48>

Consultado en: <http://www.tormo.com.co/franquicias/LAMY/7029>

Consultado en: <http://tendenciasdenegocios.blogspot.com/2009/09/inkanta-design-un-excelente-ejemplo.html>

Consultado en: <http://www.franquicias-colombia.com/franquicias/bike-house.aspx>

Consultado en: www.gizmos.es/.../accesorios/razer-presenta-un-raton-de-gaming-para-zurdos/

Consultado en: www.priceminister.es/.../Mando-Ps2-Para-Zurdos-Accesorios.html

Consultado en : www.aceros-de-hispania.com/tijeras-tres-claveles.asp?

Consultado en : <http://listado.mercadolibre.com.co/Tijeras-Para-Zurdos>

Consultado en : <http://www.manozurda.es/index.html>

Consultado en : <http://www.zurdoteca.cl/Ç>

Consultado en : www.zur.com.ar

Consultado en: www.zurdotienda.com

Consultado en: <http://www.informaticamilenium.com.mx/paginas/mn/articulo20.htm>

Consultado en: <http://www.anythingleft-handed.co.uk/>

Consultado en: <http://www.1000ideasdenegocios.com/2010/04/productos-para-zurdos-soluciones.html>

Consultado en: www.solucionesyproductosparazurdos.com

Consultado en: http://www.zurdos.cl/que_significa.html