

PRACTICA PROFESIONAL

PAULA ANDREA CASTRO BECERRA

Facultad de diseño, comunicación y bellas artes.

Descripción de la practica

En esta casa de modas se establecen las oficinas de la marca de bolsos Inés Bellorez y la marca de joyería Fenomena.

Las cuales se apoyaron durante los últimos cuatro meses.

- Para la marca Inés Bellorez se realizaron trabajos de acompañamiento en los talleres de producción para entregar productos.
- Edición de fotos del producto para poder subir a la página de la marca.
- Organizar los cueros que se trabajaran en nuevas colecciones.
- Investigaciones de mercado para darle un nuevo concepto al producto de la marca.
- Para la marca Fenomena, se realizó acompañamiento a los talleres de orfebrería y rectificar que la mercancía haya quedado en buen estado.
- Semanalmente revisión de inventario y empaçar producción con destinos internacionales



Funciones del practicante

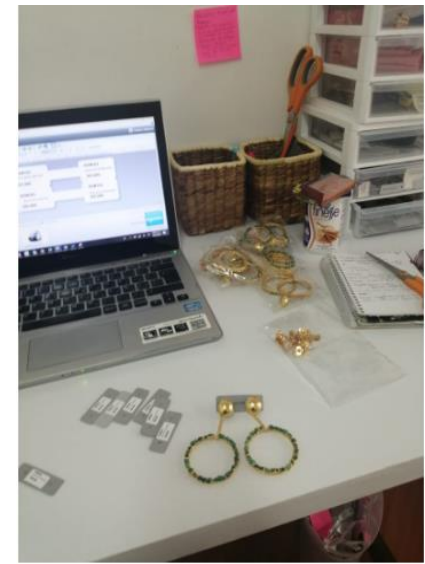
- Para Inés Bellórez cumplí con funciones como:
- Edición de fotos para página web de la marca.
- Organización de material.
- Investigaciones de mercadeo.
- Cotizaciones según lo solicitado.
- Inventarios mensuales.
-
- Para la marca Fenomena realice las siguientes funciones:
- Organización de inventario.
- Ingreso de producción nueva.
- Empacar producción para envíos.
- Recoger mercancía.
- Edición de fotos.
- Asistente para producción fotográfica.



Reporte diario de Actividades

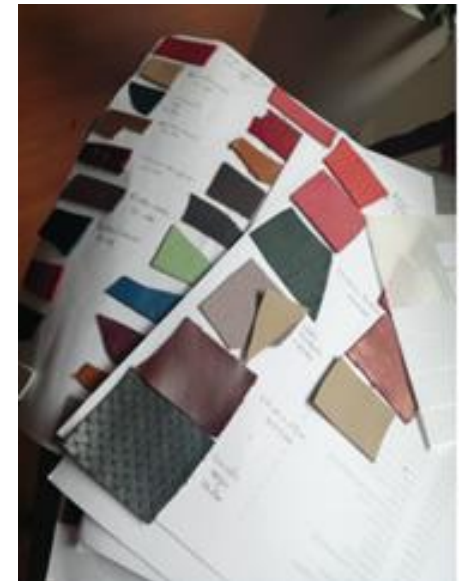
Febrero:

- 5 al 8: Apoyo y acompañamiento en la producción de una nueva colección de carteras. Ir al Restrepo, chapinero, Kennedy. Aprender a usar Excel para empezar hacer inventarios.
- 11 al 15: Inventarios de joyería y acompañamiento a los talleres de orfebrería.
- 18 al 22: Inventario de joyería, actualizar, organizar cueros.
- 25 al 29: Comprar materia prima para la producción de la nueva colección. Revisión de inventarios.



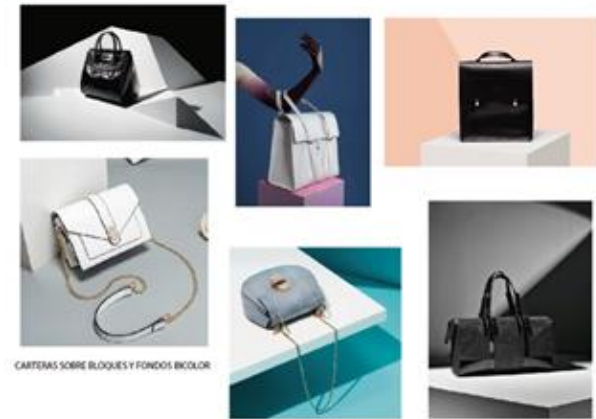
Marzo:

- 4 al 8: Revisión de Inventario, edición de fotos para página web, acompañamiento en talleres de orfebrería.
- 11 al 15: Revisión de inventario, acompañamiento en talleres de orfebrería, edición de fotos para página web.
- 18 al 22: Revisión de inventario, acompañamiento en talleres de orfebrería y para la producción de nuevas carteras.
- 25 al 29: Revisión de inventario, acompañamiento en talleres de orfebrería, cotizaciones para producciones nuevas y elementos nuevos para la marca.



Abril:

- 1 al 5: Cotizaciones para arreglos de jardines, Cotizaciones para envíos internacionales de cajas, revisión de inventarios, acompañamiento en talleres de orfebrería.
- 8 al 12: Revisión de inventario, acompañamiento en talleres de orfebrería, cotizaciones, arreglo de empaques con producto para envío internacionales.
- 15 al 19: Revisión de inventario para las dos marcas, acompañamiento en talleres de orfebrería,
- 22 al 26: Revisión de inventario, acompañamiento en talleres de orfebrería, cotizaciones, empaque de producto para envío nacional e internacional.
- 29 y 30: Cotizaciones.



Mayo:

- 1 al 3: Revisión de inventarios, acompañamiento en talleres de orfebrería, estudios de mercado
- 6 al 10: Revisión de inventarios, asistente en producción fotográfica, acompañamiento en talleres de orfebrería.
- 13 al 17: Revisión de inventario, acompañamiento en talleres de orfebrería y talleres del Restrepo para la elaboración de carteras.
- 20 al 24: Revisión de inventario, acompañamiento en talleres de orfebrería, cotizaciones y revisión de estudio de mercado para mejorar los productos de la marca de bolsos Inés Bellorez.
- 27 al 31: Revisión de inventario, acompañamiento en talleres de orfebrería y talleres para la elaboración de bolsos, preparan envíos en cajas internacionales y nacionales.



Propuesta de Innovación

Inés Bellorez:

Actualmente la empresa ha tenido descenso en las ventas de la marca.

- La marca no tiene un producto base que mantenga la marca.

A través de la elaboración de la nueva colección, se evidencio que la venta de cinturones, personalizados generan un buen flujo de clientes.

- Las carteras que maneja la marca no se estaban vendiendo, por la poca utilidad que estas tenían.

A través de una encuesta se estableció que las mujeres Colombianas prefieren carteras grandes con espacio para guardar lo del diario.

ENCUESTA

1. POR FAVOR SELECCIONE SU RANGO DE EDAD
 DE 19 A 24 AÑOS
 DE 25 A 30 AÑOS
 DE 31 A 36 AÑOS
 DE 37 A 45 AÑOS
 DE 46 A 55 AÑOS
 MAS DE 55 AÑOS
2. ENTRE LOS TAMAÑOS DE CARTERAS, SU PREFERENCIA SE INCLINA POR:
 PEQUEÑO
 MEDIANO
 GRANDE
 TODAS LAS ANTERIORES
 NINGUNA DE LAS ANTERIORES
3. ¿QUE SUELE GUARDAR DENTRO DE SU CARTERA DEL DÍA A DÍA?

4. ¿QUE TIPO DE CARTERA PREFERE PARA LLEVAR EL PC?
 CARTERA/BOLSO
 BACKPACK
5. ¿CUAL ES EL RANGO DE PRECIOS QUE ACOSTUMBRA A PAGAR POR UNA CARTERA?
 280.000 A 350.000
 360.000 A 450.000
 460.000 A 550.000
6. ¿CUAL ES SU PRINCIPAL RAZÓN PARA CAMBIAR O ADQUIRIR UNA CARTERA?
 DETERIORO DE LA ANTERIOR
 NUEVO DISEÑO
 TAMAÑO
 TENDENCIA DE MODA
 OTRO _____
7. RESPECTO A LOS DISEÑOS QUE OFRECE EL MERCADO USTED PREFERE:
 TERMINADOS ARTESANALES
 TERMINADOS SOBRIOS Y BÁSICOS
 COMBINACION DE TEXTURA
 OTRO _____
8. LA COMPRA DE CARTERAS PREFERE HACERLA:
 ON LINE
 IN HOUSE

- Los colores también fueron determinantes, dependiendo del clima de la ciudad una mujer elige el color de una cartera.



A través de un estudio de mercado realizado a otras marcas que venden bolsos en Colombia se evidencio, que la funcionalidad de las carteras está fallando, el color, el tamaño.

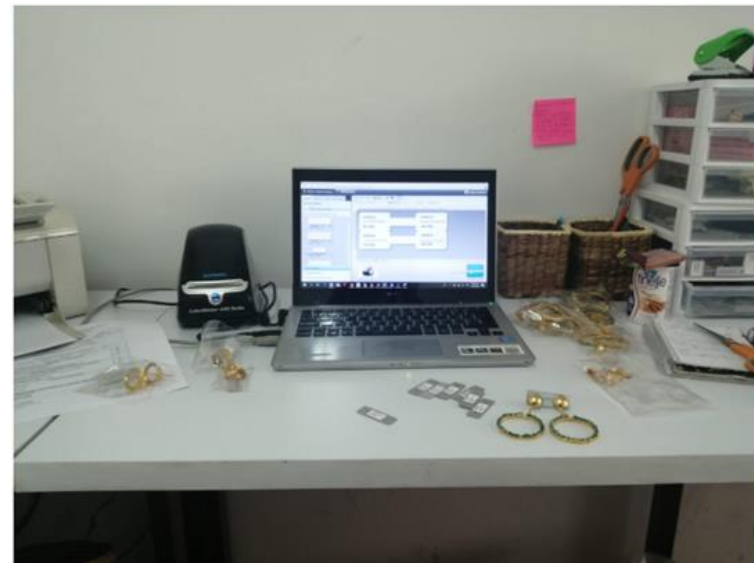
Teniendo en cuenta que las carteras no son un accesorio de prioridad para las clientes. La compra de una nueva cartera es por desgaste de la anterior o simple gusto.



Fenomena:

- Se encontró que a la hora de registrar inventario había desorden porque no se registraba seguidamente que entraba a la tienda y que salía.

A través de un documento en Drive se empezó a actualizar inventario semanalmente para saber que piezas ingresaban y que piezas salían, a de más de esto, este documento permite ver la cantidad de piezas que hay y si hay la necesidad de enviar a producción para enviar producto a tiendas internacionales como México y Puerto Rico.



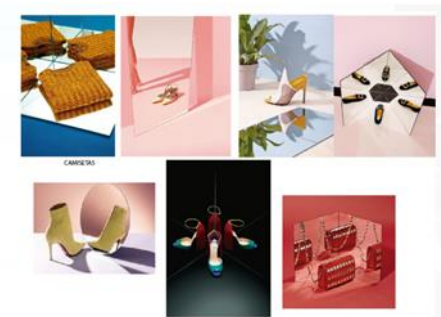
Conclusiones

Inés Bellorez:

- Dar una nueva perspectiva a la marca, para mejorar la estética y utilidad de sus productos.

Fenomena:

- Organizar mejor el inventario para conocer que hay en stock y suplir la demanda de ventas semanales que tiene la marca.



- Aprender temas financieros que son de gran utilidad a la hora de crear una empresa.
- Importancia de un contador en la empresa.
- La organización permite solidificar más las bases de la empresa.
- Conocer los niches de mercado es de suma importancia para saber qué tipo de producto y de estructura funciona bien en el mercado.
- Separar los gustos personales del diferenciador estético de la marca.

