

Anexo A: Entrevistas de validación de problema y prototipo.

PROTOTIPO 1

Entrevista #1. Fecha: 05 / 11 / 2020 Hora: 05:03 pm

Experiencia de compra

No compra online frecuentemente, por temas de talla y confianza. Le da miedo que lo que llegue no se parezca a lo que pidió, y prefiere comprar en marcas que conoce porque así tiene referencias de la talla. No le genera confianza por instagram o whatsapp, porque no tienen mucho reconocimiento, y teme que no le queden las tallas.

Sus malas experiencias en tiendas físicas, suelen ser en cuanto atención, ya sea porque no la atienden o lo hacen con desinterés. Cuando la atienden bien, compra y se siente bien.

Le pasó que compró un pantalón, le gustó en la tienda, y cuando se lo volvió a poner no le quedaba bien, y una talla más grande o más pequeña no le serviría, la que debía ser su talla no le quedó bien.

Le desmotiva si la prenda está sucia, o si el material se transparenta o es malo. Dice que en pantalones le cuesta encontrar los que le queden bien, y si lo consigue, cuando lo lava se agranda y deja de quedarle al ser muy delgada.

Forms

No suele registrarse en páginas, porque no le gusta que la llenen de mensajes.

Sin embargo, le gusta lo de las medidas, porque así puede conseguir algo que le quede más preciso a como es ella, no considera que en las tallas estándar todos los cuerpos o estaturas son iguales. Cree que afecta mucho al autoestima de la mujer, y es importante que sepan que no hay un prototipo de mujer perfecto sino que hay ropa para todas, que haya una prenda perfecta para sus medidas.

Se sentiría confiada y segura esperando su prenda, porque sabe que lo que le va a llegar es algo ajustado a su medida. Las recomendaciones de talla aportarían para esto, sería como las asesorías que se da en tiendas físicas, y siempre las tiene en cuenta.

Guía de Tallas

Había visto guía de tallas sobre todo en zapatos, no mucho en ropa. Le parece que se entiende muy bien, y la guía visual de la muñeca permite entenderla mejor.

La idea de la personalización le gusta, sin que sea demasiado costosa, porque encontrar la talla perfecta que le quede como uno espera es muy difícil.

No descarta comprar una talla estándar, pero si no le queda, la personalizaría sin dudas.

Video

Ya se ha medido a sí misma antes, y le parece que el video está muy claro, siente que no están explicando de afán, sino que explica cómo tomar el metro, qué estás midiendo y para qué sirven esas medidas.

Siente hay ocasiones donde ha pensado que es mejor mandar a hacer la ropa aunque es más costoso, por lo que piensa que la personalización es una buena opción.

Entrevista #2. Fecha: 05 / 11 / 2020 Hora: 05:44 pm

Experiencia de compra

Nunca ha comprado ropa por internet, aunque ha visto muchas publicidades y mira las prendas, pero la incertidumbre de si no le llega le impide comprar. Prefiere que sea a contra entrega, para poder ver la calidad del producto antes.

La página web le parece muy formal y da confianza, aunque dice que en instagram compraría si ve buenos comentarios y el aspecto de la página es muy cálido, lo mismo en whatsapp de cómo te atiende el asesor.

Como tal no ha tenido una mala experiencia, sino que no le gusta cuando en atención no la atienden o toca rogar atención o por el contrario la atosigan. No le gusta que las prendas estén sucias.

Se ha sentido frustrada porque le gusta algo y no le queda o no está su talla, y no saben decirle cuándo llegan tallas.

Forms

Se registra si le gusta y quiere más información, también tiene en cuenta qué datos le piden y no tendría problemas de ponerlos. Le gusta lo de poner las medidas, porque sabe que es para conseguir ropa que le quedaría bien, y con base en las sugerencias sabe que compraría algo que es a su medida.

No tiene problemas en poner sus medidas, y le gusta que mujeres que no sepan cuál es su talla o a causa de estereotipos o inseguridades puede que estén comprando una talla incorrecta.

Guía de Tallas

No ha visto guía de tallas propiamente con centímetros, sino una talla de equivalencias de tallas asiáticas a tallas americanas.

Le parece que es muy clara, y acompañada del servicio de personalización es una muy buena oferta, así sabe que le va a quedar y puede ajustar de acuerdo a sus medidas la va a usar con más gusto porque le queda como quiere. Considera que lo más importante es que la ropa se adecue a su cuerpo, y considera que con las medidas es una muy buena forma de hacerlo.

Video

Nunca se había tomado medidas antes, y considera que es muy fácil con el video. Ve que es claro, sencillo y directo a lo que es. Le parece que el largo del video es perfecto, porque es rápido y efectivo. Le gustaría videos cortos para todas las medidas, y que sí le llama la atención medirse ella misma.

Entrevista #3. Fecha: 06 / 11 / 2020 Hora: 6:00 pm

Experiencia de compra

Nunca ha comprado en internet porque prefiere medirse la ropa antes de comprarla, a pesar de que ha visto muchas recomendaciones de tiendas en Instagram, su miedo es que no le quede la ropa o no pueda devolverla. Le gusta más ver catálogos en página web que en instagram, por los filtros de categoría de prendas.

Forms

Para registrarse a páginas le gusta que le ofrezcan un porcentaje de descuento, como por suscripción a newsletter. Con respecto a sus medidas, no le incomoda ponerlas, a pesar de que no las tiene a mano y le tocaría ir a medirse, algo que encuentra poco práctico, le llamaría la atención si fuera un avatar o muñeca que se forme a partir de sus medidas para ver los resultados. Considera que antes de poner las medidas, debería haber una explicación de para qué son, ya sea en un video explicativo, y promover que se convierta en algo más común para que todos necesiten tenerlo a la mano.

Le gustan las recomendaciones de talla, por ser algo personalizado, y de cómo vestir.

Guía de Tallas

Le resulta un poco confusa la guía de tallas viéndola solo en la tabla, sin embargo le gusta mucho la guía visual en la muñeca señalando las partes del cuerpo porque puede confundir cadera con cintura y así sabría ubicarlas mejor. Es bajita y la S suele ser muy pequeña por lo que compra XS muchas veces, depende de la horma o tamaño pero encaja en las tallas estándar, por lo desde que su punto de vista no recurriría a personalizar.

Video

Siente que va un poco rápido, a pesar de que entendió cómo medirse porque sabe usar el metro. En recomendaciones generales, quisiera que explicaran de qué lado del metro se usa, y señalar mejor los lugares. Con pausas entre cada medida.

Piensa que personalizar es una muy buena solución, aunque en su caso no lo considera tan necesario al ser ella una tienda estándar y conseguir ropa en casi cualquier lado. Para aquellas que no tienen tanto problema acomodándose a una talla estándar, ofrecerles algo más, y enfatizar en las mujeres que tienen problemas de tallas con esta solución.

Entrevista #4. Fecha: 06 / 11 / 2020 Hora: 06:04 pm

Experiencia de compra

Hace compras online con mayor frecuencia debido a la pandemia, aproximadamente dos veces a la semana. Presenta una preferencia en cuanto a las compras por página web ya que le generan una mayor confianza, sin embargo no se siente del todo segura comprando, y destaca que le preocupa que a la hora de comprar le lleguen prendas que no le queden bien. Menciona mercadolibre como página de preferencia de e-commerce ya que le ofrece mayores herramientas para analizar la fiabilidad del vendedor, tales como volumen de ventas y reseñas de los clientes.

Asegura que nunca está del todo segura de que las prendas le vayan a quedar así que suele

pedir tallas grandes para evitar el riesgo. Ha tenido malas experiencias porque las prendas que llegan son diferentes a las fotos en las páginas. No compra pantalones online porque siente que hay mayor probabilidad de que no le queden como espera, prefiere la tienda física para medírselo previamente y tomar la decisión de compra, con camisas no tiene este problema. Constantemente se siente frustrada cuando compra ropa, ve una prenda bonita que al ponersela siente que no le queda como esperaba.

Descarta una tienda por: diseño, no le quedan bien las prendas, precios.

Forms

Está conforme con los datos, le gustaría recibir sugerencias de talla de acuerdo a las medidas y no le genera conflicto ingresar las medidas. Sí ha mandado a arreglar prendas.

Guía de Tallas

Nunca ha usado las guías de tallas de las páginas, no las había notado. El prototipo se le hace fácil de entender, ve útil el dibujo guía. Le interesaría el servicio de arreglo de prendas a partir de medidas tomadas por ella misma. Prefiere una prenda hecha a la medida.

La cantidad de tallas de la guía es suficiente y necesaria. Está estéticamente bien diseñado.

Video

Es explícito y entendible. La duración es adecuada, lo usaría porque ver como lo está haciendo otra persona le muestra si está haciendo bien el proceso de toma de medidas.

Se ha tomado ella misma las medidas, sin embargo, no lo hizo bien y porque según afirma las tomó mal.

Sí tiene un metro en su casa.

Entrevista #5. Fecha: 07 / 11 / 2020 Hora: 1:00 pm

Experiencia de compra

Sí compra en línea, por ahí una vez al mes. Prefiere comprar por instagram porque no le solicitan tantos datos como en página web, lo encuentra más fácil, además de que siente la tienda más cercana al comprar en emprendimientos nuevos. Prefiere hablar directamente con un asesor, es más personal. Se ha encontrado con páginas que ofrecen hacerle a medida cuando se trata de shorts o faldas, o que le especifican la horma, o con tabla de medidas. Sus malas experiencias y motivos para irse, es por mala atención o porque tratan de forma despectiva al no tener su talla.

Forms

No le gusta registrarse, por tema de manejo de datos y porque no lo considera necesario. E instagram ve cosas más recientes, y no solicitan para saber quién es. Sólo lo haría si fuera a comprar. Por instagram considera que los medios de pago son más sencillos, efecty, nequi. En su caso tiene más cadera que cintura, y le gusta que el servicio de personalización también lo realice la misma tienda, y saltarse el paso de ir con la modista. Le gusta la recomendación

según sus medidas, porque reduce la incertidumbre y es como tener un consejo objetivo de la prenda que va a comprar.

Guía de Tallas

Le gustaría tener la opción de formar el outfit completo, así sea con distintas tallas, y poder ir graduando el tamaño de la camisa o falda, por ejemplo. Le llamaría la atención de tener un avatar, en su caso se sintió reflejada en el muñeco de referencia, y algo más personalizado le gustaría, por ejemplo para ver tipos de piel con colores de prenda.

Hay marcas como Koaj, que prestan ese servicio post venta de arreglar mientras la prenda esté nueva, lo manejaron la temporada pasada, sin costo alguno.

Piensa que personalizar depende un poco de la tela, o del diseño, hay casos donde sí tomaría la estándar, y otras sí las personalizaría.

Video

Ya se ha tomado medidas. Decir cuánto debe ser lo adicional que se deja, para que la prenda no quede demasiado apretada, tips dependiendo de la tela si se vería más larga o corta, el pliegue o falso adicional. Dónde comienzan las medidas y dónde terminan, ubicar dónde se toma. Colocarle música, revisar iluminación y fondo.

Medidas como escote, busto, ancho de mangas. No le gustaría tener que ver muchos videos, sino que sean las medidas en las que hay más insatisfacción y ya.

Entrevista #6. Fecha: 07 / 11 / 2020 Hora: 02:26 pm

Experiencia de compra

Prefiere comprar en tiendas conocidas, páginas de tiendas de cadena. Compra por temporada, a inicio, final o mitad del año. También manda a hacer ropa, porque siente que tiene problemas con algunos porque no se ajustan a ella y no la hacen sentir cómoda. Mira modelos de ropa por instagram y los manda a hacer.

Mira reseñas, referencias, que sean reconocidas, aunque sostiene que quien no arriesga no gana, y la atención también influye para sentirse más cómoda. Por eso trata de ir a la fija, ha tenido problemas con calidad de costuras, y dificultades haciendo cambios.

Forms

Le gustaría poder mirar primero la ropa, porque considera que todo entra primero por los ojos. Así mismo, le agrada que poner las medidas sea opcional y se pueda hacer en cualquier momento.

Le parece chévere la idea, considera que es muy útil y necesario tener una cinta métrica siempre, y ella que tiene que mandar a hacer ropa, le encanta poder tener una prenda a su medida. A ella no le incomoda poner medidas, aunque sabe que hay mujeres que no lo estarían o no tienen una cinta métrica y se limitan a tallas estándar porque les quedan, en su caso no todas le quedan.

Guía de Tallas

Nunca había visto una guía de tallas de esa forma, y le gusta que esté explicada con centímetros. Resaltó al instante las tallas más grandes.

Ella sabe usar mucho la cinta métrica, y cree que puede llegar a ser confuso para quien no use la cinta y que con un tutorial se puede apoyar la guía de tallas. Pero en su caso, le gusta y la usaría. Le gusta poder ajustar la prenda directamente con nosotras, porque cuando se va con una modista o un tercero, puede que no quede igual.

Video

Entiende el video porque sabe cómo se mide, pero siente que alguien que no tenga idea no lo entienda. Cree que es clara la explicación, aunque sería bueno señalar donde queda la cadera y decir que es el lado más protuberante del glúteo, la cintura es en el ombligo. Hacerlo para dummies. Dice que le gustaría ver a la persona primero, señalar digitalmente con flechas o letras las partes del cuerpo, mostrar los lados de la cinta métrica, más color y usando nuestra paleta de colores, revisar la luz.

Entrevista #7. Fecha: 07 / 11 / 2020 Hora: 07:00 pm

Experiencia de compra

Ha hecho compras online, ocasionalmente, cada vez que ve la oportunidad de realizar la compra, es decir ve algo bonito o hay alguna promoción, prefiere la compra por página web ya que le parece más confiable y porque no cuenta con instagram, no se siente segura realizar compras por internet, entonces para asegurar prefiere las compras contra entrega, se fija mucho en los comentarios y reseñas de la página para realizar la compra, ella no suele comprar ropa por internet dado que las tallas estándar no se ajustan a sus medidas y las prendas le suelen quedar muy grandes.

Forms

No suele registrarse en páginas debido a que le llenan el correo de publicidad, está de acuerdo en poner los datos personales que son apropiados, le interesa que le hagan sugerencias de tallas, manda a arreglar frecuentemente ropa dado que en algunas partes le queda muy grande.

Guía de Tallas

No suele usar la guía de tallas, ya que nunca la encuentra en la página web, además que como ya tiene una guía estándar de medidas siempre pide la misma sin revisar las medidas de esta, la guía de tallas de Teia le parece fácil de usar, clara, le parece que las medidas que pedimos para ese tipo de prenda son apropiadas y está de acuerdo en asumir el costo adicional de arreglar su prenda incluyendo una prenda personalizada.

Video

El video de la toma de medidas es claro, la duración es acorde ya que muy largo daría mucha pereza ver, cree que con el video logra tomarse las medias ya que es claro.

Sí tiene un metro en su casa

Entrevista #8. Fecha: 07 / 11 / 2020 Hora: 7:30 pm

Experiencia de compra

No realiza compras por internet de ningún producto, pero afirma solo haber comprado un vestido y fue por el mercado de facebook, prefiere la compra en página web ya que le parece más seguro además de pagar contra entrega, afirma tener problemas cuando compra ropa dado que a veces no sabe muy bien cual es su talla y le toca medirse cosas de tallas diferentes.

Forms

Ella no acostumbra a registrarse en páginas web, dado que no le gusta dar datos personales, pero afirmó que estaría dispuesta a dar los datos de nuestro prototipo de recolección de datos ya que no le parecen tan personales, estaría interesada en que le hicieran sugerencias de talla, y ha mandado arreglar ropa.

Guía de Tallas

Ella no acostumbra a mirar la guía de tallas, ya que no compra por internet, prefiere medirse la ropa. Le parece la guía de tallas de TEIA fácil de usar y es comprensible, le parece bien la cantidad de tallas que allí le ofrecen, y le parece interesante que le ofrezcan una guía de tallas diferente para cada prenda.

Estaría dispuesta a pagar por el arreglo adicional ya que no tendría que mandarlo hacer a ella, si no que la prenda ya estaría finalizada.

Video

Le parece que la información del video es precisa y que la duración de este es acorde, cree que es posible tomarse las medidas con el video. Ella ya se ha tomado las medidas ya que le gusta algunas veces hacer ropa para ella.

Cuenta con metro en su casa.

Entrevista #9. Fecha: 08 / 11 / 2020 Hora: 05:03 pm

Experiencia de compra

Antes de la pandemia no acostumbraba a comprar online, por temas de tallas y telas. Ahora que se puede salir, sigue comprando en línea pero sigue queriendo ir a tiendas físicas. 1 o 2 prendas al mes es lo que compra online. Le gusta por Instagram porque es más personalizado, por la atención.

Le da miedo que la prenda no le llegue como ella quiera, y sus principales inconvenientes han sido con la calidad de la ropa o que la tela es muy mala. Así mismo, pidió una prenda en talla

pequeña pero como no especificaban centímetros le quedó muy grande, y tampoco le dijeron de qué tela era.

Le pasa que no encuentra su talla, porque las pequeñas se acaban muy rápido, y le frustra que no hay su talla, esto por ejemplo cuando va a descuentos.

Forms

Casi no le gusta registrarse, pero lo hace si es paso obligatorio. Pone un correo que nunca revisa, lo usa para todo lo de shopping y promociones o descuentos.

Piensa que poner las medidas es una forma de garantizar que la talla que vas a comprar es la que mejor te queda, y no tendría problemas en ponerlas.

Guía de Tallas

Le gusta que en la imagen se vea lo que está midiendo, porque en la tabla no era claro que “6, 8” eran la fila de tallas. En general le parece muy claro, ha visto otras guías de tallas antes.

Hay pantalones en los que tiene problemas de ajuste en la cintura si no tiene caucho o forma de ajustar, por lo que si le interesaría personalizar sus prendas. De acuerdo a la prenda compraría la estándar o lo personalizaría.

Video

Sí se ha tomado medidas ella misma, siente que no es difícil tomarse medidas. Hay muchas mujeres que no saben donde tomarse medidas, así que sería bueno mostrar exactamente donde se toma cada medida.

Cree que se puede ir más lento, que la voz iba muy rápido y esta debería ir en concordancia con lo que se muestra. Mostrando la cadera, que hable de la cadera y luego sí se pase a otras partes del cuerpo.

Entrevista #10. Fecha: 08 / 11 / 2020 Hora: 07:12 pm

Experiencia de compra

No compra virtual, porque quiere ver las opciones y estar segura de cómo le queda antes de comprar. Compra productos de belleza o cremas, muy poco con ropa. Ha comprado por páginas de instagram que le recomendaron o ya conoce gente que ha comprado ahí.

En cuanto a malas experiencias, prefiere ver sola las prendas o ropa, y no que la hostiguen.

Le pasó que compró en la tienda y le gustó, y cuando llegó a la casa no le gustó. Lo que más le frustra es no encontrar algo que tenía en mente, por ejemplo busca una blusa fucsia y no la consigue.

Forms

Nunca ha visto que le pidan información de medidas en tiendas de ropa online. Le gustaría medidas para conseguir lo más cercano a su talla, que le quede lo más justo posible. La recomendación de tallas le recorta que tenga que buscar tallas que no corresponden a su cuerpo y delimitan el área de búsqueda, por lo que no tendría problemas en suministrar los

datos sabiendo para qué es.

Guía de Tallas

Dice que de acuerdo a la tienda pueden variar las tallas, y le gusta tener esa guía. Le parece que es bastante clara, y piensa que vale la pena en invertir en modificar la prenda con TEIA porque es más económico y fácil que la modista, lo hace el mismo sitio donde estás comprando.

Dice que personalizaría más que nada, partes de abajo que suelen ser más problemáticas o en tela de jeans.

Video

Se ha tomado medidas antes, entiende el video. Le parece que está bien explicado para el tiempo que demora el video, y sí se animaría a utilizarlo por ser práctico y corto. Quisiera tener videos por prenda, ej video blusa, video falda.

Entrevista #11. Fecha: 09 / 11 / 2020 Hora: 08:35 pm

Experiencia de compra

Nunca ha comprado online, principalmente porque le da miedo que no le quede la ropa. Prefiere ir a medirsela. Principales inconvenientes, no encuentra las tallas que necesita. Se ha ido de tiendas porque no la atienden, no le ponen atención o no la ayudan cuando lo necesita. No ha llegado a frustrarse por nada comprando ropa.

Forms

Le parece importante poner las medidas, para elegir de mejor forma las prendas que va a comprar, y dice que usualmente las tallas suelen ser limitadas (es decir, sólo S sin saber cómo es). Le gustaría la recomendación, y no tendría problema en poner sus medidas, porque eso la guiaría en el proceso de compra, ahorra tiempo y es como si tuvieras un asesor en la tienda virtual guiándote en qué te queda bien.

Guía de Tallas

Ha visto guía de tallas para fajas, tenía muchas variables y era muy detallada.

Le parece que la guía de tallas de TEIA es clara y está bien. Piensa que la personalización de las prendas es bastante útil, que es un buen servicio y que el cliente siente más personal. En su caso tiene a alguien que le puede tomar las medidas exactas, y le serviría esta herramienta.

Video

El video es muy claro, instructivo y necesario para las medidas de las tallas, que está muy bien y sencillo. Sugiere que la persona muestre el ombligo para indicar donde empieza la cintura, por ejemplo. Cree que es una buena guía, lo vería muchas veces y sí se atrevería a tomarse las medidas.

Entrevista #12. Fecha: 10 / 11 / 2020 Hora: 11:09 am

Experiencia de compra

No suele comprar online, porque le gusta probarse la ropa para ver si es su talla o no, entre las páginas suelen variar los tamaños así sea una misma talla. Compra en páginas que conoce, o lugares que tienen tienda física y ya conoce el tallaje por ejemplo, Facol y Falabella.

Prefiere la tienda física.

Compró por instagram una vez, pidió que le dieran las medidas de la prenda para saber si era su talla, y la que le recomendaron no era su talla.

Le interesa conocer el material y tallaje de la prenda, a la hora de comprar.

Principales malas experiencias, le gusta algo y no hay su talla, o al comprar online se le demora el producto en llegar. Se frustra comprando porque es alta, y los buzos le vienen las mangas muy cortas y le toca comprar una talla más grande o de hombres.

Forms

No se registra en páginas, por lo que no compra en internet. Le parece bien las medidas, piensa que por prenda o pantalones podría incluirse el talle, ancho de espalda.

Dado que es para mirar bien cuál es su talla, le parece bien, igualmente las sugerencias para guiarse de las medidas en general y poder comprar cuál es su talla correcta. Uno suele creer que es una talla y no, e igual la sugerencia no es obligación en caso de que le guste la ropa ancha.

Guía de Tallas

Sí ha visto guía de tallas, en algunas tiendas puedes verlas. En Falabella algunas tienen todas las especificaciones y tienen sugerencias de tallaje, pero las miden a la mitad, la prenda acostada. En Facol tiene la distancia y otras medidas.

Entiende la guía de tallas, la mira y la entiende, le preocupa que alguien que no sepa qué es cintura o cadera pueda confundirse.

Ella miraría la diferencia para basarse si arreglar o no, por ejemplo si la diferencia entre sus medidas y la prenda es de 1cm, no lo haría.

Video

Siente que faltó señalar, o dar indicaciones como las costureras que dicen que apartir del ombligo está la medida de la cintura, o amarrarse un hilo y donde este suba o baje es la cintura, la cadera los huesos de los lados que son más anchos. Tips para las indicaciones de medirse.

Una buena duración sería 40 segundos o máximo 1 minuto en su opinión.

Entrevista #13. Fecha: 10 / 11 / 2020 Hora: 04:16 pm

Experiencia de compra

Compra muy seguido, tiene una relación muy cercana con los vendedores, y le llega temprano los pedidos. Compra por página web de las tiendas, o recomendados en redes

sociales por un buen voz a voz. Compra comúnmente pagando con PSE. Suele enterarse de las tiendas por publicidades en redes sociales, o si es una marca reconocida suele ir a las páginas a ver las características de los productos.

Dice que las tallas varían de tienda a tienda, en cuanto medidas y tamaños, y ese es su mayor temor comprando online.

Se frustra porque ve demasiada variedad que no sabe qué comprar, o que el día que va a comprar no ve nada bonito a diferencia del día en que no va.

Forms

Para ella es bastante importante la apariencia desde la perspectiva de marca personal, y le parece relevante abarcar esas medidas para adecuar la ropa y el fit.

Gracias a la pandemia y esa migración a lo virtual ha llenado bastantes registros, no la incomoda, quiere saber sobre protección de datos antes de llenarlos, le parece que sí tiene utilidad poner las medidas.

Le interesaría personalización no solo en talla, sino en diseño.

Guía de Tallas

No ha utilizado una guía de tallas, así por encimita, además no se había topado con guía de tallas por prenda. Logra entender la guía de tallas de TEIA y la usaría al momento de comprar.

Video

Le parece que está bien, le gustaría video por prenda, y todo tipo de medidas que pueda necesitar. Se ha tomado medidas antes. Le parece claro y específico, y conciso, algo que resalta como muy importante.

Entrevista #14. Fecha: 10 / 11 / 2020 Hora: 05:05 pm

Experiencia de compra

Nunca ha comprado ropa por internet, y le da un poco de miedo porque en su caso los pantalones es una talla 8 que no le sube de la pierna y toca entonces comprar talla 10 y usar correas. Prefiere probarse la ropa antes de comprarla, porque no sabe exactamente como es la talla y puede variar de acuerdo a la horma.

Dentro de sus malas experiencias, le pasa que después de un par de meses que compró un jean este presenta desgaste y se frustra cuando son nuevos y eso sucede, ya sea porque la calidad no es buena o porque los pantalones se deslavan.

No le gusta que si la están atendiendo se atienda a otras personas, porque necesita la atención y guianza.

Forms

Le gusta mucho porque siente que es muy específico, aprecia la asesoría porque es consciente de sus medidas pero no sabe que es lo que mejor le quedaría, le gustaría que le dijeran de forma objetiva cuál es la ropa que mejor queda con su cuerpo. Que no es asesorar por vender

o porque es caro, sino por hacer que se sienta seguro con su cuerpo.

Lo de poner las medidas le parece muy interesante, porque ella es bajita y piensa que con la altura y tenerla en cuenta para la ropa, no solo los tipos de cuerpo (que en su caso no la identifican). Que le recomiendan para su cuerpo, porque es suyo, no porque tenga un tipo de cuerpo genérico.

Le gusta las recomendaciones, porque podemos ayudarlos en ubicar qué talla es la que mejor le sienta.

Guía de Tallas

Nunca ha usado una guía de tallas, en ropa interior sí la usa más, pero no había visto una así de específica. Quisiera que dijera el largo por tallas, le gusta que estén los centímetros de las zonas.

Le gusta que nos centremos en sus medidas, no en una talla general. Siente confianza en que nosotros mismos que la vendemos, le hagamos el arreglo y que se le asesore a qué toca hacerle a la prenda para que le quede. Sentirse ella en la ropa, no ver el maniquí y la orientación a que se vea ella en el avatar.

No se había dado cuenta la distancia entre tallas, y siente que sí es necesario personalizar para lidiar con esos centímetros sueltos.

Video

Le gusta que sea una persona la que te muestre cómo se hace, que no sea paso 1, paso 2, sino ver a la persona haciéndolo y dando los tips de cómo hacerlo. El video ayuda, y le da a la plataforma o tienda, un soporte muy grande de no solo venderte ropa, sino personalizarla, y existe esa asesoría en medidas y tallas.

Sería con todas las medidas, considera importante mostrar la zona que debe medirse, si podría utilizarlo.

Entrevista #15. Fecha: 10 / 11 / 2020 Hora: 07:13 pm

Experiencia de compra

No suele comprar ropa online, siente que es muy difícil ver la horma de las prendas sin medírselo. Le gusta ir a medir, y decidir frente al espejo. Suele revisar las reviews y experiencias de los demás usuarios, de pronto con una escala, para ver y guiarse al momento de comprar.

Le interesa que la ropa no se muestre en modelos irreales que no representan a la mujer colombiana, que muestre algo real.

Dentro de las malas experiencias, ha tenido desencantos totales, compró una prenda que pensaba no tenía mayor ciencia y le quedaría bien, y dice que le quedó como un niño, no formaba ni se parecía a lo de la figura. Sus principales motivos para irse de tiendas es que no encuentra el estilo que busca, o por no conseguir la talla

Forms

A veces le da perezas registrarse a las páginas, porque sabe que son cosas solo por relleno y

no lo usan, pero sabiendo que sus medidas le va a permitir guiarse para la ropa sí se tomaría el tiempo. Sabiendo para qué es, no tendría problemas ni se sentiría mal en poner sus medidas.

Le gustó muchísimo la función de la recomendación a partir de las medidas, porque quiere que le digan cuál es la mejor para ella.

Guía de Tallas

Nunca ha usado guía de tallas, siempre para comprar se guiaba de las tallas de la tienda y midiéndose la ropa en tienda física, compara entre una y otra. Le parece que es clara, teniendo en cuenta las partes del cuerpo exactas que van con esa prenda, así como la guía visual del muñeco con las medidas. Le gustaría que fuera correspondiente la talla al muñeco, para verlo más cercano a su cuerpo.

Video

Siente que explican bien, se entiende, pero por momentos la voz iba en tiempos diferentes y se perdía la explicación aunque al final entendía. Que exactamente la imagen concuerde con la voz, que lo que se esté diciendo se muestre en el momento exacto.

Siente que está a destiempo, y la voz se adelanta a la imagen.

Dice que medirse no es algo muy común que uno haga, a pesar de que es difícil, usualmente va con la modista a que le tome la medida.

Entrevista #16. Fecha: 11 / 11 / 2020 Hora: 09:28 am

Experiencia de compra

Hace compras online una vez a la semana. Ha comprado ropa, zapatos, maquillaje. Prefiere comprar por página web es más confiable para ingresar datos (ej: relacionados con tarjetas). Le da confianza que la página esté bien establecida, reconocimiento de marca. En instagram le da confianza el número de seguidores.

Hace uso de la guía de tallas tanto en instagram como en las páginas web, sin embargo, cuando no las tienen recurre a las tallas estándar. La mala experiencia fue causada por fallas de calidad, material de la tela. Generalmente se siente bien comprando ropa. Se siente frustrada cuando encuentra una prenda que es de su agrado pero no le queda como esperaba, la horma no es la adecuada.

Descarta una tienda por la atención al cliente o por diseños.

Forms

Acostumbra a registrarse en páginas web buscando descuentos o para facilitar los procesos de compra, ya que teniendo la cuenta no es necesario volver a ingresar todos los datos de usuario cada vez que se vaya a llevar a cabo una compra.

No considera invasivo ingresar las medidas, le parece chévere, útil y que facilita más el proceso de compra. Le gustaría que se le hicieran sugerencias de tallas con respecto a estas

medidas.

Es muy poco frecuente que mande a arreglar prendas ya que cree que su cuerpo es acorde con las medidas estándar.

Guía de Tallas

Afirma una preferencia por el uso de guías de tallas de las páginas, si las usa y le parece que son útiles.

Le gusta que las medidas sean las de la prenda que se muestra. Es completa.

Pagaría un costo adicional por arreglar las prendas para asegurarse de que le va a llegar una prenda que le quede bien y que va a estar contenta con su compra.

La cantidad de tallas está bien y es necesaria.

Video

Sí se ha tomado las medidas en alguna ocasión (blusa), sin embargo, fue con ayuda de un tercero (su mamá).

El video es bastante claro, ya que se ve bien como debe hacerse el proceso de toma de medidas.

Sí tiene un metro en la casa.

Entrevista #17. Fecha: 11 / 11 / 2020 Hora: 10:22 am

Experiencia de compra

No hace compras online de ropa ya que considera que su tipo de cuerpo es diferente y le parece difícil encontrar una talla que se ajuste, por eso prefiere probarse las cosas en la tienda física. Prefiere comprar a través de página web ya que le permite ver precios, descripción del producto. Suele tener problemas en la compra de pantalones, le quedan muy justos en las piernas y sueltos en la cintura, es un reto para ella. No disfruta el ir de compras. Se ha sentido frustrada cuando encuentra algo que le gusta pero al ponerselo no se le ve bien.

No le gusta de una tienda que los vendedores estén “encima de ella”, se siente más cómoda mirando por sí misma y en dado caso solicita la ayuda. Descarta una tienda por estilos que no le gustan. No suele llevar una opinión clara de lo que quiere, prefiere mirar las prendas a ver si algo le gusta.

Forms

Solo se registra en las páginas web si es obligatorio, de resto prefiere no hacerlo. Le gusta la idea de ingresar sus medidas si tiene el previo conocimiento de que sus fines son de recomendación de talla o que va a poder entender mejor qué talla es la que debe de comprar en la tienda, teniendo en cuenta que es común encontrarse con que las tiendas manejen tallajes diferentes. Considera que esto la puede ayudar a comprar algo que le va a quedar

mejor y que se le va a ver bien.

Los datos en general no los considera invasivos. Siempre ha tenido que mandar a arreglar las prendas que compra tanto camisas (holgadas en las mangas) como pantalones (le quedan muy largos o sueltos en la cintura).

Guía de Tallas

Nunca ha usado la guía de tallas de las páginas porque desconoce las medidas de su cuerpo. Le parece bien elaborado el prototipo de la guía, le gusta que haya una imagen que le muestre donde se ubica cada medida. La cantidad de tallas es inclusiva, se maneja gran variedad.

Ella pagaría un valor adicional por el servicio de ajuste de prenda porque igualmente si no lo hiciera es muy probable que deba acercarse a una modista para que se la ajuste, sin embargo, se ahorra este proceso con el servicio, el cual le ofrece una prenda ya lista acorde con sus medidas. Le ahorra trabajo y tiempo.

Sugerencia: mas tallas para personas muy delgadas.

Video

Se ha tomado ella misma las medidas, sin embargo afirma que siempre se las toma mal. No está del todo segura de donde se ubica la cadera y dónde la cintura. Le suele pasar que en una ocasión se toma las medidas y en una semana se las vuelve a tomar y obtiene medidas totalmente diferentes.

El video le parece muy claro y explicativo. El tip de dejar el metro suelto es bueno, no lo había considerado. Corto, conciso, puntual. Es bueno que sea corto porque la gente suele no ver videos tan largos.

Sugerencia: sería interesante que fuera video por prenda o tipo de prenda.

Entrevista #18. Fecha: 11 / 11 / 2020 Hora: 01:16 pm

Experiencia de compra

Por la pandemia, empezó a comprar cada dos o tres semanas, compra para su papá o mamá. Algunas compras las hace por instagram, otras por página web como Linio o Dafiti, en las que se siente más segura que en redes sociales.

Pregunta al vendedor qué corte o talla utilizan, como la slim fit que se basa en modelos coreanos y busca la talla según su corpulencia. Una vez le pasó que compró y llegó más pequeño de lo que esperaba, aunque ya se acostumbró a las referencias que dan de las tallas.

Forms

Preguntó si se manejan los teoremas de tipo de cuerpo según la medicina.

Dice que poner las medidas es una muy buena opción, ya que ella suele registrarse porque confía más de esa forma. Le gustaría ver una preview del producto de acuerdo a sus especificaciones, porque eso le evitaría las devoluciones.

Guía de Tallas

Ha usado guía de tallas, porque suele comprar en tiendas coreanas, aunque elija la que le dice la página y al ser alta, no le queda por el largo cuando se trata de una falda o short corto. Dice que la guía de tallas está muy clara, mejor que cualquiera que haya visto como la slim fit. Le parece que manejarlo a centímetros es más humano, más sencillo, y tratarlo más de medidas que de tallas es más amigable.

Video

Se usan conceptos espaciales muy básicos, comentarios como decir “que no te quede muy ancho” que deberían ser más específicos con decir 1 cm o más. Dice que en vez de colocar a la persona, sería mejor usar imágenes quietas y básicas, porque el movimiento es un distractor, en lugar de eso con un modelo anatómico que diga donde se toma las tallas la persona va a ir directo a esa zona. Sólo identificó la cintura, y no se especifican qué zonas del cuerpo son.

Entrevista #19. Fecha: 11 / 11 / 2020 Hora: 15:00 pm

Experiencia de compra

Le gusta comprar por internet y lo hace aproximadamente cada 3 meses. Prefiere por página web, y si es por instagram pide al vendedor que le muestre fotos de la tela y como se ve la prenda en vez de quedarse solo con la foto de la modelo. Mira mucho en las recomendaciones y redes sociales, si lo recomienda un influencer o video de youtube.

Se frustra de forma frecuente al ser delgada y alta, porque no le quedan los pantalones de largo y cintura. Le va mejor en la ropa americana.

Forms

Suele registrarse con correo electrónico, o lo más fácil es con facebook porque te ahorra poner tantos datos. Con respecto a poner las medidas piensa que es perfecto, al ser lo que más usa al momento de comprar ropa.

Le gustaría las sugerencias, mientras suene a una y no parezca algo ofensivo para la persona.

Guía de Tallas

Ya ha usado guía de tallas antes, le parece que la de TEIA es bastante completa y usa las que se toman principalmente para las prendas, es clara y fácil de usar. Sugiere la posibilidad de usar talla 5, para tener un punto medio entre la 4 y 6. Sugirió una página en la que se les daba otro nombre a las tallas, y se podría implementar junto a la equivalencia.

Dice que hay páginas donde aparecen tallas adicionales como petit, con largo y extralargo, variaciones de las tallas estándar.

Video

Le gustaría video donde se observe bien a la persona, con mejor iluminación y demás aspectos estéticos, o cuerpo completo para un solo video enseñar todas las medidas que se necesitan. Pausas de introducción, porque la persona habla y ella se pierde viendo la imagen, que indique qué medida se va a tomar primero y se explica cómo se toma al final dejando un escrito o resumen.

Entrevista #20. Fecha: 11 / 11 / 2020 Hora: 08:30 pm

Experiencia de compra

Ha hecho compras online, usualmente adquiere zapatos, medias o joyería. Nunca ha comprado a través de páginas web o instagram, prefiere hacerlo a través de aplicaciones como Aliexpress y Falabella ya que considera que son más fáciles de usar y encuentra artículos más económicos, a pesar de que algunos tardan bastante tiempo en llegar.

Falabella le generó confianza porque cuentan con tiendas físicas mientras que en Aliexpress se basó en el volumen de ventas y las recomendaciones que tenían los vendedores, por ahora no ha tenido malas experiencias usando estas apps.

Las malas experiencias que ha tenido se tratan de ocasiones en las que no ha encontrado la prenda que estaba buscando y otra en la que la tienda hizo publicidad aparentemente falsa sobre el inventario de sus prendas.

Forms

Le genera un poco de conflicto que el video no esté acorde con las medidas que se solicitan, y enfatiza en que es muy importante que las medidas y el video concuerden. Aclara que si solo quisiera comprar una camisa sería innecesario digitar las medidas de la parte inferior del cuerpo. Asumiendo que es un formulario usado para completar un proceso de compra, si lo considera adecuado a niveles generales.

Guía de Tallas

Suele no mandar a arreglar prendas ya que si al momento de comprarlas ve que es necesario ajustar algo, prefiere no comprarlas.

La guía de tallas en general la ve bien sin embargo afirma que desconoce información sobre los tallajes que le impiden hacer otra observación.

En cuanto al servicio de arreglo de prendas le parece bueno, sin embargo, esto depende del precio del servicio ya que resalta que hay marcas como Koaj que cortan los pantalones de manera gratuita.

Sugerencia: reordenar las medidas de acuerdo al orden en el que se ven en el dibujo/imagen de referencia (cintura, cadera y largo).

Video

El video es claro, la duración es la adecuada, le parece que el video es un poco gracioso. Si bien su madre tiene un metro ella como tal no tiene uno, y si tuviera que comprar un metro para acceder al servicio de arreglo de prenda, preferiría no usarlo o en su defecto no comprar la prenda para evitar complicaciones.

Sugerencia: hablar más pausado en el video.

Entrevista #21. Fecha: 12 / 11 / 2020 Hora: 08:00 pm

Experiencia de compra

Solo ha hecho dos compras por internet y la frecuencia depende de las necesidades que en el momento tenga, prefiere la compra por instagram dado que hay más portafolio y es más amigable con el cliente; revisa los comentarios y las opiniones de la página, suele mirar las medidas de la ropa que compra.

Forms

Si acostumbra a registrarse en páginas que sean confiables y responsable con los datos, le parece interesante e innovador poner las medidas, le parece interesante que la página le sugiera una tallas acorde para ella.

Guía de Tallas

Le parece clara la guía de tallas, da información concisa y que es de fácil uso, cree que la cantidad de tallas son suficientes, además que a ella le gustan las prendas ajustadas, entonces entre más exactitud mejor para ella, y también ha mandado arreglar prendas ya que es baja y le quedan muy largas.

Video

Resumen

¡Importante!

Opinión del vídeo, sugerencias del video, y si lo pondrían en práctica

Ella nunca se ha tomado las medidas, solo se lo ha realizado un tercero, el video es claro con el mensaje que quieren dar además que lo muestran de una manera sencilla, la duración del video le parece apropiada, en cuanto a sugerencias, más ayuda visual en el video.

Si cuenta con metro en la casa.

PROTOTIPO 2

Entrevista #22. Fecha: 14 / 11 / 2020 Hora: 10:33 am

Experiencia de compra

Hace compras online, sin embargo le parece complicado adquirir ropa por estos medios, prefiere tecnología o electrodomésticos. Prefiere comprar por instagram ya que apoya a los emprendimientos, es más económico y el servicio es más personalizado y con una atención más cercana (mensajes por DM). Le da seguridad las opiniones de personas que ya han comprado, y las recomendaciones hechas por influencers.

Reconoce que ha visto las guías de tallas en las páginas pero como no cuenta con un metro en su casa y desconoce sus medidas entonces no le han sido de utilidad, suele recurrir a las tallas estándar. Se fija en si son prendas que pueden ser adaptadas para tomar la decisión de compra sobre la misma. La adaptación la hace ella misma ya que no confía en pedirle a un modista para que se la ajuste.

Últimamente ha preferido comprar ropa de segunda mano, suele quedarle bien y es más económica.

Se frustra cuando compra en tienda física cuando ve una prenda que le gusta pero cuando se la pone no le queda como esperaba, lo cual en ocasiones arruina por completo la experiencia de compra. Considera que la situación actual también ha influido en nuestras decisiones teniendo en cuenta que no suele estar permitido probarse la ropa en las tiendas físicas lo que incita a que compremos prendas con las que nos sintamos conformes pero que si nos hubiéramos medido en la tienda probablemente no habríamos comprado.

También ha notado que los probadores de algunas tiendas físicas se encuentran alterados para que la persona se vea diferente al verse al espejo.

Hubo un tiempo que se sentía acomplejada con su cuerpo así que solía (y aún hoy) comprar prendas más grandes que su talla, y nada ajustadas. Por ejemplo, marcas como Mattelsa le parece que ofrecen prendas “muy pequeñas”,

En las tiendas físicas se fija en el ambiente, como están organizadas las cosas, cómo está distribuido, la combinación de colores y prendas, y la amplitud de la tienda.

Forms

Usualmente no se registra en páginas web. Los datos solicitados son acordes,

Le parece que una opción sería que en la primera compra regaláramos metros, para facilitar a nuestros clientes el uso del servicio de la toma de medidas y respectivo ajuste de prendas.

El hecho de ingresar las medidas para hacer la compra, cuando se trata de una persona que no sabe cómo tomarlas, esto puede desincentivar la compra. La recomendación de talla si es interesante para ella ya que siente que hace que la experiencia de compra sea más personalizada.

Guía de Tallas

La solución le parece adecuada y muy interesante, ya que se puede arreglar la prenda si la persona por ejemplo es de baja estatura o aspectos así.

Le parece bien la guía de tallas, sin embargo, resalta que las marcas que suele comprar de fast fashion usan tallaje europeo, la variedad de tallas es bastante amplia y le parece interesante el hecho de ofrecer tallas bastante grandes. Resalta el hecho de que en campañas de aceptación usan modelos delgadas con diseños bonitos y mujeres curvy con diseños pasados de moda, sabiendo que podría mantenerse el diseño para ambos tipos de cuerpo.

Video

El video en general está bien, es claro. La duración del video es la adecuada.

Sugerencias: mejorar el ángulo de grabación, en este caso se ve más pequeña porque parece que fue grabado desde arriba. Hace falta un cierre, el video queda cortado al final. Grabar el video en modo horizontal y no en vertical para que no se vea recortado.

Entrevista #23. Fecha: 14 / 11 / 2020 Hora: 11:10 am

Experiencia de compra

No hace compras online (de ningún tipo) porque no cuenta con tarjeta de crédito. Suele no tener problemas con la compra de ropa, en ocasiones problemas de calidad donde la prenda sale “dañada”. Nunca se ha sentido frustrada comprando ropa. Suele tener buenas experiencias.

Forms

No se registra en páginas web ya que no compra a través de estas.

No le gusta la idea de las medidas cree que no lo usaría, no le queda del todo claro el por qué son necesarias. Los datos en general están bien.

Sí ha mandado a arreglar prendas (pantalones muy largos).

Guía de Tallas

Sí ha usado las guías de tallas de las páginas. Le gustó el prototipo de la guía de tallas, le parece útil, la variedad de tallas es adecuada.

El servicio de ajuste de prendas le parece bueno, sin embargo, no lo pagaría, ya que prefiere primero medirse la prenda para ver cómo le quedaría y luego si pagar.

Video

El video le parece bien, la duración es adecuada.

Ella misma nunca se ha tomado las medidas ya que suele ir a donde una modista que es quien se las toma.

Sí cuenta con un metro en su casa.

Sugerencia: que hablen más lento.

Entrevista #24. Fecha: 14 / 11 / 2020 Hora: 12:46 pm

Experiencia de compra

Si hace compras online, le parece más fácil y le gusta que puede ver el catálogo en línea y que le lleguen las prendas a la casa. No le gusta de las tiendas físicas que los vendedores esten constantemente preguntando sobre qué es lo que necesita. Suele comprar más por página web, sin embargo estas páginas las encuentra a través de instagram, cuando en instagram no cuentan con página web compra ahí directamente o por whatsapp.

La seguridad se la dan los seguidores, los comentarios o recomendaciones de influencers ya que en dado caso puede reclamar a través de instagram.

Hace uso de la guía de tallas de las páginas o en su defecto suele quedarle bien la talla s. No ha tenido malas experiencias de compra, lo único es que le incomoda un poco tener que asumir los costos de envío sin embargo lo que resalta es que siempre le permiten hacer la devolución o cambio.

Se ha sentido frustrada comprando ropa y le pasa más cuando está en tienda física que virtualmente, pero siente que está más en ella misma, en que a veces no se siente con el “mood” para comprar entonces siente que todo le queda mal.

Las últimas veces que ha comprado ropa ha sido virtual y ha comprado en mayores cantidades, además ha “corrido el riesgo” de adquirir prendas que suele ser difícil que queden bien a simple vista.

En ocasiones prefiere la experiencia virtual en lugar de presencial, le gusta esa espera de que llegue el paquete y sentir que es un regalo “de ella para ella”.

Forms

Ella suele registrarse en las páginas web dependiendo de la marca, más que nada si se trata de una marca que le gusta.

Le parece una buena idea el ingreso de tallas ya que a pesar de que ella no suele tener inconvenientes con las mismas si reconoce el problema de las tallas y le parece una solución adecuada ya que les facilita el proceso de compra a las personas.

Ha mandado a arreglar prendas pero por fuera de las marcas.

El servicio de arreglo lo prestan marcas como Koaj o Zara.

Sugerencia: Agregar la edad o aspectos relacionados para conocer más al segmento.

Guía de Tallas

Le gusta que se ofrece una amplia variedad de tallas,

Ella como usualmente es acorde con la talla estándar no cree que haga uso del servicio tan a menudo, pero de ser necesario (por ejemplo en el caso de una prenda de su gusto pero que no es acorde con las medidas) cree que si lo pagaría.

Le gusta la solución que proponemos, le parece que es pertinente.

Video

Ella suele tomarse las medidas ella misma para verificar qué talla es la correcta.

Le gustó el video, le parece claro, entendible, muy importante el tip de que no pongan muy justo el metro. La duración es adecuada, corta, se dice lo sustancial sin divagar.

Sugerencias: mejor iluminación, pulirlo estéticamente.

Entrevista #25. Fecha: 14 / 11 / 2020 Hora: 01:00 pm

Experiencia de compra

Si realiza compras por internet, la frecuencia depende de las ofertas, prefiere comprar por página web, por estabilidad, seguridad y organización, en instagram no te dan precios, pero en la página está ahí todo, pero en instagram por recomendación.

Cuando está en una página por costumbre pide la talla más pequeña, ella no tiene problemas con tallas y nunca se ha ido de una tienda por tallas sino por precios.

Forms

Si acostumbra a registrarse en páginas ya que a veces dan descuentos y promociones, está de acuerdo en poner los datos personales ya que no son invasivos y pues no tan personales, con respecto a la talla está de acuerdo en poner sus medidas ya que afirma no tener ningún problema con su cuerpo siempre y cuando estas sean para su uso personal y privado, ella cree que sería más interesante que le recomendaran prendas que le quedaran bien que tallas a partir de sus medidas.

Guía de Tallas

Nunca ha usado la guía de medidas ya que siempre pide la talla que acostumbra, no le parece útil ya que no sabe cuales son sus medidas, depende el tipo de prenda, ella elegiría si prefiere arreglarla o personalizarla totalmente, la variedad de tallas le parece suficiente. le parece irrelevante la cantidad de tallas.

Video

Ella nunca se ha tomado las medidas a sí misma, el video le pareció claro y de fácil uso, cree que es posible tomarse las medidas ella sola, en cuanto a sugerencias dijo que de pronto

mejorar la luz.

Entrevista 26. Fecha: 14 / 11 / 2020 Hora: 02:00 pm

Experiencia de compra

Si, la frecuencia es cada dos meses, se ha incrementado con la pandemia, prefiere instagram porque es más personalizado, para asegurar su pedido pide fotos del producto original y una imagen de los medios de pago, para asegurar que si es estable; tiene problemas para encontrar pantalones, online no son claros en cuanto a las medidas, así que el producto no le queda como ella quería.

A veces las tallas no son las que ella necesita son muy grandes para su cuerpo, además que en las tiendas es muy incómodo medirse la ropa.

Forms

Si, depende la página, y básicamente es por los descuentos, daría los datos ya que no los considera personales, pero hay que dejar claro para que se piden los datos, generar confianza a la hora de pedir las medidas. Ella está de acuerdo en las sugerencias de talla, y manda siempre arreglar su ropa ya que no siempre le queda como ella quiere.

Guía de Tallas

Si utiliza la guía de tallas para encontrar la talla correcta, la tabla de medidas de TEIA le parece atractiva y de fácil uso, también estaría interesada en el servicio de arreglo de prendas, creé que hacen falta medidas más pequeñas por ejemplo la 2.

Video

Ella acostumbra a medirse dado que algunas veces ella confecciona su ropa, el video le pareció claro, le parece que la duración es apropiada.

Si tiene metro.

Entrevista #27. Fecha: 14 / 11 / 2020 Hora: 03:36 pm

Experiencia de compra

No hace compras por internet, ya que no se le ha presentado la oportunidad. En dado caso, preferiría comprar por páginas web ya que le parece más confiable, menciona mercadolibre como una página de e-commerce que puede ser confiable ya que puede verificar las reseñas y reputación del vendedor. Tiene un mal concepto de instagram y considera que si compra por ahí la van a robar.

No ha tenido malas experiencias comprando ropa, compra ropa con muy poca frecuencia así que cada vez que va a comprar le genera sentimientos positivos. Nunca se ha sentido frustrada comprando ropa.

Descarta tiendas por: diseño, estilo.

Forms

No suele registrarse en las páginas web.

La toma de medidas en el formulario le parece bien, no intrusivo, ya que le ofrece una guía a la persona que le permite conocer qué talla es. Ha mandado a arreglar una prenda porque le quedó grande o se le dañó o rasgó.

Sugerencia: de pronto puede ser de utilidad solicitar el número de celular de la persona para confirmaciones de venta por whatsapp.

Guía de Tallas

Le parece bien, la cantidad de tallas está bien, le gusta la idea de que el muñeco cambie según la talla y que le ofrezca una perspectiva aproximada de cómo le van a quedar las prendas.

El servicio de arreglo y ajuste de tallas le parece bien y lo pagaría ya que considera que esto puede ayudar a que la ropa le quede bien, accedería a ese costo adicional ya que la prenda ya quedaría como la persona desea o le gustaría.

Video

Sí cuenta con metro en su casa, sin embargo, nunca se ha tomado las medidas de su cuerpo. El video le parece bien y explicativo, claro y fácil de entender, la duración es adecuada y no divaga en aspectos innecesarios.

Entrevista #28. Fecha: 14 / 11 / 2020 Hora: 09:00 pm

Experiencia de compra

Si realiza compras online frecuentemente, prefiere instagram ya que es más personal, los comentarios, la reputación, además que instagram la usa todo el tiempo. Se siente segura en páginas reconocidas.

Para asegurar las medidas de la prenda usa la guía de tallas, prefiere comprar en las páginas que tienen esa tabla de medidas.

Forms

Si acostumbra a registrarse en páginas web que le brinden un descuento o promoción, le parece extraño que tenga que llenar esos datos, pero que después le parecería satisfactorio ya que la hace sentir especial y que realmente le importa el cliente, si pudiera cambiar algo sería quitar la fecha de nacimiento, ha mandado arreglar ropa, principalmente pantalones. Ella tiene problemas con las prendas dado que es alta, entonces cuando le quedan bien de largo son muy estrechas.

Guía de Tallas

Ella acostumbra a ver las guías de tallas de las tiendas online, le parece clara y entendible la tabla, además que las tallas y medidas son inclusivas y hay demasiada variedad; pero sería

bueno que todo estuviera más explicado como un oprime aquí o algo así, prefiere la prenda hecha a la medida pero los precios no sean exagerados.

Video

Ella no se ha tomado las medidas nunca, sugerencias más ayuda visual, le parece que la duración del video es idónea.

Si tiene metro.

Entrevista #29. Fecha: 15 / 11 / 2020 Hora: 09:10 am

Experiencia de compra

No acostumbra a realizar compras por internet ya que es muy difícil encontrar ropa para ella, prefiere comprar por página web porque le parece más seguro además que no usa regularmente instagram, para más seguridad prefiere el método pago contra entrega ya que no cuenta con tarjetas.

Ella afirma tener muchos problemas al momento de comprar ropa ya que es mucho más alta que la estatura promedio, entonces no le es posible ponerse zapatos altos ni muchas prendas de vestir, como vestidos, además que los jeans son muy difíciles de encontrar.

Forms

Ella no acostumbra a registrarse en páginas web, ya que no compra online, pero le parece interesante poner las tallas ya que es un indicativo que la talla que sugieran puede ser para ella y le puede quedar como ella quiere, también está de acuerdo en poner esos datos ya que no son tan personales.

También ha mandado arreglar su ropa ya que en algunas ocasiones debe ajustarla.

Guía de Tallas

Resumen

¡Importante!

que tanta usabilidad le darían a la guía, si acostumbran a mirar las guías y datos que consideren relevantes.

No, ella nunca ha usado guía de tallas ya que prefiere medirse la ropa, pero le parece que la guía de tallas de teia es bastante clara y específica, cree que sería bueno hacer las algunas muñecas con más altura, le parece super la personalización de tallas y cree que la podría ayudar bastante.

Video

El video le parece claro y amigable, no cree que sea largo y es apenas para una persona que no tiene tiempo, sugiere más ayuda visual, pero que del resto está bien, le parece buena idea que sea un video por prenda ya que sería más sencillo de entender y no se tomaría medidas innecesarias.

No cuenta con metro en su casa.

Entrevista 30. Fecha: 15 / 11 / 2020 Hora: 02:00 pm

Experiencia de compra

Resumen

¡Importante!

frecuencia de compra, cómo compran y qué problemas tienen al momento de comprar

Si realiza compras por internet, prefiere instagram ya que le sale publicidad de algo que le gusta y puede de una vez comprarlo, en cambio a veces por pagina web muchas tiendas pasan desapercibidas, le da seguridad que los pagos sean por pse o payu ya que si pasa algo puede hacer el trámite para que le devuelvan el dinero.

Ella dice no tener muchos problemas cuando compra ropa ya que las tallas que le ofrecen le quedan bien en la mayoría de aspectos.

Forms

Si se registra en páginas ya que algunas le ofrecen promociones o descuentos, pero siempre pasa un correo olvidado de spam que tiene, le parece que esos datos están muy bien ya que no son personales y no toma una gran cantidad de tiempo llenarlos, le parecería raro que apenas se registre poner las medidas, pero si hay una explicación estaría de acuerdo, le gustaría que le recomendaran la talla ya que no tendría que buscarla en la guía de medidas y manda a arreglar la ropa principalmente pantalones.

Guía de Tallas

Si, acostumbra a revisar siempre la guía de tallas ya que le da pereza realizar cambios, entonces prefiere asegurarse con la talla, le parece que las imágenes son muy bonitas y dan una gran ayuda visual, además que como ella siempre mira las guías le parece que son precisas en cuanto a las medidas que piden y que las usaría más fácil.

Video

Ella cree que el video está bien de duración y que las indicaciones son precisas, que podría usarlo sin ningún problema, la recomendación es que sea más dinámico y con más ayuda visual.

Si tiene metro en su casa.

Entrevista 31. Fecha: 15 / 11 / 2020 Hora: 04:00 pm

Experiencia de compra

Si ha hecho compras online, depende la frecuencia, ahorita con la pandemia se han incrementado las compras online, prefiere las páginas web ya que no cuenta con cuenta de instagram, la seguridad depende de la confianza de la página enviando correos de confirmación, además que prefiere los pagos por pse.

Para asegurarse de la talla de las prendas se dirige a la guía de medidas, que la guía de tallas sea específica para quienes son las prendas y que tan grande es la ropa.

Forms

Se registra dependiendo la página y dependiendo la información que está le pide, no tiene claro cuales son las medidas de su cuerpo entonces para saltar estos pasos para rapidez pondría datos erróneos, le gustaría que le sugirieran la talla ya que ella elegiría una talla incorrecta, si ella ha mandado arreglar una prenda, los pantalones le quedan anchos y largos ya que ella es bajita.

Guía de Tallas

Si, ella ha usado las guías de medidas, poner más información en las medidas y en las tallas para así tener más claro que es lo que están comprando, le gustaría el servicio de arreglo ya que no cuenta con tiempo para mandarla arreglar y a veces no sabe quien la arregla, la cantidad de tallas le parece idónea e inclusiva para todas las mujeres.

Video

No ella nunca se ha tomado a sí misma las medidas, un tercero la ha ayudado, le parece que el video esta claro y la explicación es entendible, la duración del video le parece perfecta, como sugerencia el sonido del video no es mejor, además que sería buena idea ponerle subtítulos.

Anexo. B: Desarrollo de encuestas sobre la percepción de la experiencia de compra de ropa de mujeres de diferentes edades, validación de problema.

Marca temporal	Género con el que te identificas.	Edad	En las últimas veces comprando ropa, ¿cómo te sentiste? ¿por qué?
9/8/2020 13:46:25	Mujer	20	Bien, encontré lo que buscaba
9/8/2020 13:46:27	Mujer	21	Bien, solo la pedí en una revista y ya Frustrada porque una de las blusas me quedó
9/8/2020 13:48:55	Mujer	20	muy grande
9/8/2020 13:49:45	Mujer	46	Muy bien. Me gusta renovar mi closet
9/8/2020 13:51:51	Mujer	22	Muy bien porque compro ropa a mí gusto Feliz porque me gustó mucho como me quedaba una chaqueta que compré.
9/8/2020 14:00:07	Mujer	21	Bien me gusta realmente comprar ropa y mas
9/8/2020 14:03:06	Mujer	23	cuando hay lo que me gusta
9/8/2020 14:06:16	Mujer	22	Bien, era de todo mi gusto Bien, porque las tiendas estaban más vacías de
9/8/2020 14:08:28	Mujer	21	lo usual
9/8/2020 14:09:35	Mujer	24	hace 2 dias, muy buen ya que el producto supero mis estándares
9/8/2020 14:10:52	Mujer	21	A veces hay muchas cosas pero no encuentro nada fácilmente lo que quiero super bien emocionada, hace rato no compraba
9/8/2020 14:28:53	Mujer	23	ropa
9/8/2020 14:31:17	Mujer	19	Normal
9/8/2020 14:31:30	Mujer	21	Bien por que compre lo que quería
9/8/2020 14:32:01	Mujer	22	Si me senti feliz
9/8/2020 14:39:05	Mujer	21	Bien, encontraba gran variedad de estilos y colores
9/8/2020 14:39:12	Mujer	21	Bien, encontraba gran variedad de estilos y colores
9/8/2020 14:45:48	Mujer	20	Me sentía inquieta, ya que necesitaba algo formal, que luciera con mi color de piel, que fuese cómoda, ajustada a mi cuerpo.
9/8/2020 14:52:54	Mujer	20	Bien, cómoda porque fue por internet
9/8/2020 15:05:51	Mujer	16	Bien, buena atención
9/8/2020 15:12:27	Mujer	21	Bien por que compre lo que quería Incómoda, por que todos podían ver mientras
9/8/2020 15:50:01	Mujer	23	me probaba la ropa
9/8/2020 16:09:42	Mujer	25	Lo último que compre fue un jeans me sentí cómoda
9/8/2020 17:17:04	Mujer	21	A veces hay muchas cosas pero no encuentro nada fácilmente lo que quiero
9/8/2020 17:34:42	Mujer	30	Bien, aunque fue una experiencia online

9/8/2020 17:38:42 Mujer	22 Bien , satisfecha de los que quería
9/8/2020 18:23:46 Mujer	24 Bien me quedaba bien Regular porque la talla en la que venía el vestido era talla única por lo cual el vestido me quedó
9/8/2020 19:14:20 Mujer	22 grande
9/8/2020 19:39:30 Mujer	35 Mal porque no.Se puede medir por la pandemia
9/8/2020 20:07:01 Mujer	34 Si, satisfacción por tener algo nuevo
9/8/2020 20:11:31 Mujer	20 A gusto con lo que compre Bien, muy cómodo por el excelente trato y atención por parte de los colaboradores en la
9/8/2020 20:13:19 No Binario	22 tienda.
9/8/2020 21:15:48 Mujer	Bien, porque logré comprar lo que quería y a un 21 buen precio
9/8/2020 21:32:50 Mujer	Satisfecha, he conseguido rápidamente las 23 prendas que busco
9/8/2020 22:36:20 Mujer	Bien, porque logré comprar lo que quería y a un 21 buen precio
9/9/2020 10:03:23 Mujer	21 Bien
9/9/2020 12:21:39 Mujer	20 Bien, me gustó
9/9/2020 16:31:13 Mujer	20 Bien porque queria comprarla hace mucho
9/10/2020 18:41:53 Mujer	Bien, porque logré comprar lo que quería y a un 21 buen precio
9/11/2020 1:39:31 Mujer	Bien, porque logré comprar lo que quería y a un 21 buen precio
9/11/2020 2:18:54 Mujer	Bien, porque logré comprar lo que quería y a un 21 buen precio
9/19/2020 18:37:08 Mujer	A veces hay muchas cosas pero no encuentro 21 nada fácilmente lo que quiero

Indica cuál de las siguientes experiencias has tenido comprando ropa.

me quedara bien.

Entré a varias tiendas y salí sin nada., La ropa no me ha quedado como esperaba., Fui a la tienda y encontré todo lo que me gustaba con rapidez.

me quedara bien., Tuve que dejar de comprar una prenda porque era demasiado larga/corta para mi., Compré una prenda que era demasiado larga para mi, y tuve que mandarla a cortar.

Fui a la tienda y encontré todo lo que me gustaba con rapidez.

Fui a la tienda y encontré todo lo que me gustaba con rapidez.

Entré a varias tiendas y salí sin nada., La ropa no me ha quedado como esperaba., Fui a la tienda y encontré todo lo que me gustaba con rapidez., No tuve ningún problema comprando ropa.

Tuve que ir a más de una tienda para encontrar algo que me quedara bien.

Tuve que ir a más de una tienda para encontrar algo que me quedara bien.

Entré a varias tiendas y salí sin nada.

Fui a la tienda y encontré todo lo que me gustaba con rapidez., Tuve que dejar de comprar una prenda porque era demasiado larga/corta para mi.

Entré a varias tiendas y salí sin nada., La ropa no me ha quedado como esperaba., Fui a la tienda y encontré todo lo que me gustaba con rapidez., Tuve que ir a más de una tienda para encontrar algo que me quedara bien., Tuve que dejar de comprar una prenda porque era demasiado larga/corta para mi., Compré una prenda que era demasiado larga para mi, y tuve que mandarla a cortar.

me quedara bien., Tuve que dejar de comprar una prenda porque era demasiado larga/corta para mi., Compré una prenda que era demasiado larga para mi, y tuve que mandarla a cortar.

Entré a varias tiendas y salí sin nada.

Entré a varias tiendas y salí sin nada.

Tuve que ir a más de una tienda para encontrar algo que me quedara bien.

Entré a varias tiendas y salí sin nada., La ropa no me ha quedado como esperaba., Fui a la tienda y encontré todo lo que me gustaba con rapidez., No tuve ningún problema comprando ropa., Compré una prenda que era demasiado larga para mi, y tuve que mandarla a cortar.

Entré a varias tiendas y salí sin nada., La ropa no me ha quedado como esperaba., Fui a la tienda y encontré todo lo que me gustaba con rapidez., No tuve ningún problema comprando ropa., Compré una prenda que era demasiado larga para mi, y tuve que mandarla a cortar.

Entré a varias tiendas y salí sin nada., La ropa no me ha quedado como esperaba., Fui a la tienda y encontré todo lo que me gustaba con rapidez., Tuve que dejar de comprar una prenda porque era demasiado larga/corta para mi.

ropa., Tuve que dejar de comprar una prenda porque era demasiado larga/corta para mi., Compré una prenda que era demasiado larga para mi, y tuve que mandarla a cortar.

Entré a varias tiendas y salí sin nada., La ropa no me ha quedado como esperaba., Tuve que ir a más de una tienda para encontrar algo que me quedara bien., Tuve que dejar de comprar una prenda porque era demasiado larga/corta para mi.

Entré a varias tiendas y salí sin nada.

Compré una prenda que era demasiado larga para mi, y tuve que mandarla a cortar.

La ropa no me ha quedado como esperaba., Tuve que ir a más de una tienda para encontrar algo que me quedara bien.

Entré a varias tiendas y salí sin nada., La ropa no me ha quedado como esperaba., Fui a la tienda y encontré todo lo que me gustaba con rapidez., Tuve que ir a más de una tienda para encontrar algo que me quedara bien., Tuve que dejar de comprar una prenda porque era demasiado larga/corta para mi., Compré una prenda que era demasiado larga para mi, y tuve que mandarla a cortar.

La ropa no me ha quedado como esperaba., Fui a la tienda y encontré todo lo que me gustaba con rapidez., Tuve que ir a más de una tienda para encontrar algo que me quedara bien., Tuve que dejar de comprar una prenda porque era demasiado larga/corta para mi.

Entré a varias tiendas y salí sin nada., La ropa no me ha quedado como esperaba., Fui a la tienda y encontré todo lo que me gustaba con rapidez., Tuve que ir a más de una tienda para encontrar algo que me quedara bien., Tuve que dejar de comprar una prenda porque era demasiado larga/corta para mí., Compré una prenda que era demasiado larga para mí, y tuve que mandarla a cortar.

Entré a varias tiendas y salí sin nada., Compré una prenda que era demasiado larga para mí, y tuve que mandarla a cortar.

Tuve que dejar de comprar una prenda porque era demasiado larga/corta para mí.

Entré a varias tiendas y salí sin nada., Tuve que ir a más de una tienda para encontrar algo que me quedara bien.
La ropa no me ha quedado como esperaba.

Tuve que ir a más de una tienda para encontrar algo que me quedara bien.

Fui a la tienda y encontré todo lo que me gustaba con rapidez.

Entré a varias tiendas y salí sin nada., Fui a la tienda y encontré todo lo que me gustaba con rapidez., Tuve que ir a más de una tienda para encontrar algo que me quedara bien.

No tuve ningún problema comprando ropa.

Entré a varias tiendas y salí sin nada., Fui a la tienda y encontré todo lo que me gustaba con rapidez., Tuve que ir a más de una tienda para encontrar algo que me quedara bien.

mí.

me quedara bien.

Entré a varias tiendas y salí sin nada., Tuve que ir a más de una tienda para encontrar algo que me quedara bien.

Entré a varias tiendas y salí sin nada., Fui a la tienda y encontré todo lo que me gustaba con rapidez., Tuve que ir a más de una tienda para encontrar algo que me quedara bien.

Entré a varias tiendas y salí sin nada., Fui a la tienda y encontré todo lo que me gustaba con rapidez., Tuve que ir a más de una tienda para encontrar algo que me quedara bien.

Entré a varias tiendas y salí sin nada., Fui a la tienda y encontré todo lo que me gustaba con rapidez., Tuve que ir a más de una tienda para encontrar algo que me quedara bien.

Entré a varias tiendas y salí sin nada., La ropa no me ha quedado como esperaba., Fui a la tienda y encontré todo lo que me gustaba con rapidez., Tuve que ir a más de una tienda para encontrar algo que me quedara bien., Tuve que dejar de comprar una prenda porque era demasiado larga/corta para mí., Compré una prenda que era demasiado larga para mí, y tuve que mandarla a cortar.

¿Has tenido que irte de una tienda sin la prenda que querías comprar, porque las tallas estándar no se ajustan a tus necesidades? **Cuando vas a comprar ropa, ¿te interesa más tener ropa que esté en tendencia, o con que te acomode está bien?**

Sí	No me interesa que no esté de moda mientras me guste.
Sí	No me interesa que no esté de moda mientras me guste.
Sí	No me interesa que no esté de moda mientras me guste.
Sí	No me interesa que no esté de moda mientras me guste.
Sí	No me interesa que no esté de moda mientras me guste.
No	No me interesa que no esté de moda mientras me guste.
Sí	No me interesa que no esté de moda mientras me guste.
Sí	No me interesa que no esté de moda mientras me guste.
Sí	No me interesa que no esté de moda mientras me guste.
Sí	No me interesa que no esté de moda mientras me guste.
Sí	Me gusta comprar ropa en tendencia.
Sí	No me interesa que no esté de moda mientras me guste.
No	No me interesa que no esté de moda mientras me guste.
Sí	No me interesa que no esté de moda mientras me guste.
Sí	Me gusta comprar ropa en tendencia.
No	No me interesa que no esté de moda mientras me guste.
No	No me interesa que no esté de moda mientras me guste.
No	No me interesa que no esté de moda mientras me guste.
No	No me interesa que no esté de moda mientras me guste.
Sí	No me interesa que no esté de moda mientras me guste.
Sí	No me interesa que no esté de moda mientras me guste.
Sí	No me interesa que no esté de moda mientras me guste.
Sí	No me interesa que no esté de moda mientras me guste.
Sí	Me gusta comprar ropa en tendencia.
Sí	No me interesa que no esté de moda mientras me guste.

No	Me gusta comprar ropa en tendencia.
No	No me interesa que no esté de moda mientras me guste.
Sí	No me interesa que no esté de moda mientras me guste.
Sí	No me interesa que no esté de moda mientras me guste.
Sí	No me interesa que no esté de moda mientras me guste.
No	No me interesa que no esté de moda mientras me guste.
No	Me gusta comprar ropa en tendencia.
Sí	No me interesa que no esté de moda mientras me guste.
No	No me interesa que no esté de moda mientras me guste.
Sí	No me interesa que no esté de moda mientras me guste.
No	No me interesa que no esté de moda mientras me guste.
Sí	No me interesa que no esté de moda mientras me guste.
Sí	No me interesa que no esté de moda mientras me guste.
Sí	No me interesa que no esté de moda mientras me guste.
Sí	No me interesa que no esté de moda mientras me guste.
Sí	Me gusta comprar ropa en tendencia.

¿Qué tan de acuerdo estás con las siguientes afirmaciones? Siendo 1 nada de acuerdo, 3 medianamente de acuerdo y 5 muy de acuerdo. [He dejado de comprar prendas porque alguien me dijo que no me quedaban bien.]

¿Qué tan de acuerdo estás con las siguientes afirmaciones? Siendo 1 nada de acuerdo, 3 medianamente de acuerdo y 5 muy de acuerdo. [Cuando voy a comprar descarto cierto tipo de ropa, porque no me gusta.]

¿Qué tan de acuerdo estás con las siguientes afirmaciones? Siendo 1 nada de acuerdo, 3 medianamente de acuerdo y 5 muy de acuerdo. [Cuando voy a comprar descarto cierto tipo de ropa, porque no me gusta cómo me quedan.]

5	5	5
2	5	4
3	5	5
1	4	1
1	5	2
4	5	5
3	5	5
1	4	4
1	4	5
3	1	3
1	5	5
5	5	5
1	3	2
5	5	5
4	5	5
5	4	5
5	4	5
3	5	5
1	5	4
5	5	5
5	5	5
3	5	5
5	5	5
1	5	5
5	4	5

3	2	4
4	4	5
5	5	5
1	4	5
3	5	5
2	5	5
2	5	5
3	5	5
5	5	5
3	5	5
2	5	4
5	5	5
1	3	3
3	5	5
3	5	5
3	5	5
1	5	5

¿Qué tan de acuerdo estás con las siguientes afirmaciones? Siendo 1 nada de acuerdo, 3 medianamente de acuerdo y 5 muy de acuerdo. [No consigo ropa que se ajuste a mi tipo de cuerpo.]

¿Alguna vez te has sentido frustrada comprando ropa?
¿Por qué?

3

1 A veces con los jeans porque me quedan largos

5

1 No. Todo me queda bien

2 No

Sí, porque me gusta algo y no me queda como quisiera que me quedara.

3 Si porque no me queda

2 porque no se amolda a la figura, son poco asimétricas

1 Porque es difícil conseguir talla xs en blusas y 4 en jeans

si, ya que soy muy alta y si me gusta generalmente no me queda en especial los vestidos

2 Porque no me queda como yo lo tenía en mi mente

5 no

1 No

Si por que aveces se acaba la talla del modelo que quiero y 4 quedan tallas muy grandes

3 Algunas veces por que soy delgada y pequeña

3 Si porque no encontraba la idea de la ropa que quería

3 Si porque no encontraba la idea de la ropa que quería

1 Si, porque no encuentro lo que realmente busco

No, afortunadamente encuentro ropa acomodada a mi estilo

Si.

3 Algunos tallajes están mal.

Si por que aveces se acaba la talla del modelo que quiero y 4 quedan tallas muy grandes

3 Porque siento que me hace ver más gordita

A veces me sucede con las blusas, cuando los diseños son muy bonitas pero estas son demasiado cortas.

2 Porque no me queda como yo lo tenía en mi mente

5 Si porque no consigo mi talla sobre todo en jeans

1 Siiiiii las tallas

1 Con las blusas son muy escotadas o muy aburridas

5 Si porque no encuentro la talla para mi cuerpo

3 Por Q no encuentro la talla adecuada

3 Si, porque no me queda bien

2 No, siempre trato de ir con el estilo y lo que quiero claro

2 No

Sii, porque muchas veces no hay mucha disponibilidad
delos modelos o del tipo de ropa que más me gusta para
3 mi tipo de cuerpo

1 En ocasiones por el deterioro pronto de la prenda de vestir

Sii, porque muchas veces no hay mucha disponibilidad
delos modelos o del tipo de ropa que más me gusta para
3 mi tipo de cuerpo

2 Si

2 Las promociones son talla pequeña

1 Si, porque no hay muchos tamaños

Sii, porque muchas veces no hay mucha disponibilidad
delos modelos o del tipo de ropa que más me gusta para
3 mi tipo de cuerpo

Sii, porque muchas veces no hay mucha disponibilidad
delos modelos o del tipo de ropa que más me gusta para
3 mi tipo de cuerpo

Sii, porque muchas veces no hay mucha disponibilidad
delos modelos o del tipo de ropa que más me gusta para
3 mi tipo de cuerpo

2 Porque no me queda como yo lo tenia en mi mente

Anexo C. Desarrollo de encuestas de evaluación de tendencias en la compra de ropa de clientes potenciales. Validación y perfilamiento de posibles clientes y usuarios.

Marca temporal	Género con el que se identifica	Edad
8/28/2020 21:45:25	Mujer	23
8/28/2020 21:46:54	Mujer	19
8/28/2020 21:55:20	Mujer	20
8/28/2020 23:47:31	Hombre	18
8/28/2020 23:48:16	Mujer	22
8/28/2020 23:57:20	Mujer	21
8/29/2020 1:31:21	Mujer	21
8/29/2020 3:19:38	Mujer	22
8/29/2020 5:05:28	Hombre	25
8/29/2020 5:27:44	Mujer	16
8/29/2020 7:20:51	Hombre	41
8/29/2020 7:34:34	Mujer	20
8/29/2020 7:45:40	Mujer	27
8/29/2020 8:20:23	Mujer	20
8/29/2020 9:22:23	Mujer	21
8/29/2020 9:38:22	Mujer	20
8/29/2020 9:38:27	Mujer	20
8/29/2020 9:43:19	Mujer	19
8/29/2020 9:43:26	Hombre	35
8/29/2020 9:56:56	Mujer	19
8/29/2020 10:49:36	Mujer	30
8/29/2020 12:51:31	Mujer	20
8/29/2020 12:54:18	Mujer	21
8/29/2020 13:05:37	Mujer	21
8/29/2020 21:04:27	Mujer	20
8/29/2020 21:53:17	Mujer	19
8/29/2020 22:00:25	Mujer	20
8/29/2020 22:02:17	Mujer	22
8/30/2020 4:53:54	Mujer	21
9/3/2020 21:40:05	Mujer	19

Describa la razón principal por la que usted compra ropa

Necesidad

Necesidad

Gusto

Por estilo

Necesidad y moda

Para la oficina

Porque me gusta verme bien

Necesidad / gusto

Vestir bn

Gusto

Comodidad

Eventos o fechas especiales

Por gusto y necesidad

Por gusto

Me gusta o la necesito

Porque me gusta el estilo o la prenda que compro

Porque me gusta el estilo o la prenda que compro

Por gusto

Necesidad

Porque es bonita

Necesidad y descuentos

Es agradable lucir una prenda que sea de mi agrado y comodidad.

Para lucir bien

Gusto

Por gusto

Por gusto

Por gusto

Si me gusta la compro

Gusto

Por gusto

¿A dónde va cuando compra ropa? ¿Por qué?

Outlet de las amélicas, venden el tipo de ropa que me gusta.

Cualquier parte.

Centro comercial

No hay lugar de preferencia

Centros comerciales, el centro, porque se encuentras cosas muy buenas y de todos los precios

Centros comerciales o mayoristas

Tengo dos almacenes que me gustan Mucho , porque encuentro todo lo que quiero en esos dos lugares , con cualquier cosa me acomodo

A los centros comerciales, allá encuentro todo

Almacenes por qué me gusta

No tengo un sitio predilecto

Outlet por economía

Centros comerciales

Por los precios

Koaj por moda

Zona T en bogotá, hay muchas tiendas juntas

A cualquier sitio, no hay uno específico. Solo a un sitio que haya algo que me guste

A cualquier sitio, no hay uno específico. Solo a un sitio que haya algo que me guste

Centros comerciales, o por Internet

Almaneces de marca reconocidos por la calidad

Centros comerciales para tener mas opciones

Centro comercial, es más organizado

A algún sitio donde inicialmente haya visto una prenda de mi gusto. Ningún sitio en especial.

Centro comerciales o zonas/calles con alto comercio

Cc

Centro comercial

Centros comerciales, o por Internet

Centro comercial

Donde vea ropa linda

Cc

Centros comerciales, o por Internet

¿Cuánto dinero destina, aproximadamente, a considerar que una prenda es un regalo? ¿A quién ha obsequiado u obsequiará?

Menos de \$500.000	Sí	Madre o padre
Menos de \$500.000	No	
Menos de \$500.000	Sí	Madre o padre
Entre \$500.000 y \$800.000.	Sí	Novio/a
Menos de \$500.000	Sí	Madre o padre, Tío/a, Primo/a, Amigo/a
Entre \$500.000 y \$800.000.	Sí	Madre o padre, Amigo/a, Hermano
Entre \$500.000 y \$800.000.	Sí	Madre o padre, Tío/a, Amigo/a, Novio/a
Entre \$1'500.000 y \$3'000.000	Sí	Madre o padre, Primo/a, Novio/a
Menos de \$500.000	Sí	Madre o padre
Menos de \$500.000	Sí	Madre o padre, Primo/a, Novio/a
Menos de \$500.000	Sí	Madre o padre, Novio/a
Entre \$800.000 y \$1'500.000	Sí	Madre o padre, Amigo/a, Novio/a
Entre \$500.000 y \$800.000.	Sí	Novio/a
Entre \$500.000 y \$800.000.	Sí	Madre o padre
Entre \$1'500.000 y \$3'000.000	Sí	Madre o padre
Entre \$500.000 y \$800.000.	Sí	Madre o padre, Tío/a, Primo/a, Amigo/a
Entre \$500.000 y \$800.000.	Sí	Madre o padre, Tío/a, Primo/a, Amigo/a
Entre \$500.000 y \$800.000.	Sí	Madre o padre, Amigo/a, Novio/a
Menos de \$500.000	Sí	Madre o padre, Novio/a
Entre \$800.000 y \$1'500.000	Sí	Madre o padre, Amigo/a, Novio/a
Entre \$800.000 y \$1'500.000	Sí	Madre o padre, Novio/a, Hija
Menos de \$500.000	Sí	Madre o padre, Primo/a, Amigo/a, Novio/a
Menos de \$500.000	Sí	Madre o padre, Tío/a, Novio/a
Entre \$800.000 y \$1'500.000	Sí	Madre o padre, Tío/a, Primo/a, Amigo/a
Entre \$500.000 y \$800.000.	Sí	Madre o padre, Amigo/a
Entre \$500.000 y \$800.000.	Sí	Madre o padre, Amigo/a, Novio/a
Entre \$500.000 y \$800.000.	Sí	Madre o padre, Amigo/a
Menos de \$500.000	Sí	Madre o padre, Amigo/a, Hermanos
Entre \$800.000 y \$1'500.000	Sí	Madre o padre, Tío/a, Primo/a, Amigo/a
Entre \$500.000 y \$800.000.	Sí	Madre o padre, Amigo/a, Novio/a

¿Qué tipo de prenda ha regalado o regalaría?

Parte superior (blusas, camisas, suéteres, chaquetas).

Accesorios (bufandas, calcetines)

Parte superior (blusas, camisas, suéteres, chaquetas).

Accesorios (bufandas, calcetines), Parte superior (blusas, camisas, suéteres, chaquetas).

Cuerpo entero (vestido, traje)

Accesorios (bufandas, calcetines), Parte inferior (pantalones, faldas, shorts, pantalonetas, joggers)., Parte superior (blusas, camisas, suéteres, chaquetas)

Accesorios (bufandas, calcetines), Parte superior (blusas, camisas, suéteres, chaquetas).

Parte superior (blusas, camisas, suéteres, chaquetas).

Accesorios (bufandas, calcetines), Parte inferior (pantalones, faldas, shorts, pantalonetas, joggers)., Parte superior (blusas, camisas, suéteres, chaquetas)

Parte superior (blusas, camisas, suéteres, chaquetas).

Parte inferior (pantalones, faldas, shorts, pantalonetas, joggers)., Parte superior (blusas, camisas, suéteres, chaquetas).

Parte inferior (pantalones, faldas, shorts, pantalonetas, joggers).

Parte superior (blusas, camisas, suéteres, chaquetas).

Parte superior (blusas, camisas, suéteres, chaquetas).

Parte superior (blusas, camisas, suéteres, chaquetas).

Parte superior (blusas, camisas, suéteres, chaquetas).

Parte superior (blusas, camisas, suéteres, chaquetas).

Parte superior (blusas, camisas, suéteres, chaquetas).

Parte superior (blusas, camisas, suéteres, chaquetas).

Parte superior (blusas, camisas, suéteres, chaquetas).

Parte inferior (pantalones, faldas, shorts, pantalonetas, joggers)., Cuerpo entero (vestido, traje), Parte superior (blusas, camisas, suéteres, chaquetas).

Accesorios (bufandas, calcetines), Cuerpo entero (vestido, traje), Parte superior (blusas, camisas, suéteres, chaquetas).

Accesorios (bufandas, calcetines), Parte inferior (pantalones, faldas, shorts, pantalonetas, joggers)., Cuerpo entero (vestido, traje), Parte superior (blusas,

Accesorios (bufandas, calcetines), Parte superior (blusas, camisas, suéteres, chaquetas).

Parte superior (blusas, camisas, suéteres, chaquetas).

Accesorios (bufandas, calcetines), Parte superior (blusas, camisas, suéteres, chaquetas).

Parte inferior (pantalones, faldas, shorts, pantalonetas, joggers)., Parte superior (blusas, camisas, suéteres, chaquetas).

Accesorios (bufandas, calcetines), Parte inferior (pantalones, faldas, shorts, pantalonetas, joggers)., Cuerpo entero (vestido, traje), Parte superior (blusas,

Parte superior (blusas, camisas, suéteres, chaquetas).

¿Ha tenido alguna mala experiencia comprando ropa?

- Sí
- Sí
- No
- No
- No
- No
- No
- No
- No
- No
- Sí
- No
- No
- No
- Sí
- Sí
- No
- Sí
- Sí
- No
- No
- No
- No
- No
- Sí
- Sí
- No
- No
- No
- Sí
- Sí
- No

Si su respuesta fue sí, describa los principales fallos que encontró.

Mala confeccion

Fallas en la tela, costura, si es por catalogo no llega como lo esperabas

Mala atención, materiales de baja calidad

No queda segun la talla o la tela o textura no sale de buen estado

No queda segun la talla o la tela o textura no sale de buen estado

Tallas, colores, mal servicio

No hay de mi talla

La calidad de la prenda resultó baja

La talla y la calidad

La compre por revista

La talla y la calidad

¿Cuáles son las expectativas que tiene a la hora de comprar ropa?

Buena calidad, que la tela sea gruesa, que haya la talla esperada para mi debido a mis medidas no es muy facil conseguir el tipo de ropa que me gusta er Buena calidad.

Ropa que no se mal gaste, fina. Casual.

Que me guste

Que sea bueno, bonito y barato jaja

Que sea cómodo y resistente

Siempre tengo presente gusto y talla de la persona a la cual le voy a dar el regalo

Que sea un buen producto

Buena atencion

Solo espero que me atiendan bien, y que la prenda sea buena, bonita y barata.

Ajusté al cuerpo

Variedad de diseños y tallas, atencion constante o amable y calidad en telas y accesorios

2 a 3 pm

Buenos precios, durabilidad y descuentos

.

Que la prenda no se dañe rápidamente

Que la prenda no se dañe rápidamente

Calidad y precio

Que sea de buena calidad

De encontrar algo que me quedé bien y que sea económico

Ofertas y descuentos

Que sea cómoda, de mi agrado y sin duda que no sea tan costosa

Que sea cómoda, que sea de buena calidad (no se destiña, no genere tanta mota, no se descosa... Etc) y que sea bonita

Que sea bonita y de buena calidad

Que la tela sea cómoda y tenga un buen terminado

Calidad y precio

Que la tela sea cómoda y tenga un buen terminado

La tela y el aspecto

Que sea bonita y de buena calidad

Calidad y precio

Anexo G: Presentación de prototipos y prototipado de guía de tallas, intento 1. Visualización de un prototipo de un servicio de ajuste de tallas que se ofrecerá a través de nuestros medios digitales.

¿Cuál es la mejor experiencia que ha tenido comprando ropa? Descríbala brevemente.

Una compra que realice de un pantalon por internet, realmente fue lo que espere, mi talla, color, y calidad

No sé

Ninguna

Encontrar una prenda que me parece linda y me quedé bien

La atención al cliente, que sea cordial y no hostigante

Fui a comprar ropa con un presupuesto limitado pero conseguí más de lo que esperaba y de mucha calidad

Tener esa satisfacción de haber encontrado lo que querías y que te guste demasiado y que nunca te quieras quitar esa prenda de encima

Encontrar lo deseado en poco tiempo

La atención

No se me viene ninguna a la mente

Buena atención y acierto en la accesoría

Bershka, ofrece productos diferentes y sus personal es muy atento

Las ofertas

Que te obsequien pequeños detalles por compras grandes

No she

Unas blusas económicas y en que mantenido su buen estado

Unas blusas económicas y en que mantenido su buen estado

Me llevo la prenda totalmente igual que como se veía en internet

El servicio

Fui a forever y compre demasiado

Llevar 2 por 1

Nada en especial.

Comodidad

Ha durado mucho tiempo

No tengo una experiencia favorita

Me llevo la prenda totalmente igual que como se veía en internet

No tengo una experiencia favorita

Que sea de mi talla

Ha durado mucho tiempo

Me llevo la prenda totalmente igual que como se veía en internet

¿Qué sugerencias le daría a una marca de ropa?

Hay muchas de estas franquicias o marcas que realmente no cumplen con el tiempo de entrega, o ofrecen productos que no salen en el mercado, recor

Buena atención, puntualidad a la hora de la entrega, diseños llamativos, rapidez al contestar

Más amabilidad y disposición

Ninguna, cada marca tiene sus estándares y su público

Servicio al cliente y calidad de los productos

Servicio al cliente y buscar confort

Que se preocupen por tener una buena calidad, hacer una entrega a tiempo y estar siempre renovando los estilos

Que cuenten con todas las tallas, y que cumplan lo que prometen

Estilo

Tener buen personal, eso es lo que lo atrae a uno como cliente

Acompañamiento y consejos para una mejor prenda de acuerdo a la persona

Revisar muy atentamente como su personal atiende al cliente

Cualquiera

Variedad

Creen experiencias

Mantener una buena relación precio-calidad

Mantener una buena relación precio-calidad

Calidad en las prendas, mejor servicio al cliente, cumplimiento en la entrega de los productos.

Diseño, atención

Que la ropa sea muy versátil, accesible y el trato hacia el cliente excelente

Entregas a domicilio el mismo día de la compra

Que innoven constantemente, para que su clientela se sienta satisfecha.

Tener en cuenta la relación precio-calidad

Un buen servicio al cliente

La atención es lo más importante que la hora de comprar cualquier cosa, y en el caso de la ropa la calidad de esta y la creatividad de los diseños también ju

Calidad en las prendas, mejor servicio al cliente, cumplimiento en la entrega de los productos.

La atención es lo más importante que la hora de comprar cualquier cosa, y en el caso de la ropa la calidad de esta y la creatividad de los diseños también ju

Que la ropa sea de diferentes tallas a las habituales

Un buen servicio al cliente

Calidad en las prendas, mejor servicio al cliente, cumplimiento en la entrega de los productos.

¿Le parece importante el dónde y cómo hacen su ropa?

Sí.

No.

Sí.

No se fija.

No.

No se fija.

No.

No se fija.

No se fija.

No.

Sí.

No se fija.

No.

Sí.

No se fija.

No se fija.

Sí.

Sí.

Sí.

Sí.

No se fija.

Sí.

Sí.

Sí.

Sí.

Sí.

No se fija.

Sí.

Sí.

Anexo D: Desarrollo de encuestas de identificación de sentimientos a la hora de comprar ropa por parte de posibles clientes.

Marca temporal	Género con el que te identificas.	Edad	¿Qué haces cuando compras una prenda por Instagram y no te queda como esperabas?
9/5/2020 14:14:17	Mujer	19	Frustración
9/5/2020 14:29:52	Mujer	20	No compro prendas por Instagram
9/5/2020 14:47:46	Hombre	21	Me comunico con el vendedor para tratar de cambiar el producto si es por talla, ya si es por calidad o similar que se vea diferente a las fotos y no es posible una devolución me frustró y no vuelvo a comprar en esa pagina además de no recomendarla.
9/5/2020 14:50:57	Mujer	20	La revendo o la regalo
9/5/2020 14:52:26	Mujer	26	La cambio
9/5/2020 14:55:24	Mujer	19	No compro por internet: (
9/5/2020 15:07:20	Mujer	22	La devuelvo
9/5/2020 15:07:51	Mujer	24	Busco la manera de arreglar la prenda.
9/5/2020 15:10:56	Mujer	23	La deajo guardada
9/5/2020 15:16:32	Mujer	20	La regalo
9/5/2020 15:23:39	Mujer	22	Nunca he comprado prendas por Instagram
9/5/2020 15:28:35	Mujer	21	Pedir ayuda a la página
9/5/2020 16:32:33	Mujer	22	La devuelvo
9/5/2020 16:43:57	Hombre	20	Guardarla
9/5/2020 17:19:13	Mujer	20	No compro ropa por Instagram por ese motivo, prefiero medirme la ropa antes de comprar
9/5/2020 18:05:39	Mujer	21	La revendo, sin embargo hay páginas que hacen cambios de ropa
9/5/2020 18:09:13	Mujer	20	La cambio o la vendo
9/5/2020 18:09:25	Hombre	35	No me ha sucedido aún, pero antes, durante el contacto con la marca, aclaro esa inquietud
9/5/2020 18:10:47	Mujer	20	Llorar, o buscar garantía
9/5/2020 18:12:11	Mujer	21	La regalo
9/5/2020 18:15:26	Mujer	20	Pido cambio
9/5/2020 18:16:34	Hombre	17	Pido cambio

9/5/2020 18:17:41 Mujer	20 Exigir cambio
9/5/2020 18:19:38 Mujer	21
9/5/2020 18:20:43 Hombre	21 Hablo con el dueño y pido que me envíen otra
9/5/2020 18:21:15 Hombre	21
9/5/2020 18:24:38 Mujer	Si me queda grande la mando arreglar a mi talla, si me queda chica busco a 25 quién vendérsela.
9/5/2020 18:25:44 Mujer	21 No me la pongo o se la doy a otra persona
9/6/2020 9:44:33 Mujer	20 No compro por instagram
9/6/2020 15:43:14 Mujer	23 Nada
9/6/2020 15:44:42 Mujer	23 Nada
9/6/2020 18:29:20 Hombre	21 Veo si la puedo cambiar
9/8/2020 19:14:39 Mujer	Me da rabia y dejó de seguir la pagina o comprar ropa ahí y si hay que 22 calificar califico mal

¿Cuál opinión pesa más a la hora de comprar una prenda, la tuya o la de alguien más?	¿Qué haces cuando encuentras una prenda que te gusta pero no te queda bien?	¿Cuáles son esas marcas/tiendas con las que te sientes mejor representado/a?
Mía La de alguien más	Arreglarla La descarto	Tennis Koaj, Lec lee, Ela, Kenzo Jeans
La mía	No la compró No la compro y busco una similar que me quede bien	No prefiero una marca en específico, aunque por lo general compro a industrias nacionales Topmark,koaj, zara
La mia	Busco si hay opciones parecidas Comprarla y prometerme hacerla quedar bien	H&M, mattelsa, Rapsodia, Desigual
La mía	No la compro	Sara, Ela y forever 21
La mía	Si realmente me gusta y considero que puedo arreglarla de alguna forma, la compro .	Ela. Stradivarius. Koaj. La tienda que me representa mejor es Ela.
Considero que impera mi opinión sobre la de los demás.	No la adquiero No la compro	Leonisa, patprimo,apologize, marcas que tengan horma holgada H&M, Pull&Bear, Zara, etc.
La mia Mía	Si estoy en la tienda no la compro, y si me la regalan la dejo de usar	Ela, koaj, Bershka, mango, stradivarius, tennis y zara
La mia	Buscar una parecida en otro lado	Rockgota
La mía y las de mis personas cercanas es casi igual de importante pero la mía siempre prevalece en importancia	La cambio	Mattelsa
Mia	Pensar muy bien en si comprarla o dejarla en prioridades mientras sigo buscando a ver si encuentro algo para reemplazarla	Berhska, Pull & Bear y H&M
La mía	Busco otra Busco otras prendas para buscar mi estilo	Ninguna por el momento Koaj, Kenzo
La mía La tuya	La combino con otras prendas y accesorios	Es triste porque es fast fashion, pero las de inditex
La mía La tuya la tuya	No la compro o la revendo Arreglarla o customizarlas Alv me la pongo	Levi's, Diesel, Nike, Adidas, entre otras. Ninguna tienda me representa Stop, Velez, chevignon y reebok
Pues yo le pregunto a otros solo cuando tengo dudas, y a veces me han dicho uy no e igual la compro	La guardo mil años Busco cambiarla, la modifico o la regalo	Variedad Koaj
la tuya		

La mía Si me gusta mucho la llevo y yo VERDADERO
La mía misma la arreglo

la de alguien más

La mía Si tiene arreglo la ajusto a mi Jajaja no tengo preferencia bueno en jean sí
cuerpo mostwand

La mía

La mía, aunque siempre pido ayuda No la compro, porque también me
a alguien más tiene que quedar bien para que me
guste más No tengo ninguna en específico
Como se vera No comprarla Zara
Como se vera No comprarla Zara

La mia Busco una similar que si me quede Mattelsa, nike, fox

La mía Sigo buscando algo que me quedé
bien Ella, studio f, abril, Kenzo, Derek

Anexo E.

Desarrollo de encuestas para la validación de marca en términos de nombre, significados asociados, tipografía y recordación.

Marca temporal

¿Con qué genero se identifica?

10/5/2020 20:53:11	Mujer
10/5/2020 21:00:59	Mujer
10/5/2020 21:05:32	Hombre
10/5/2020 21:09:00	Mujer
10/5/2020 21:25:50	Mujer
10/5/2020 21:48:16	Mujer
10/5/2020 21:51:43	Mujer
10/5/2020 22:28:43	Hombre
10/5/2020 23:56:47	Mujer
10/6/2020 9:09:38	Mujer
10/6/2020 18:23:37	Mujer

¿Recordaría usted una marca que se llama Teia?

Considere una tienda con el nombre Teia. ¿Con qué sector la asociaría?

Si	Bebida
No sabe	Textiles
No sabe	Ropa
Si	Gastronómico
Si	Alimentos y bebidas
No sabe	Textil
Si	Textil
Si	Sector comercial
Si	Cosmeticos
No sabe	Gastronómico
Si	Belleza

¿Qué le transmite la imagen y con qué tipo de tienda lo asociaría?

Equilibrio, con tiendas naturistas o relacionadas

Naturista o de Medio Oriente.

Ropa

Paz, sintonía, equilibrio, tranquilidad.

Elegancia, sencillez, alimentos.

Transmite vida y luz. La asociara a algo relacionado con arte

Arte

Tienda Naturista

Belleza o un spa

Tranquilidad

Paz, tranquilidadUn Spa

¿Qué es lo primero que se le viene a la cabeza cuando escucha la palabra Teia?

Empresa de té

Nada.

Naturaleza

Algo relacionado con Té (por la similitud del nombre con la bebida)

Té's

Ropa

Una empresa

Una tienda

Una marca

Marca de te

Tienda de Cosméticos

De los siguientes tipos de letra, ¿cuál le parece más llamativa?

2

1

2

1

1

2

2

2

1

2

2

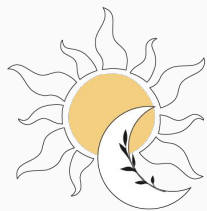
Anexo F: Presentación de estructuración de prototipos:
objetivos, tipo de prototipo y sketch.

Estructuración del prototipo del Negocio

Proyecto de Emprendimiento	TEIA		
Equipo Emprendedor	Jennifer Jaimes	Marlyn Quintero	Laura Vergara
	Gerente de ventas	Gerente de producción	Gerente de mercadeo

Objetivo del Prototipado				Sketch de su prototipo			
Los usuarios entienden el video de cómo tomarse las medidas, y lo usan para el proceso de compra y modificación de las prendas sin dificultades.							
Tipo de prototipado							
Funcional - Vertical	Estetico - Horizontal	Usabilidad Diagonal	Estrategia - Conceptual				
Nivel de prototipado							
Papel		Baja Fidelidad	Alta Fidelidad				
Materialización de prototipado							
Método	MockUp						
Medio	Papel y lápiz, software y aplicaciones.						

Anexo G. Presentación de prototipos y prototipado de guía de tallas, intento 1. Visualización del servicio de ajuste de tallas que se ofrecerá a través de nuestros medios digitales.



PROTOTIPOS TEIA

Jennifer Jaimes, Marlyn Quintero, Laura Vergara.



PROTOTIPO DE FORMULARIO

<https://forms.gle/gtnhunrh4NoFRtDZ8>



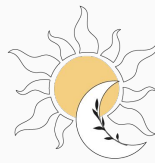
Sección 1 de 2

Registro de datos generales

Descripción del formulario



GUÍA DE TALLAS



	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24
CADERA	92 cm	96 cm	100 cm	104 cm	108 cm	112 cm	116 cm	120 cm	124 cm	128 cm
LARGO TOTAL	38 cm	38 cm	38 cm	38 cm	38 cm	38 cm	38 cm	38 cm	38 cm	38 cm
CINTURA	64 cm	68 cm	72 cm	76 cm	80 cm	84 cm	88 cm	92 cm	96 cm	100 cm



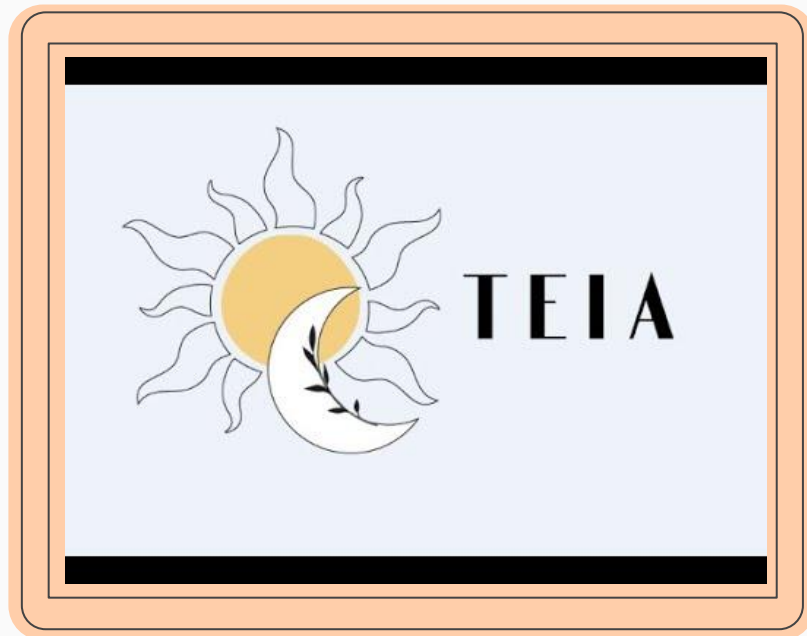
MEDIDAS PARA ESTA FALDA

Creemos que te verías divina con una talla 12 (sugerencia).

Puedes personalizar tu prenda a tu talla exacta. Consulta cómo, aquí.

Video tutorial para medirte:

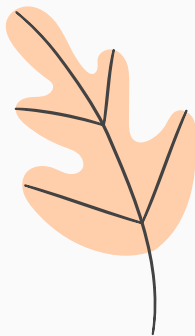
https://www.youtube.com/watch?v=jkDXXEohU3o&feature=emb_title&ab_channel=marlynquintero



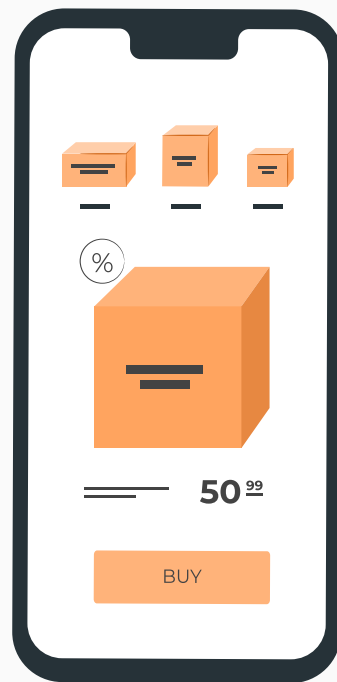
Mira este video para asegurarte de elegir la talla adecuada.

¿Deseas personalizar tu talla? Cuéntanos aquí.

(i) Si lo necesitas, podemos cortarle de largo, ajustar en la zona de tu preferencia, y algún otro cambio que quieras hacer para sentirte más cómoda. Recuerda indicarnos qué talla vamos a arreglar.



¡MUCHAS GRACIAS
POR TU
PARTICIPACIÓN!



Anexo H. Prototipo de formulario de registro y captura de datos en página web. Perfilamiento de clientes y usuarios.

Registro de datos generales

El siguiente formulario simula el registro de una página web. Por favor revíselo con atención, no es necesario que llene ninguno de los datos.

1. Nombre (s)

2. Apellidos

3. Fecha de nacimiento

Ejemplo: 7 de enero de 2019

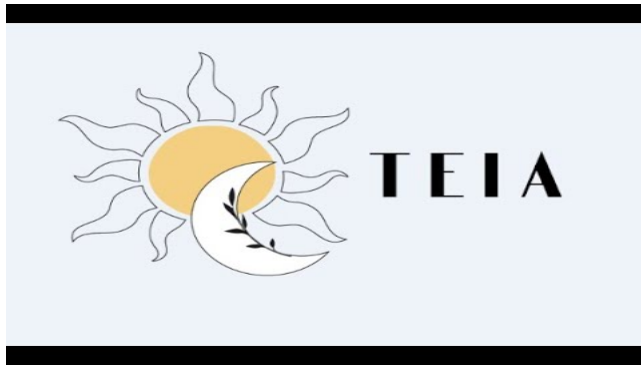
4. Correo electrónico

5. Contraseña

**Perfilamiento
de usuario**

Estos datos nos permitirán crear una experiencia personalizada única para ti, recomendándote la mejor talla para ti. Si no estas interesada/o puedes omitir estas preguntas o llenarlas después.

Ten en cuenta este video para las preguntas que vienen a continuación.



<http://youtube.com/watch?v=fau-72cTvKA>

A continuación podrás ingresar tus medidas para hacerte recomendaciones de talla.

6. ¿Cuál es tu altura?

7. ¿Cuál es tu medida de busto?

8. ¿Cuál es tu medida de cintura?

9. ¿Cuál es tu medida de cadera?

10. ¿Cuál es tu medida de espalda?

11. ¿Cuál es la distancia de la entropierna a tu tobillo?

Google no creó ni aprobó este contenido.

Google Formularios

Anexo I: Prototipo de video guía para tomarse las tallas

<https://youtu.be/jkDXXEohU3o>



TEIA// Cómo tomar tus medidas para una Falda

Anexo J: Prototipo de video guía para tomarse las tallas, intento 2.

<https://www.youtube.com/watch?v=fau-72cTvKA&feature=youtu.be>





TEIA// Cómo tomar tus medidas para una falda

Anexo K: Prototipo de la propuesta de valor y sus respectivos requerimientos. Requerimientos de la propuesta de valor

Proyecto de Emprendimiento	TEIA		
Equipo Emprendedor	Jennifer Jaimes	Marlyn Quintero	Laura Vergara
	Gerente de ventas	Gerente de producción	Gerente de mercadeo

Grafique y describa el prototipo de su propuesta de valor

Prototipo de la propuesta de valor																																
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 30%;"> <p>1. Registro de perfil.</p> <p>Nombre y apellido*</p> <input type="text"/> <p>Correo electrónico*</p> <input type="text"/> <p>Contraseña*</p> <input type="password"/> </div> <div style="width: 30%;"> <p>Información de contacto</p> <p>Introduce tus medidas aquí para hacerte recomendaciones de talla.</p> <table border="0"> <tr> <td>Busto</td> <td>Cintura</td> <td>Cadera</td> </tr> <tr> <td><input type="text"/></td> <td><input type="text"/></td> <td><input type="text"/></td> </tr> <tr> <td>Altura</td> <td>Entrepierna</td> <td>Espalda</td> </tr> <tr> <td><input type="text"/></td> <td><input type="text"/></td> <td><input type="text"/></td> </tr> </table> </div> <div style="width: 30%;"> <p>¿Cómo medirte?</p>  <p>Mira este video para asegurarte de elegir la talla adecuada. ¿Deseas personalizar tu talla?</p> <p>(!) Si lo necesitas, podemos cortarle de largo, ajustar en la zona de tu preferencia, y algún otro cambio que desees hacer. Recuerda indicarnos a qué talla quieres hacerle el arreglo</p> </div> <div style="width: 30%;"> <p>Guía de tallas</p> <p>Indicaciones de dónde se debe ubicar el metro, cómo tomar la medida.</p> <table border="1"> <tr> <td>XS</td> <td>Cintura</td> <td>Busto</td> </tr> <tr> <td>S</td> <td>cm</td> <td>cm</td> </tr> <tr> <td>M</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>L</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>XL</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>XXL</td> <td></td> <td></td> </tr> </table> </div> </div>			Busto	Cintura	Cadera	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	Altura	Entrepierna	Espalda	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	XS	Cintura	Busto	S	cm	cm	M			L			XL			XXL		
Busto	Cintura	Cadera																														
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>																														
Altura	Entrepierna	Espalda																														
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>																														
XS	Cintura	Busto																														
S	cm	cm																														
M																																
L																																
XL																																
XXL																																
<p>2. Compra</p> <p>Recomendación de compra</p> <div style="display: flex; align-items: center;">  <div style="margin-left: 10px;"> <p>Te verías divina en una talla M.</p> <p>Selecciona tu talla y el color</p> <p>XS S M L XL 2XL 3XL 4XL</p> <p>Guía de tallas</p> </div> </div>																																
Procesos y actividades	Materiales e insumos	Proveedores																														
Página para catálogo/Página web	Página/dominio	Carrd, Wix, WordPress, Godaddy																														
Simulación de registro	Forms	Google																														
Video de cómo tomarse las tallas	Cámara, modelo, edición	Adobe Premiere, Canon, amigas o familiares																														

Liste los requerimientos en procesos, materiales y proveedores que necesita para el desarrollo de su prototipo

Señale en rojo los proceso, materiales y proveedores que son una dificultad y/o impedimento para el desarrollo de su prototipo

Toda la información contenida será confidencial.....

¿Dudas e inquietudes en el como estructurar tu negocio innovador?
Escribenos a @urosario.edu.co

Anexo L: Alternativas de solución del prototipado y evaluación de viabilidad de cada alternativa

Alternativas de solución para el prototipado

Proyecto de Emprendimiento	TEIA		
Equipo Emprendedor	Jennifer Jaimes	Marlyn Quintero	Laura Vergara
	Gerente de ventas	Gerente de producción	Gerente de mercadeo

	Solucion		Viabilidad		
	Alternativa de solucion	Descripción	Baja	Media	Alta
1	Avatar	Tener una página interactiva donde los clientes puedan desarrollar su propio avatar con medidas exactas de su cuerpo, en este se puede medir las prendas que existieran en inventario, para poder así tener una imagen de como se les vería la prenda.	X		
2	Cluster	Crear un clúster entre las ciudades de Colombia, juntando a personas con trabajos independientes que cuentan con habilidades en la confección y con el capital instalado para ofrecer una personalización de la prenda estándar más adaptable a las necesidades del cliente.	X		
3	Ropa frankenstein	Manejar variantes de partes de una prenda (mangas, busto, cuello, cintura) predefinidas, y la prenda se arma de la combinación de las partes. Por ejemplo: una blusa con mangas más anchas, y busto más pequeño.		X	
4	Área de tallaje	Dentro de la tienda, ermita que aquellos clientes que quieren un producto más personalizado se acerquen a las mismas y se les tome las medidas exactas para recomendarles las referencias en existencias de tallas que hay.	X		
5	Guia de tallas	Ofrecer una guía de tallas en donde se evidencien las medidas específicas de las diferentes prendas, más un tutorial que le enseñe a las personas como tomarse las medidas. A partir de esto, aquellas personas que necesiten ajustar una prenda nos dice a partir de la talla estándar qué quiere modificar.			X

¿Dudas e inquietudes en el como estructurar tu negocio innovador?

Escribenos a info@buping.com.co

Anexo M. Diseño de perfil de validación de valor del negocio, evaluación de competidores



Diseño de perfil de valor del Negocio

Proyecto de Emprendimiento		TEIA							
Equipo Emprendedor		Jennifer Jaimes			Marlyn Quintero		Laura Vergara		
		Gerente de ventas			Gerente de producción		Gerente de mercadeo		
	Competidor			Negocio			Oferta		
	Directo	Indirecto	Sustituto	Precio	Guía de tallas con medidas y completas	Asesoramiento al cliente	Variedad de diseños	Variedad de tallas manteniendo diseños	Detalles en la ropa
Adrissa	X			Malo	Malo	Medio	Bueno	Medio	Medio
H&M		X		Medio	Bueno	Medio	Bueno	Medio	Malo
Ktache		X		Malo	Medio	Malo	Medio	Malo	Medio
Johanna Posada Designer			X	Medio	Malo	Bueno	Bueno	Bueno	Medio
Balconette.co	X			Medio	Malo	Malo	Medio	Medio	Bueno
Modistas de barrios			X	Bueno	Malo	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
Facol		X		Bueno	Medio	Malo	Malo	Medio	Medio
TEIA									

Califique cada una de las variables de forma positiva
Negativa o Intermedia

Identifique con color naranja las oportunidades de valor de su negocio, aquellas variables o atributos que mejorara para el mercado con la puesta en marcha de su negocio



¿Dudas e inquietudes en el como estructurar tu negocio innovador?

Escribenos a info@buping.com.co

Anexo N: Desarrollo de hipótesis del negocio, planteamiento y clasificación



Hipotesis para prototipado

Proyecto de Emprendimiento	TEIA		
Equipo Emprendedor	Jennifer Jaimes	Marlyn Quintero	Laura Vergara
	Gerente de ventas	Gerente de producción	Gerente de mercadeo




¿Dudas e inquietudes en el como estructurar tu negocio innovador?
Escribenos a info@buping.com.co

Anexo O.

Diseño de perfil del cliente, análisis de sus gustos, requerimientos, entre otros aspectos.

Diseño de perfil del cliente

Proyecto de Emprendimiento	TEIA		
Equipo Emprendedor	Jennifer Jaimes	Marlyn Quintero	Laura Vergara
	Gerente de ventas	Gerente de producción	Gerente de mercadeo

Lo que lo hace feliz	Beneficio mínimo: Que la ropa que pidieron llegue, sea de calidad y de su talla. Beneficio requerido: Buena relación calidad-precio, y del estilo acorde. Beneficio deseado: Buena atención al cliente, asesoría, comprar más de lo esperado sin cambiar el presupuesto, ofertas/promociones, que favorezca su tipo de cuerpo. Beneficio no esperado: detalle a partir de compras grandes, tiempos de entrega menores a 24h.		¿Como lo entiende?	Realizamos un primer estudio en el que encontramos que generalmente las mujeres disfrutan de ir de compras y se sienten bien realizando esta actividad (83.78% así lo afirmaron), sin embargo, han tenido problemas como el tallaje o con respecto a sus medidas lo cual les ha generado frustración, inquietud o incomodidad, al tener estos problemas más del 80% de ellas han reportado sentirse de esta manera. En un segundo estudio se revisó con mayor profundidad el problema de las tallas y sus sentimientos en la compra. De este estudio encontramos que más del 70% de las encuestadas tuvieron que irse a otras tiendas porque las tallas no se ajustaban a sus medidas, donde el 66,66% de ellas terminaron no llevando nada. Algunos de los inconvenientes mencionados fueron que las prendas eran o muy largas o muy cortas, no les favorecía, o simplemente habían tallajes difíciles de encontrar. El 70.83% afirmó que incluso han descartado ropa decidiendo no comprarla porque esta no les queda como
	Lo que lo hace triste		Barrera: Baja confianza en compras por Instagram. Riesgo: que demore en llegar, que no les llegue lo que pidieron, que la prenda no llegue nunca. Resultado negativo: que no les quede como pensaban, que la talla no sea adecuada, problemas de costura, la prenda llegue en mal estado.	¿Como lo consume ó usa?
			¿Quien lo condiciona?	Los acompañantes a la hora de comprar ropa, ya sea amigas, familiares o pareja pueden condicionar sus elecciones, brindando opiniones sobre cómo le queda la prenda, si les gusta o no, y si ella debería comprarlo o no.

¿Dudas e inquietudes en el como estructurar tu negocio innovador?

Escribenos a info@buping.com.co

Anexo P. Definición de modelo de negocio y propuesta de valor



Diseño de propuestas de valor sistema

Proyecto de Emprendimiento	TEIA		
Equipo Emprendedor	Jennifer Jaimes	Marlyn Quintero	Laura Vergara
	Gerente de ventas	Gerente de producción	Gerente de mercadeo

	Modelo de Negocio			
Defina su modelo de negocio	<p>TEIA es una marca de ropa casual femenina que busca promover prácticas de inclusión en términos de tallaje, representación de los diferentes tipos de cuerpo y fortalecimiento de la autoestima e imagen corporal de las mujeres entre los 18 a 28 años, con cultura en redes sociales, creativas, y que buscan practicidad y comodidad.</p> <p>Adicionalmente, contratamos en nuestra base de producción a personas de bajos recursos con pocas oportunidades en el mundo laboral, siendo una marca comprometida con el ámbito social.</p> <p>TEIA es diferente a otras marcas al no separar a las mujeres por su tipo de cuerpo, siendo que les ofrecemos una</p>			
	Propuesta de valor			
Defina su propuesta de valor y/o diferencial del negocio	<p>tallas y la posibilidad de hacer arreglos para ajustarlas a sus necesidades.</p> <p>Para esto usamos métodos de producción con enfoque social que crean oportunidades de empleo, y promovemos iniciativas para beneficiar a las poblaciones vulnerables en las que nuestra comunidad también puede participar.</p> <p>En TEIA no creemos que exista un tipo de cuerpo correcto, ni que las mujeres deban adaptarse a la ropa cuando esta debería adaptarse a ellas, TEIA te comprende y no te quiere cambiar sino que quiere resaltar tu belleza única y tu</p>			
	Producto	Servicio	Sistema	
Mencione los productos y servicios que haran diferente su negocio de lo actualmente ofertado por la competencia	Prendas de vestir	Ajuste y personalización	<p>Guía de tallas, video de cómo medirse, recomendamos talla que mejor le queda, y ajustamos a la medida del cliente, de forma que ninguna mujer se siente aislada por su talla o tipo</p> <p>El cliente tiene su avatar virtual, con el que puede medirse la ropa y ver cómo le quedaría en su cuerpo.</p>	Explique como la suma de sus productos y servicios ofrecen una experiencia de consumo y una oferta sistema innovadora al mercado
	Avatar del cliente	Perfil virtual		

¿Dudas e inquietudes en el como estructurar tu negocio innovador?

Escribenos a info@buping.com.co

Hoja de referencias de ropa	Asesoría de modista para toma de talla y medidas en la tienda	Se dispondría de un espacio en la tienda en que la modista toma las medidas, y se entrega a la clienta el listado con las referencias disponibles en su talla, y opcionalmente con especificaciones de sus preferencias para delimitar su búsqueda
Perfil en la página web	Sugerencias y clasificación de tallas	siguiendo el video de instrucciones o si fueron tomadas en la tienda, las introduce en la página y al entrar a una referencia de ropa le indica qué talla le quedaría bien.

¿Dudas e inquietudes en el como estructurar tu negocio innovador?
 Escríbenos a info@buping.com.co

Aportes socios	\$ 3.000.000,00					
Creditos obtenidos	\$ 0,00					

Subtotal ingresos financieros	\$ 3.000.000,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
--------------------------------------	-----------------	---------	---------	---------	---------	---------

Inversiones Financieras	\$ 0,00					
Desinversiones Financieras	\$ 0,00					

Subtotal ingresos Inversiones Financieras	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
--------------------------------------------------	---------	---------	---------	---------	---------	---------

Comisiones Bancarias

Intereses	\$ 0,00					
Capital	\$ 0,00					

Total Egresos Financieros	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
----------------------------------	---------	---------	---------	---------	---------	---------

Caja del período	\$ 3.720.006	\$ 720.006	\$ 720.006	\$ 720.006	\$ 720.006	\$ 720.006
Caja inicial	0	\$ 3.720.006	\$ 4.440.012	\$ 5.160.018	\$ 5.880.024	\$ 6.600.030
Caja neta acumulada	\$ 3.720.006	\$ 4.440.012	\$ 5.160.018	\$ 5.880.024	\$ 6.600.030	\$ 7.320.036

Impuestos						
Impuesto a la renta						

Total Impuestos	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
------------------------	---------	---------	---------	---------	---------	---------

Caja del período despues de Impuestos	\$ 3.720.006	\$ 720.006	\$ 720.006	\$ 720.006	\$ 720.006	\$ 720.006
Caja inicial	\$ 0	\$ 3.720.006	\$ 4.440.012	\$ 5.160.018	\$ 5.880.024	\$ 6.600.030
Caja neta acumulada después de impuestos	\$ 3.720.006	\$ 3.720.006	\$ 4.440.012	\$ 5.160.018	\$ 5.880.024	\$ 6.600.030

\$ 64.000	\$ 64.000	\$ 64.000	\$ 64.000	\$ 64.000	\$ 64.000	
\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	
\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	
\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	
\$ 258.000	\$ 258.000	\$ 258.000	\$ 258.000	\$ 258.000	\$ 258.000	\$ 0
\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	
\$ 18.000	\$ 18.000	\$ 18.000	\$ 18.000	\$ 18.000	\$ 18.000	
\$ 720.006	\$ 720.006	\$ 720.006	\$ 720.006	\$ 720.006	\$ 720.006	
\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	
\$ 720.006	\$ 720.006	\$ 720.006	\$ 720.006	\$ 720.006	\$ 720.006	

\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	
\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	
\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	
\$ 720.006	\$ 720.006	\$ 720.006	\$ 720.006	\$ 720.006	\$ 720.006	
\$ 7.320.036	\$ 8.040.042	\$ 8.760.048	\$ 9.480.054	\$ 10.200.060	\$ 10.920.066	
\$ 8.040.042	\$ 8.760.048	\$ 9.480.054	\$ 10.200.060	\$ 10.920.066	\$ 11.640.072	
\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	
\$ 720.006	\$ 720.006	\$ 720.006	\$ 720.006	\$ 720.006	\$ 720.006	
\$ 7.320.036	\$ 8.040.042	\$ 8.760.048	\$ 9.480.054	\$ 10.200.060	\$ 10.920.066	
\$ 7.320.036	\$ 8.040.042	\$ 8.760.048	\$ 9.480.054	\$ 10.200.060	\$ 10.920.066	

Balance general Año 0

Balance general	Año 0
Activos totales	\$ 3.000.000
Activos corrientes	\$ 3.000.000
Bancos	\$ 2.500.000
Efectivo	\$ 500.000
CxC	\$ -
Activos no corrientes	\$ -
Propiedad planta y equipo	\$ -
Muebles y enseres	\$ -
Pasivos totales	\$ -
Pasivos corrientes	\$ -
CxP	\$ -
Obligaciones Financieras	\$ -
Proveedores	\$ -
Empleados	\$ -
Impuestos	\$ -
Pasivos no corrientes	\$ -
Patrimonio	\$ 3.000.000
Capital inicial	\$ 3.000.000
Utilidad o pérdida acumulada	0
Aportes en especie	\$ -
Pasivo + Patrimonio	\$ 3.000.000

Vestido \$ 60.000,00

Costos Variables Unitarios Sunset	
Rubros	\$
Tela scuba morada	\$ 10.000,00
Confección	\$ 10.000,00
Tela scuba negra	\$ 1.000,00
	\$ 21.000,00

Abrigo \$ 65.000,00

Costos Variables Unitarios Cloudy Day	
Rubros	\$
Tela franela	\$ 9.187,50
Confección	\$ 8.000,00
Botones	\$ 699,88
	\$ 17.887,38

Margen Contribución \$	\$ 22.622
Margen contribución %	70,14%

Operativo	Punto Equilibrio \$	\$ 125.456
	Punto Equilibrio U	4

Financiero	Punto Equilibrio \$	\$ 805.201
	Punto Equilibrio U	25

Gastos Fijos con amortización	
Rubros	\$
Transporte materia prima	\$ 18.000
Amortización	\$ 190.000
Ganar libre	\$ 286.800
Provisión de plotter (1/mes)	\$ -
	\$ 494.800,00

Gastos totales Costo de producción
\$ 342.000,00 \$ 737.748

Costos totales
\$ 825.748

Productos	Nombre de producto	Margen Contribución	Precio Venta	Unid Vendidas Prom	Ingreso Total	Participación Ventas	Precio ponderado	Costos variables	CV ponderado
Jogger	Grey Jogger	56%	\$ 60.000,00	10	\$ 600.000	31%	\$ 18.828,45	\$19.442,78	\$6.101,29
Saco Azul	Rainy Blue	41%	\$ 40.000,00	9	\$ 360.000	19%	\$ 7.531,38	\$ 17.000,00	\$3.200,84
Saco crema	Capuccino	61%	\$ 32.000,00	5	\$ 160.000	8%	\$ 2.677,82	\$ 5.680,00	\$475,31
Saco rosado	Mocca	59%	\$ 32.000,00	6	\$ 192.000	10%	\$ 3.213,39	\$ 6.320,00	\$634,64
Vestido	Sunset	54%	\$ 60.000,00	10	\$ 600.000	31%	\$ 18.828,45	\$ 21.000,00	\$6.589,96
Abrigo	Cloudy day	62%	\$ 65.000,00	8	\$ 520.000	27%	\$ 17.677,82	\$ 17.887,38	\$4.864,77
	Totales			48	\$ 1.912.000	69%	\$ 32.251,05		\$17.002,043

Materia Prima y Precios

Producto	Precio	Vlr Unit.
scuba morada	\$100.000	\$10.000
scuba negra	\$10.000	\$1.000
cremalleras	\$6.000	
Monaco, perchado	\$96.800	\$9.680
Tobago azul claro	\$54.000	\$6.000
Franela habano	\$73.500	\$9.188
Botón (24)	\$5.599	\$700
Botón camisero (72)	\$9.000	\$1.000
Cordón 10 mts	\$5.000	\$556
Rib algodón	\$9.775	\$652
Miranda rosado	\$13.920	\$2.320
Titanic habano	\$8.400	\$1.680
Caucho pantalón	\$10.000	\$556
Transporte	\$18.000	
TOTAL	\$401.994	

Nombre	Tipo de prenda	Descripción	Precio
Grey Jogger	Jogger	Gris	\$ 60.000,00
Rainy blue	Saco	Azul, botones	\$ 40.000,00
Cloudy day	Abrigo	Beis, botones	\$ 65.000,00
Mocca	Blusa	Rosada	\$ 32.000,00
Capucchino	Blusa	Color crema	\$ 32.000,00
Atardecer / Sunset	Vestido	Lila, cuello neg	\$ 60.000,00

Compañía De Vestuario S.A.S. (Colombia)

Fuente:

Tipo de Estado Financiero	Anual, Indiv.	Anual, Indiv.	Anual, Indiv.	Anual, Indiv.
Fecha final del período	2016-12-31	2017-12-31	2018-12-31	2019-12-31
Unidades	Millones COP	Millones COP	Millones COP	Millones COP

Estado de Resultados	2016	2017	2018	2019
Total Ingreso Operativo	10.566	9.336	9.129	9.818
Ingresos netos por ventas	9.733	9.222	8.947	9.627
Costo de mercancías vendidas	-6.070	-5.456	-5.617	-5.761
Utilidad bruta	3.663	3.766	3.330	3.865
Gastos de venta y distribución	-2.111	-2.342	-2.285	-2.374
Gastos administrativos	-479	-547	-581	-763
Otros resultados operativos netos	735	-043	-130	-048
Otros ingresos operativos	833	114	182	192
Otros gastos operativos	-098	-157	-312	-240
Ganancia operativa (EBIT)	1.809	834	334	680
EBITDA	1.853	926	389	728
Resultado financiero	-460	-312	-1.284	-432
Gastos financieros	-460	-312	-1.284	-432
Ganancias antes de impuestos	1.349	522	-949	248
Impuesto a la renta	-226	-239	-130	-129
Ganancias después de impuestos	1.123	284	-1.080	119
Ganancia (Pérdida) Neta	1.123	284	-1.080	119

Balance General	2016	2017	2018	2019
Activos Totales	5.952	5.891	4.391	4.442
Activos no corrientes	2.017	1.887	563	217
Propiedad, planta y equipo	175	113	090	056
Activos intangibles y valor llave	107	039	022	020
Otros activos intangibles	107	039	022	020
Activos financieros a largo plazo	1.735	1.735	451	142
Propiedades de inversión	1.735	1.735	451	142
Activos Corrientes	3.935	4.005	3.828	4.225
Inventarios	2.318	2.489	2.125	2.246
Comerciales y otras cuentas a cobrar	1.374	1.339	1.381	1.816
Cuentas comerciales por cobrar	1.374	1.339	1.381	1.816
Efectivo o Equivalentes	243	176	322	164
Total de patrimonio y pasivos	5.952	5.891	4.391	4.442
Total de patrimonio	2.785	2.980	1.901	1.719
Patrimonio neto atribuible a los propietarios de	2.785	2.980	1.901	1.719
Capital Suscrito	500	500	500	500
Otras reservas	335	335	335	335
Resultados acumulados	1.950	2.146	1.066	885
Pasivos Totales	3.167	2.911	2.491	2.723
Pasivos no corrientes	000	000	086	000
Créditos y préstamos no corrientes	000	000	086	000
Pasivos Corrientes	3.167	2.911	2.405	2.723
Créditos y préstamos corrientes	772	738	601	324
Comerciales y otras cuentas a pagar	1.693	1.501	1.397	1.721
Cuentas Comerciales por pagar	1.693	1.501	1.397	1.721
Provisiones para otros pasivos y gastos	074	106	112	148
Otros pasivos corrientes	294	193	042	255
Pasivos corrientes por impuesto a la renta	334	373	253	275

Estado de Flujo de Efectivo	2016	2017	2018	2019
Flujo neto de efectivo por (utilizados en) actividades d	966	-056	228	515
Utilidad Neta	1.123	284	-1.080	119
Efectivo generado por las operaciones	045	112	1.544	474
Ajustes por: Depreciación y deterioro de propie	045	092	055	048
Ajustes por: otros ajustes	000	005	1.358	296
Cambios en: Inventarios	-008	-171	298	-121
Cambios en: comerciales y otras cuentas a cobr	-261	-058	-051	-423
Cambios en: comerciales y otras cuentas a paga	253	-191	-506	501
Cambios en: Provisiones y beneficios para los e	000	015	130	129
Otro flujo de efectivo de actividades operativas	-185	-030	023	-035
Flujo neto de efectivo de (utilizadas en) actividades de	-793	024	-032	-010
Producto de venta de propiedades, planta y equip	942	015	000	000
Compra de propiedades, planta y equipo	000	000	000	-010
Otros flujos de efectivo de actividades inversión	-1.735	009	-032	000
Flujo neto de efectivo de (utilizados en) actividades de	-277	-034	-051	-663
Dividendos pagados	-099	000	000	-300
Otros flujos de efectivo de actividades financieras	-178	-034	-051	-363
Aumento (disminución) neto en efectivo y equivalente	-105	-066	145	-158
Efectivo al inicio del período	347	243	176	322
Efectivo al final del período	243	176	322	164
CAPEX	000	000	000	-010
Tipo de Estado Financiero	Anual, Indiv.	Anual, Indiv.	Anual, Indiv.	Anual, Indiv.
Fecha inicial del periodo de reporte	2016-01-01	2017-01-01	2018-01-01	2019-01-01
Fecha final del período	2016-12-31	2017-12-31	2018-12-31	2019-12-31
Unidades originales como se reportó	COP Miles	COP Miles	COP Miles	COP Miles
Auditado	Auditado	Auditado	Auditado	Auditado
Fuente	Supersociedades -NIIF	Supersociedades -NIIF	Supersociedades -NIIF	Supersociedades -NIIF

La redistribución de esta información está estrictamente prohibida.

Derechos de Autor 2020 EMIS, todos los derechos reservados.

Adrissa		
	Indicador	2018
Solvencia	Solvencia	1,59
	Prueba ácida	0,71
Solidez	Nivel de endeudamiento total	0,57
	Nivel de endeudamiento a corto plazo	0,63
	Nivel de endeudamiento a largo plazo	0,15
	Porcentaje de deuda cp	0,9654
	Porcentaje de deuda lp	0,034596422
Apalancamiento	Apalancamiento/Leverage	1,310456949
	Apalancamiento financiero	0,361523689
	Apalancamiento cp	1,265119827
	Apalancamiento lp	0,034596422
Actividad	Rotación de cartera	6,479793444
	Rotación de cartera en días	55,5573265
	Rotación de inventarios	2,642725399
	Rotación de inventarios en días	136,2230068
	Rotación de proveedores	4,021861171
	Rotación de proveedores en días	89,51079728
	Ciclo operativo	191,7803333
	Ciclo de caja en días	102,269536
Rentabilidad	Margen bruto	0,372219012
	Margen utilidad operacional	0,036621875
	EBITDA	389
	Margen neto	-0,120687478
	ROA	-0,245886819
	ROE	-0,568110909
	Margen de cobertura	0,739571405

H&M Hennes & Mauritz Colombia S A S (Colombia)

Fuente:

Tipo de Estado Financiero	Anual, Indiv.	Anual, Indiv.	Anual, Indiv.	Anual, Indiv.
Fecha final del período	2016-12-31	2017-12-31	2018-12-31	2019-12-31
Unidades	Millones COP	Millones COP	Millones COP	Millones COP

Estado de Resultados	2016	2017	2018	2019
Total Ingreso Operativo	000	100.610	142.714	202.031
Ingresos netos por ventas	000	95.221	146.496	207.402
Costo de mercancías vendidas	000	-48.837	-69.805	-101.074
Utilidad bruta	000	46.384	76.691	106.328
Gastos de venta y distribución	000	-41.446	000	000
Gastos administrativos	000	-19.210	-27.198	-21.427
Otros resultados operativos netos		4.760	-42.433	-65.193
Otros ingresos operativos		5.388	-3.782	-5.371
Otros gastos operativos		-628	-38.651	-59.822
Ganancia operativa (EBIT)	000	-9.511	7.059	19.708
EBITDA		-5.629	15.402	33.270
Resultado financiero		-6.884	-5.571	-7.867
Ingresos financieros		313	482	453
Gastos financieros		-7.197	-6.053	-8.321
Ganancias antes de impuestos	000	-16.395	1.489	11.841
Impuesto a la renta	000	000	-4.350	-9.797
Ganancias después de impuestos	000	-16.395	-2.862	2.044
Ganancia (Pérdida) Neta	000	-16.395	-2.862	2.044

Balance General	2016	2017	2018	2019
Activos Totales	65.405	181.454	180.111	185.304
Activos no corrientes	22.545	57.777	58.698	94.671
Propiedad, planta y equipo	22.545	57.777	58.698	92.127
Activos diferidos		000	000	2.544
Activos no corrientes por impuesto diferido		000	000	2.544
Activos Corrientes	42.860	123.676	121.413	90.633
Inventarios		41.791	28.160	41.725
Comerciales y otras cuentas a cobrar		17.496	17.016	5.154
Cuentas comerciales por cobrar		16.011	16.780	3.383
Créditos de impuestos		1.486	236	1.771
Efectivo o Equivalentes		61.720	75.907	43.692
Otros Activos Corrientes		2.669	330	062
Total de patrimonio y pasivos	65.405	181.454	180.111	185.304
Total de patrimonio	-1.975	6.155	3.293	65.337
Patrimonio neto atribuible a los propietarios de		6.155	3.293	65.337
Capital Suscrito		2.522	2.522	3.122
Prima de emisión		22.066	22.066	81.466
Resultados acumulados		-18.433	-21.294	-19.251
Pasivos Totales	67.380	175.299	176.818	119.968
Pasivos no corrientes	50.000	55.483	100.000	47.165
Créditos y préstamos no corrientes		000	100.000	44.793
Otras cuentas por pagar no corrientes		55.483	000	000
Otros pasivos no corrientes		000	000	2.372
Pasivos Corrientes	17.380	119.816	76.818	72.802
Créditos y préstamos corrientes		000	000	3.320
Comerciales y otras cuentas a pagar		116.866	64.049	43.436
Cuentas Comerciales por pagar		116.866	64.049	43.436
Provisiones para otros pasivos y gastos		1.531	4.574	1.146
Otros pasivos corrientes		832	1.324	2.788
Pasivos corrientes por impuesto a la renta		588	6.871	22.112

Estado de Flujo de Efectivo	2016	2017	2018	2019
Flujo neto de efectivo por (utilizados en) actividades d		21.953	-1.066	20.644
Utilidad Neta		-16.395	-2.862	2.044
Efectivo generado por las operaciones		4.153	8.461	14.312
Ajustes por: Depreciación y deterioro de propie		3.882	8.343	13.562
Ajustes por: otros ajustes		271	118	000
Cambios en: Inventarios		-37.523	13.513	-14.315
Cambios en: comerciales y otras cuentas a cobr		-16.011	-770	13.665
Cambios en: comerciales y otras cuentas a paga		87.841	-32.817	4.938
Cambios en: Provisiones y beneficios para los e		000	000	749
Otro flujo de efectivo de actividades operativas		-112	13.407	000
Flujo neto de efectivo de (utilizadas en) actividades de		-42.215	-9.264	-36.668
Compra de propiedades, planta y equipo		-42.215	-9.264	-36.668
Flujo neto de efectivo de (utilizados en) actividades de		50.000	24.518	-16.190
Ingresos procedentes de la emisión de acciones or		24.518	000	600
Ingresos provenientes de préstamos		50.000	26.238	000
Pagos de las obligaciones de arrendamiento financ		000	000	-63.500
Intereses pagados		000	000	-917
Otros flujos de efectivo de actividades financieras		-24.518	-1.720	47.627
Aumento (disminución) neto en efectivo y equivalente		29.739	14.188	-32.215
Efectivo al inicio del período		31.981	61.720	75.907
Efectivo al final del período		61.720	75.907	43.692
CAPEX		-42.215	-9.264	-36.668

Tipo de Estado Financiero	Anual, Indiv.	Anual, Indiv.	Anual, Indiv.	Anual, Indiv.
Fecha inicial del periodo de reporte	2016-01-01	2017-01-01	2018-01-01	2019-01-01
Fecha final del período	2016-12-31	2017-12-31	2018-12-31	2019-12-31
Unidades originales como se reportó	COP Miles	COP Miles	COP Miles	COP Miles
Auditado	No Auditado	Auditado	Auditado	Auditado
Fuente	C.C. Bogota Edos Finan. persociedades -NIIF	Supersociedades -NIIF	Supersociedades -NIIF	Supersociedades -NIIF

H&M		
	Indicador	2018
Solvencia	Solvencia	0,28
	Prueba ácida	1,21
Solidez	Nivel de endeudamiento total	1,02
	Nivel de endeudamiento a corto plazo	3,55
	Nivel de endeudamiento a largo plazo	1,70
	Porcentaje de deuda cp	0,4344
	Porcentaje de deuda lp	0,565553345
Apalancamiento	Apalancamiento/Leverage	53,69347423
	Apalancamiento financiero	30,36652394
	Apalancamiento cp	23,32695029
	Apalancamiento lp	0,565553345
Actividad	Rotación de cartera	8,730241528
	Rotación de cartera en días	41,23597255
	Rotación de inventarios	2,478911632
	Rotación de inventarios en días	145,2250235
	Rotación de proveedores	2,326975909
	Rotación de proveedores en días	154,7072312
	Ciclo operativo	186,460996
	Ciclo de caja en días	31,75376481
Rentabilidad	Margen bruto	0,523500638
	Margen utilidad operacional	0,523500638
	EBITDA	15.402
	Margen neto	-0,019535234
	ROA	-0,015889251
	ROE	-0,869038292
	Margen de cobertura	-1,423071931

P A S H Sas (Colombia)

Fuente:

Tipo de Estado Financiero	Anual, Indiv.	Anual, Indiv.	Anual, Indiv.	Anual, Indiv.
Fecha final del período	2016-12-31	2017-12-31	2018-12-31	2019-12-31
Unidades	Millones COP	Millones COP	Millones COP	Millones COP

Estado de Resultados	2016	2017	2018	2019
Total Ingreso Operativo	358.196	364.166	413.677	474.151
Ingresos netos por ventas	357.136	362.287	412.283	471.893
Costo de mercancías vendidas	-230.278	-233.566	-255.768	-312.413
Utilidad bruta	126.859	128.721	156.515	159.479
Gastos de venta y distribución	-109.905	-108.237	-134.045	-132.573
Gastos administrativos	-5.340	-8.379	-9.673	-9.902
Otros resultados operativos netos	-4.723	-3.649	1.190	955
Otros ingresos operativos	1.060	1.879	1.393	2.258
Otros gastos operativos	-5.782	-5.529	-203	-1.304
Ganancia operativa (EBIT)	6.891	8.455	13.988	17.959
EBITDA	8.736	10.887	17.554	21.538
Resultado financiero	000	000	-5.342	-7.701
Ingresos financieros	000	000	1.849	3.241
Gastos financieros	000	000	-7.192	-10.942
Ganancias antes de impuestos	6.891	8.455	8.645	10.259
Impuesto a la renta	-2.178	-3.449	-3.752	-5.881
Ganancias después de impuestos	4.713	5.006	4.893	4.377
Ganancia (Pérdida) Neta	4.713	5.006	4.893	4.377

Balance General	2016	2017	2018	2019
Activos Totales	187.196	221.566	233.404	264.005
Activos no corrientes	22.695	23.529	20.822	17.130
Propiedad, planta y equipo	19.907	21.115	19.082	16.031
Activos financieros a largo plazo	000	2.414	000	000
Otros activos financieros no corrientes	000	2.414	000	000
Activos diferidos	000	000	000	1.098
Activos no corrientes por impuesto diferido	000	000	000	1.098
Otros activos no corrientes	2.788	000	1.740	000
Activos Corrientes	164.502	198.037	212.582	246.875
Inventarios	129.076	156.231	164.312	189.792
Comerciales y otras cuentas a cobrar	23.395	30.563	37.070	44.195
Cuentas comerciales por cobrar	17.726	23.614	27.381	33.732
Créditos de impuestos	5.668	6.949	9.689	10.463
Efectivo o Equivalentes	12.031	11.243	11.201	11.111
Otros Activos Corrientes	000	000	000	1.777
Total de patrimonio y pasivos	187.196	221.566	233.404	264.005
Total de patrimonio	110.060	114.661	119.554	123.932
Patrimonio neto atribuible a los propietarios de	110.060	114.661	119.554	123.932
Capital Suscrito	1.483	1.483	1.483	1.483
Prima de emisión	36.563	36.563	36.563	36.563
Otras reservas	62.010	63.928	68.934	73.827
Resultados acumulados	2.323	5.006	4.893	4.377
Otros componentes del patrimonio	7.681	7.681	7.681	7.681
Pasivos Totales	77.136	106.905	113.850	140.073
Pasivos no corrientes	000	000	000	523
Ingresos diferidos, gastos devengados y otrc	000	000	000	523
Pasivos Corrientes	77.136	106.905	113.850	139.550
Créditos y préstamos corrientes	000	4.198	000	58.952
Comerciales y otras cuentas a pagar	60.973	92.004	96.620	55.730
Cuentas Comerciales por pagar	60.973	92.004	96.620	55.730
Provisiones para otros pasivos y gastos	000	000	000	5.026
Otros pasivos corrientes	4.177	000	2.261	2.526
Pasivos corrientes por impuesto a la renta	11.986	10.703	14.969	17.317

Estado de Flujo de Efectivo	2016	2017	2018	2019
Flujo neto de efectivo por (utilizados en) actividades d	5.700	-1.455	1.490	474
Utilidad Neta	4.713	5.006	4.893	4.377
Efectivo generado por las operaciones	638	1.169	7.318	9.955
Ajustes por: Depreciación y deterioro de propie	1.845	2.432	3.566	3.579
Ajustes por: otros ajustes	-1.207	-1.263	3.752	6.376
Cambios en: Inventarios	-20.606	-27.155	-8.081	-25.481
Cambios en: comerciales y otras cuentas a cobr	-2.840	-6.794	-5.833	-7.620
Cambios en: comerciales y otras cuentas a paga	23.795	26.320	3.193	19.243
Flujo neto de efectivo de (utilizadas en) actividades de	-10.409	-3.641	-1.533	-528
Producto de venta de propiedades, planta y equip	179	000	000	000
Compra de propiedades, planta y equipo	-7.441	-3.641	-1.533	-528
Otros flujos de efectivo de actividades inversión	-3.148	000	000	000
Flujo neto de efectivo de (utilizados en) actividades de	5.791	4.308	000	-037
Otros flujos de efectivo de actividades financieras	5.791	4.308	000	-037
Aumento (disminución) neto en efectivo y equivalente	1.082	-788	-042	-090
Efectivo al inicio del período	10.949	12.031	11.243	11.201
Efectivo al final del período	12.031	11.243	11.201	11.111
CAPEX	-7.441	-3.641	-1.533	-528

Tipo de Estado Financiero	Anual, Indiv.	Anual, Indiv.	Anual, Indiv.	Anual, Indiv.
Fecha inicial del periodo de reporte	2016-01-01	2017-01-01	2018-01-01	2019-01-01
Fecha final del período	2016-12-31	2017-12-31	2018-12-31	2019-12-31
Unidades originales como se reportó	COP Miles	COP Miles	COP Miles	COP Miles
Auditado	Auditado	Auditado	Auditado	Auditado
Fuente	Supersociedades -NIIF	Supersociedades -NIIF	Supersociedades -NIIF	Supersociedades -NIIF

La redistribución de esta información está estrictamente prohibida.

Derechos de Autor 2020 EMIS, todos los derechos reservados.

	Indicador	2018
Solvencia	Solvencia	1,87
	Prueba acida	0,42
Solidez	Nivel de endeudamiento total	0,488
	Nivel de endeudamiento a corto plazo	0,54
	Nivel de endeudamiento a largo plazo	0,000
	Porcentaje de deuda cp	1
	Porcentaje de deuda lp	0
Apalancamiento	Apalancamiento/Leverage	0,95
	Apalancamiento financiero	0,000
	Apalancamiento cp	0,952288207
	Apalancamiento lp	0
Actividad	Rotación de cartera	15,057
	Rotación de cartera en días	23,908
	Rotación de inventarios	1,5566
	Rotación de inventarios en días	231,2731734
	Rotación de proveedores	2,647141348
	Rotación de proveedores en días	135,9957602
	Ciclo operativo	255,182
	Ciclo de caja en días	119,186
Rentabilidad	Margen bruto	0,3796
	Margen utilidad operacional	0,0339
	EBITDA	17.554
	Margen neto	0,0119
	ROA	0,021
	ROE	0,041
	Margen de cobertura	1,202

Mattelsa S.A.S. (Colombia)

Fuente:

Tipo de Estado Financiero	Anual, Indiv.	Anual, Indiv.	Anual, Indiv.	Anual, Indiv.
Fecha final del período	2016-12-31	2017-12-31	2018-12-31	2019-12-31
Unidades	Millones COP	Millones COP	Millones COP	Millones COP

Estado de Resultados	2016	2017	2018	2019
Total Ingreso Operativo	57.710	64.488	77.525	100.396
Ingresos netos por ventas	56.870	63.284	75.508	100.396
Costo de mercancías vendidas	-36.743	-38.993	-47.046	-55.617
Utilidad bruta	20.127	24.290	28.462	44.779
Gastos de venta y distribución	-8.742	-9.220	-11.018	000
Gastos administrativos	-6.850	-6.581	-8.606	000
Otros resultados operativos netos	840	1.204	2.018	
Otros ingresos operativos	840	1.204	2.018	
Ganancia operativa (EBIT)	5.375	9.694	10.856	11.478
EBITDA	6.553	11.901	12.801	
Resultado financiero	-3.548	-4.830	-4.350	
Ingresos financieros	877	439	069	
Gastos financieros	-4.425	-5.269	-4.420	
Otros resultados no operativos netos	000	000	000	-166
Otros gastos				-166
Ganancias antes de impuestos	1.827	4.865	6.506	7.179
Impuesto a la renta	-1.246	-3.241	-1.697	000
Ganancias después de impuestos	581	1.624	4.809	7.179
Ganancia (Pérdida) Neta	581	1.624	4.809	7.179
Ganancias del periodo				7.179

Balance General	2016	2017	2018	2019
Activos Totales	59.169	66.937	69.427	75.740
Activos no corrientes	45.474	49.233	50.036	000
Propiedad, planta y equipo	43.050	44.197	44.450	000
Activos intangibles y valor llave	707	640	562	
Otros activos intangibles	707	640	562	
Comerciales y otras cuentas a cobrar no corrientes	189	178	069	
Cuentas por cobrar no corrientes	189	178	069	
Activos diferidos	1.528	4.218	4.956	
Activos no corrientes por impuesto diferido	1.528	4.218	4.956	
Activos Corrientes	13.695	17.703	19.391	25.036
Inventarios	7.855	11.077	11.904	0
Comerciales y otras cuentas a cobrar	2.860	2.821	2.080	
Cuentas comerciales por cobrar	776	1.341	820	
Créditos de impuestos	2.084	1.481	1.260	
Activos financieros de corto plazo	075	040	953	
Otros activos financieros corrientes	075	040	953	
Efectivo o Equivalentes	2.846	3.721	3.946	
Otros Activos Corrientes	060	044	508	
Total de patrimonio y pasivos	59.169	66.937	69.427	75.740
Total de patrimonio	13.244	14.516	18.604	24.558
Patrimonio neto atribuible a los propietarios de la cc	13.244	14.516	18.604	
Capital Suscrito	5.000	6.000	7.000	
Prima de emisión	1.086	1.086	1.086	
Resultados acumulados	7.158	7.430	10.518	
Pasivos Totales	45.925	52.421	50.822	51.182
Pasivos no corrientes	19.365	24.348	19.516	000
Créditos y préstamos no corrientes	18.507	19.817	14.351	
Ingresos diferidos, gastos devengados y otros pa:	858	4.531	5.165	
Pasivos Corrientes	26.561	28.073	31.307	33.861
Créditos y préstamos corrientes	15.349	12.513	14.551	
Comerciales y otras cuentas a pagar	5.488	8.316	9.098	
Cuentas Comerciales por pagar	5.488	8.316	9.098	
Provisiones para otros pasivos y gastos	1.049	1.202	1.516	
Otros pasivos corrientes	034	053	083	
Pasivos corrientes por impuesto a la renta	4.641	5.990	6.058	

Estado de Flujo de Efectivo	2016	2017	2018	2019
Flujo neto de efectivo por (utilizados en) actividades de exp	33.735	1.396	3.798	
Utilidad Neta	581	1.624	4.809	
Efectivo generado por las operaciones	6.033	8.784	6.311	
Ajustes por: Depreciación y deterioro de propiedad,	1.178	2.206	1.945	
Ajustes por: Gastos financieros	2.835	3.337	2.670	
Ajustes por: otros ajustes	2.019	3.241	1.697	
Cambios en: Inventarios	000	-3.222	-827	
Cambios en: comerciales y otras cuentas a cobrar	561	065	386	
Cambios en: comerciales y otras cuentas a pagar	26.555	-5.874	-6.912	
Otro flujo de efectivo de actividades operativas	005	019	030	
Flujo neto de efectivo de (utilizadas en) actividades de inve	-18.283	1.356	575	
Compra de propiedades, planta y equipo	-17.436	-3.016	-1.906	
Compra de activos intangibles	-846	-270	-213	
Intereses recibidos	000	3.573	2.797	
Otros flujos de efectivo de actividades inversión	000	1.069	-103	
Flujo neto de efectivo de (utilizados en) actividades de fina	-14.463	-1.877	-4.148	
Reembolso de préstamos	-12.883	-1.525	-3.428	
Intereses pagados	-1.580	000	000	
Dividendos pagados	000	-352	-720	
Otros flujos de efectivo de actividades financieras	001	000	000	
Aumento (disminución) neto en efectivo y equivalentes de	989	875	225	
Efectivo al inicio del período	1.857	2.846	3.721	
Efectivo al final del período	2.846	3.721	3.946	
CAPEX	-18.283	-3.286	-2.118	

Tipo de Estado Financiero	Anual, Indiv.	Anual, Indiv.	Anual, Indiv.	Anual, Indiv.
Fecha inicial del periodo de reporte	2016-01-01	2017-01-01	2018-01-01	2019-01-01
Fecha final del período	2016-12-31	2017-12-31	2018-12-31	2019-12-31
Unidades originales como se reportó	COP Miles	COP Miles	COP Miles	COP Miles
Auditado	Auditado	Auditado	Auditado	No Auditado
Fuente	Supersociedades -NIIF	Supersociedades -NIIF	Supersociedades -NIIF	C.C. Medellin - EEFF

Mattelsa		
	Indicador	2018
Solvencia	Solvencia	0,62
	Prueba ácida	0,24
Solidez	Nivel de	0,73
	Nivel de	1,61
	Nivel de	0,39
	Porcentaje de deu	61,60%
	Porcentaje de deu	38,40%
Apalancamiento	Apalancamiento/	2,73175252
	Apalancamiento	1,553488835
	Apalancamiento c	1,682765052
	Apalancamiento lq	1,048987468
actividad	Rotación de carter	92,13645793
	Rotación de carter	3,907248098
	Rotación de invent	3,952142776
	Rotación de invent	91,08982656
	Rotación de prove	5,171050057
	Rotación de	69,61835527
	Ciclo operativo	94,99707465
	Ciclo de caja en día	25,37871938
Rentabilidad	Margen bruto	0,376936012
	Margen utilidad op	0,143770163
	EBITDA	0,169526222
	Margen neto	0,063684921
	Margen de cobert	1,471984017
	ROA	0,069262848
	ROE	0,258471809

Classic Jeans Shops S.A.S. (Colombia)

Fuente:

Tipo de Estado Financiero	Anual, Indiv.	Anual, Indiv.	Anual, Indiv.	Anual, Indiv.
Fecha final del período	2016-12-31	2017-12-31	2018-12-31	2019-12-31
Unidades	Millones COP	Millones COP	Millones COP	Millones COP

Estado de Resultados	2016	2017	2018	2019
Total Ingreso Operativo	36.226	38.570	43.007	43.152
Ingresos netos por ventas	36.052	38.461	42.772	42.777
Costo de mercancías vendidas	-20.896	-23.330	-28.694	-27.131
Utilidad bruta	15.156	15.131	14.078	15.646
Gastos de venta y distribución	-7.569	-9.176	-9.386	-10.777
Gastos administrativos	-5.267	-5.088	-3.099	-5.140
Otros resultados operativos netos	126	-032	103	-565
Otros ingresos operativos	174	108	235	375
Otros gastos operativos	-048	-141	-132	-940
Ganancia operativa (EBIT)	2.446	835	1.696	-835
EBITDA	2.675	1.233	1.990	-207
Resultado financiero	-402	-470	-898	-1.131
Gastos financieros	-402	-470	-898	-1.131
Ganancias antes de impuestos	2.043	365	798	-1.966
Impuesto a la renta	-277	-124	-476	000
Ganancias después de impuestos	1.766	241	322	-1.966
Ganancia (Pérdida) Neta	1.766	241	322	-1.966

Balance General	2016	2017	2018	2019
Activos Totales	16.683	20.996	23.059	23.734
Activos no corrientes	4.507	5.705	5.768	6.398
Propiedad, planta y equipo	4.472	4.933	5.329	5.908
Activos intangibles y valor llave	036	773	439	490
Otros activos intangibles	036	773	439	490
Activos Corrientes	12.176	15.291	17.291	17.336
Inventarios	7.690	8.345	8.313	13.170
Comerciales y otras cuentas a cobrar	372	880	3.236	2.279
Cuentas comerciales por cobrar	239	383	3.236	2.279
Créditos de impuestos	132	497	000	000
Activos financieros de corto plazo	044	000	000	069
Otros activos financieros corrientes	044	000	000	069
Efectivo o Equivalentes	4.071	6.012	4.936	1.819
Otros Activos Corrientes	000	053	806	000
Total de patrimonio y pasivos	16.683	20.996	23.059	23.734
Total de patrimonio	11.687	11.927	11.932	9.970
Patrimonio neto atribuible a los propietarios de la	11.687	11.927	11.932	9.970
Capital Suscrito	1.300	1.300	1.300	004
Prima de emisión	000	000	000	1.300
Otras reservas	000	000	023	023
Resultados acumulados	10.387	10.627	10.609	8.643
Pasivos Totales	4.996	9.069	11.126	13.764
Pasivos no corrientes	000	000	947	3.047
Créditos y préstamos no corrientes	000	000	865	2.965
Ingresos diferidos, gastos devengados y otros p	000	000	082	082
Pasivos Corrientes	4.996	9.069	10.179	10.717
Créditos y préstamos corrientes	736	1.990	2.075	1.582
Comerciales y otras cuentas a pagar	2.353	3.598	3.908	4.600
Cuentas Comerciales por pagar	2.353	3.598	3.908	4.600
Provisiones para otros pasivos y gastos	1.831	3.392	677	1.640
Pasivos corrientes por impuesto a la renta	077	089	3.519	2.895

Estado de Flujo de Efectivo	2016	2017	2018	2019
Flujo neto de efectivo por (utilizados en) actividades de e	-050	816	-357	-1.907
Utilidad Neta	1.766	241	322	-1.966
Efectivo generado por las operaciones	229	398	294	1.367
Ajustes por: Depreciación y deterioro de propieda	229	398	294	629
Ajustes por: otros ajustes	000	000	000	738
Cambios en: Inventarios	-083	-656	032	-4.856
Cambios en: comerciales y otras cuentas a cobrar	288	-252	-2.538	957
Cambios en: comerciales y otras cuentas a pagar	-2.251	1.084	1.533	2.592
Flujo neto de efectivo de (utilizadas en) actividades de in	-1.672	-788	-1.094	-1.260
Compra de propiedades, planta y equipo	-1.672	-788	-1.094	-1.260
Flujo neto de efectivo de (utilizados en) actividades de fir	259	1.915	375	049
Ingresos provenientes de préstamos	259	1.915	375	049
Aumento (disminución) neto en efectivo y equivalentes d	-1.463	1.942	-1.076	-3.117
Efectivo al inicio del período	5.534	4.071	6.012	4.936
Efectivo al final del período	4.071	6.012	4.936	1.819
CAPEX	-1.672	-788	-1.094	-1.260

Tipo de Estado Financiero	Anual, Indiv.	Anual, Indiv.	Anual, Indiv.	Anual, Indiv.
Fecha inicial del periodo de reporte	2016-01-01	2017-01-01	2018-01-01	2019-01-01
Fecha final del período	2016-12-31	2017-12-31	2018-12-31	2019-12-31
Unidades originales como se reportó	COP Miles	COP Miles	COP Miles	COP Miles
Auditado	Auditado	Auditado	Auditado	Auditado
Fuente	Supersociedades -NIIF	Supersociedades -NIIF	Supersociedades -NIIF	Supersociedades -NIIF

	Indicador	2018
Solvencia	Solvencia	1,70
	Prueba acida	0,88
Solidez	Nivel de endeudamiento total	0,483
	Nivel de endeudamiento a corto plazo	0,59
	Nivel de endeudamiento a largo plazo	0,164
	Porcentaje de deuda cp	0,778643741
	Porcentaje de deuda lp	0,221355533
Apalancamiento	Apalancamiento/Leverage	0,93
	Apalancamiento financiero	0,246
	Apalancamiento cp	0,853098955
	Apalancamiento lp	0,079366423
Actividad	Rotación de cartera	13,219
	Rotación de cartera en días	27,233
	Rotación de inventarios	3,4516
	Rotación de inventarios en días	104,2996447
	Rotación de proveedores	7,342753905
	Rotación de proveedores en días	49,02792667
	Ciclo operativo	131,533
	Ciclo de caja en días	82,505
Rentabilidad	Margen bruto	0,3291
	Margen utilidad operacional	0,0397
	EBITDA	1.990
	Margen neto	0,0075
	ROA	0,014
	ROE	0,027
	Margen de cobertura	0,889

Indicadores y análisis

Empresa	Adrissa	Facol/Patprimo	H&M	Mattelsa	Classic Jeans	Sector
Solvencia	1,59	1,87	0,28	0,62	1,70	1,38
Prueba ácida	0,71	0,42	1,21	0,24	0,88	0,60
Nivel de endeudamiento total	0,57	0,49	1,02	0,73	0,48	0,63
Nivel de endeudamiento a corto	0,63	0,54	3,55	1,61	0,59	1,29
Nivel de endeudamiento a largo p	0,15	0,00	1,70	0,39	0,16	0,41
Porcentaje de deuda cp	0,97	1,00	0,43	0,62	0,78	0,82
Porcentaje de deuda lp	0,03	0,00	0,57	0,38	0,22	0,18
Apalancamiento/Leverage	1,31	0,95	53,69	2,73	0,93	12,13
Apalancamiento financiero	0,36	0,00	30,37	1,55	0,25	6,51
Apalancamiento cp	1,27	0,95	23,33	1,68	0,85	5,69
Apalancamiento lp	0,03	0,00	0,57	1,05	0,22	0,25
Rotación de cartera	6,48	15,06	8,73	92,14	13,22	22,22
Rotación de cartera en días	55,56	23,91	41,24	3,91	27,23	25,88
Rotación de inventarios	2,64	1,56	2,48	3,95	3,45	2,15
Rotación de inventarios en días	136,22	231,27	145,23	91,09	104,30	188,31
Rotación de proveedores	4,02	2,65	2,33	5,17	7,34	3,18
Rotación de proveedores en días	89,51	136,00	154,71	69,62	49,03	126,32
Ciclo operativo	191,78	255,18	186,46	95,00	131,53	214,19
Ciclo de caja en días	102,27	119,19	31,75	25,38	82,51	87,87
Margen bruto	0,37	0,38	0,52	0,38	0,33	0,41
Margen utilidad operacional	0,04	0,03	0,52	0,14	0,04	0,15
EBITDA	389,21	17.553,85	15.402,34	0,17	1.990,05	13.918,62
Margen neto	-0,12	0,01	-0,02	0,06	0,01	0,01
ROA	-0,25	0,02	-0,02	1,47	0,01	0,17
ROE	-0,57	0,04	-0,87	0,07	0,03	-0,15
Margen de cobertura	0,74	1,20	-1,42	0,26	0,89	0,52

Ventas totales	9.128,97	413.676,55	142.713,99	77.525,26	43.007,24	686.052,01
Participación	1,33%	60,30%	20,80%	11,30%	6,27%	100,00%

Para el análisis que hicimos, apenas 3 de las 5 empresas tuvieron un margen neto positivo y el promedio sectorial es 0,834681281 de 1%. La rotación de inventarios promedio es de 188,31 días, es decir, más de tres meses. El apalancamiento en su mayoría se da en el corto plazo, esto reflejado a un valor del indicador de corto plazo de 0,8347 (quitando el valor correspondiente de H&M, al ser un dato atípico) mientras que el de largo plazo es de 0,25. Esto podría estar relacionado con el resultado del indicador