



Disponible
en Video-caso

Caso 41

Administración



Taller Sandía

Una fábrica color sandía

Camila está en una disyuntiva. Luego de un año de haber instalado el Taller Sandía en el barrio Italia¹, tiene dificultades con su socia, por lo que se encuentran en un proceso de separación y está pronta a emprender de forma individual. Para lograrlo deberá cambiar el nombre de la tienda y responsabilizarse de todos los gastos y funciones que demanda el negocio, entre las que se cuentan el arriendo del local, el diseño de su propia marca de ropa (La Fábrica), atender la tienda Taller Sandía y enviar pedidos a regiones. ¿Será una buena decisión lanzarse con otra tienda o convendría fusionar las marcas Taller Sandía y La Fábrica?- se pregunta

Camila, quien se muestra complicada por una posible confusión de los clientes.

“Taller Sandía se caracteriza por comercializar únicamente marcas de diseñadores alternativos y que recién comienzan sus carreras. Camila no es la excepción y también creó su propia marca (La Fábrica) que destaca por su originalidad y exclusividad”.

¹El barrio Italia es hoy un paseo obligado para los ciudadanos que buscan encantarse con la “vida de barrio”. Se encuentra ubicado en la comuna de Providencia y es un lugar donde conviven a diario talleres de anticuarios, tiendas de diseño y decoración, talleres mecánicos, restaurantes, galerías de arte, centros comunitarios, colegios, un museo, una universidad y una serie de lugares típicos de un barrio: el almacén de la esquina, la carnicería, la reparadora de calzado, el taller de bicicletas, entre otros.

Una comerciante con estilo

Camila Hernández, de 26 años, desde muy pequeña demostró su espíritu comercial al vender golosinas y discos durante los recreos en su colegio. Luego de egresar de la Enseñanza Media, estudió Diseño durante cuatro semestres. Por motivos económicos, tuvo que retirarse y se vio obligada a trabajar, hasta que el año 2012 quedó cesante. Presionada por su situación económica, debió idear una solución para generar recursos y, dando rienda suelta a su imaginación, creatividad y gusto por los negocios, decidió instalar una tienda de ropa en colaboración con una amiga que es diseñadora titulada.

Nacen Taller Sandía y La Fábrica en el barrio Italia

La pequeña tienda se habilitó en una galería artístico-comercial del barrio Italia, donde paga un arriendo bastante más barato que otros locales del sector, cuya plusvalía ha aumentado considerablemente. La tienda fue bautizada con el nombre de Taller Sandía, y en un comienzo se ofrecían talleres de intervención en el diseño de ropa y accesorios.

Taller Sandía se caracteriza por comercializar únicamente marcas de diseñadores alternativos y que recién comienzan sus carreras. Camila no es la excepción y también creó su propia marca (La Fábrica), la que destaca por su originalidad y exclusividad. Las prendas y accesorios son comprados en el mercado convencional, pero intervenidos por Camila, quien da un toque especial a cada producto, aunque sin perder de vista los rasgos comunes del público objetivo: universitarias interesadas por el arte que, si bien gustan de la moda y sus tendencias, no desean seguir el patrón de moda imperante.

El 80% de los artículos comercializados en Taller Sandía son marca La Fábrica. Otro dato importante es que el 50% de las ventas se realiza vía Internet hacia regiones, ya que Camila se ha encargado de potenciar sus productos en redes sociales como Instagram y Facebook. Además, el local cuenta con un sistema para pago con tarjetas, con la finalidad de no perder ventas. Camila se ha empeñado en desarrollar una propuesta de valor que consiste en generar una experiencia de compra cada vez que las clientas vayan a la tienda, haciéndolas sentir muy a gusto y conformes. Por ejemplo, en los días de frío, cada mañana deja mensajes en Facebook invitando a los amigos de La Fábrica a pasar por la tienda a ver los

productos y tomar un chocolate o un té caliente.

Por el reducido tamaño que tiene la tienda, Camila sólo atrae clientes por redes sociales y a través del boca a boca, quienes muchas veces confunden el nombre de la tienda con el de la marca. Su clientela no distingue los productos de Sandía de los de La Fábrica, lo que le impide eliminar la marca que tiene con su amiga y seguir solo con el suyo.

Camila está preocupada y teme perder una parte de las ventas si cambia la marca, pues muchas personas conocen solo la tienda que tenía con sus antiguas socias y se pregunta ¿Me conviene hacer una marca nueva o fusionar las ya existentes?

Anexos

1.- Volumen de ventas por artículos más comercializados en Taller Sandía.

Marcas	Aros	Poleras	Pulseras
La Fabrica	78	42	45
Todo para ti	39	5	20
Chocolate	39	6	59
Total	235	53	124