



INFORME FINAL MODALIDAD EMPRENDIMIENTO

PLAN DE NEGOCIOS

GLADYS ANDREA ARIAS DUQUE

CREAR UNA MARCA DE BLUSAS QUE INTEGRE ELEMENTOS FUNCIONALES PARA MOLDEAR LOS CUERPOS DE AQUELLAS MUJERES QUE HAN SIDO EXCLUIDAS POR LOS ESTEREOTIPOS DE LA MODA, LA CUAL EDUCA DE MANERA INFORMAL MEDIANTE LOS MEDIOS PUBLICITARIOS EN TEMAS DE APRECIACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LA BELLEZA FÍSICA.

DOCENTE:
DUVERNEY GÓMEZ AGUIRRE

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO
PROFESIONAL EN DISEÑO DE VESTUARIO
MEDELLÍN
2024

GUÍA INFORME FINAL MODALIDAD EMPRENDIMIENTO PLAN DE NEGOCIOS	Código: GDO- GU - 2
	Versión: 01
	Página: 1 de 1

1. Plataforma Estratégica¹

1.1 Misión

Diseñar y confeccionar blusas de dama que celebren la diversidad de formas y tallas, promoviendo la autoaceptación y la confianza en cada una de nuestras clientas.

1.2 Visión

Ser una empresa líder en confección de prendas femeninas, reconocida por la innovación, calidad y servicio a nivel de todo Medellín, y a largo plazo poder tener puntos de distribución en las ciudades principales de Colombia.

1.3 Objetivos

Objetivo general.

Crear una marca de blusas que integre elementos funcionales para moldear los cuerpos de aquellas mujeres que han sido excluidas por los estereotipos de la moda, la cual educa de manera informal mediante los medios publicitarios en temas de apreciación e interpretación de la belleza física.

Objetivos específicos.

1. Analizar el público al que nos vamos a enfocar y establecer los factores de inconformidad que afectan a las mujeres que son excluidas por la moda.
2. Indagar el estado actual del mercado con relación a marcas que se dedican a la distribución y comercialización de blusas.
3. Desarrollar una colección de blusas que integren los elementos funcionales (faja interna y otros).

1.4 Valores Corporativos

- Calidad
- Honestidad
- Respeto
- Pasión

¹ Carlos Villegas Profesional de apoyo a la Unidad de emprendimiento I.U.P.B

- Innovación

2. Módulo de Mercados

2.1 Justificación o Planteamiento del problema.

La estereotipación de la moda en la confección de blusas y su impacto en las mujeres de Medellín

La industria de la moda, en particular la confección de blusas, ha perpetuado estereotipos de belleza física que ejerce una presión social significativa sobre las mujeres de Medellín. Estos estereotipos, promovidos principalmente a través de los medios de comunicación y redes sociales, influyen en la forma en que las mujeres perciben su propio cuerpo y generan expectativas poco realistas sobre cómo deben verse y vestirse. Este fenómeno, que se conoce como "estereotipación de la moda", tiene graves consecuencias para la salud física y mental de las mujeres, por lo que es crucial abordarlo de manera integral. Los efectos negativos de la estereotipación de la moda, han sido sin lugar a duda la presión social y baja autoestima, esto se ha causado debido a la constante exposición a imágenes de mujeres con cuerpos perfectos en las blusas de moda, que genera una presión social considerable sobre las mujeres de Medellín para alcanzar esos estándares irreales. Esto puede conducir a una baja autoestima, insatisfacción con el propio cuerpo e incluso trastornos alimenticios como la anorexia y la bulimia, por otra parte está la limitación de la expresión individual, donde la confección de prendas de moda restringe la libertad de las mujeres para expresar su estilo personal y elegir ropa que las haga sentir cómodas y seguras de sí mismas, al enfocarse en un solo tipo de cuerpo, la industria de la moda limita las opciones disponibles para las mujeres y las desalienta a explorar diferentes estilos que reflejan su individualidad, de tal forma se pueden presentar problemas de salud física a causa de la obsesión por alcanzar los estereotipos de belleza física promovidos por la moda, mediante el cual las mujeres pueden adoptar prácticas poco saludables como dietas restrictivas, ejercicio excesivo y cirugías estéticas innecesarias. Estas prácticas pueden tener graves consecuencias para la salud física, incluyendo desnutrición, lesiones y complicaciones quirúrgicas, por tal razón es importancia de abordar el problema sobre la estereotipación de la moda en la confección de blusas, para proteger la salud física y mental de las mujeres de Medellín, Pese a esto, se debe implementar estrategias que promuevan la aceptación de la diversidad corporal, la autoestima positiva y la libertad de expresión individual en la moda.

2.2 Antecedentes del problema.

¿Desde cuándo existe el problema de la estereotipación de la moda en la confección de blusas

A principios del siglo XX con la aparición de la industria de la moda moderna, el desarrollo de técnicas de producción masiva y la publicidad dirigida a un público amplio contribuyeron a la difusión de imágenes idealizadas de belleza femenina, a menudo asociadas con un tipo de cuerpo específico y prendas de vestir particulares.

A lo largo del siglo XX y XXI, esta tendencia se intensificó con la influencia de los medios de comunicación, como la televisión, las revistas de moda y las películas. Estos medios perpetúan la idea de que la belleza física es un factor determinante del valor y el éxito de las mujeres, reforzando los estereotipos de la moda y su impacto en la autoestima y la percepción del propio cuerpo.

Este fenómeno, donde las mujeres están constantemente expuestas a un flujo incesante de imágenes de modelos y celebridades con cuerpos considerados "perfectos", lo que, en las últimas décadas, la globalización y el auge de las redes sociales han amplificado intensifica la presión social para ajustarse a esos estándares irreales.

En diferentes culturas y sociedades existen diversos cánones de belleza y expectativas sobre la apariencia física de las mujeres. Sin embargo, en el contexto de la industria de la moda globalizada, los estereotipos occidentales han tenido una influencia significativa, particularmente en países como Colombia.

En cuanto al problema de la estereotipación de la moda en la confección de blusas tiene raíces profundas que se remontan a los inicios de la industria de la moda moderna. A lo largo del tiempo, este fenómeno se ha intensificado y perpetuado por diversos factores sociales, culturales y económicos, generando un impacto negativo en la salud física y mental de las mujeres.

Consecuencias si no se toman medidas:

La falta de acción para combatir la estereotipación de la moda tendría graves consecuencias:

- **Problemas de salud física:** Dietas restrictivas, ejercicio excesivo y cirugías estéticas innecesarias podrían dañar la salud de las mujeres.
- **Trastornos psicológicos:** Baja autoestima, insatisfacción corporal, ansiedad y depresión podrían afectar la salud mental de las mujeres.
- **Limitación de la expresión individual:** Las mujeres se verían limitadas a elegir ropa que se ajuste a estereotipos, restringiendo su libertad de expresión.
- **Desigualdad social:** Se perpetuaría la idea de que la belleza física es un factor determinante del éxito, excluyendo a mujeres que no se ajustan a los estereotipos.

Es crucial abordar este problema para promover la salud física y mental de las mujeres, la aceptación de la diversidad corporal y la libertad de expresión individual en la moda.

2.3 Análisis del Sector

Según datos del Instituto Nacional de Estadística (DANE), el mercado de compra de ropa en Colombia ha experimentado un crecimiento constante en los últimos cinco años, impulsado por varios factores como el aumento del poder adquisitivo de la población, el crecimiento económico sostenido y la influencia de las tendencias de moda globales.

La industria textil colombiana es un pilar esencial para la economía nacional, ya que ha contribuido significativamente al PIB con \$14,34 billones, (representando el 9,4%) y generó empleo para más de 600.000 personas. Es decir, que este sector destaca por impulsar un crecimiento económico sostenible.

Justamente, empresas destacadas en la industria, como **The Lycra Company** y **Protela**, han consolidado una sólida alianza para impulsar la innovación y ofrecer

productos de alta calidad a los consumidores y, mirando hacia 2024, han presentado las tendencias para el próximo año, marcando la pauta para la siguiente edición de Colombiatex.

Algunas de las tendencias destacadas para el **2024** incluyen: Dos de las grandes temáticas que abordó **Inexmoda** en la **edición número 34 de Colombiatex** de las Américas fueron: la **sostenibilidad y los nuevos avances tecnológicos** en el sector textil. Es así como las nuevas propuestas incluyeron la **realidad virtual** (con el metaverso), **nuevas maquinarias y softwares** eficientes que permiten producir prendas, imprimir o estampar, ya sea sobre telas o sobre productos terminados, reduciendo el impacto ambiental y la sobreproducción de prendas. Los consumidores colombianos están cada vez mas interesados en la moda y la expresión personal a través de la ropa. Existe una creciente preferencia por marcas internacionales reconocidas, tales como, como Zara, H&M y Forever21, aunque las marcas locales entre las cuales cabe resaltar, Arturo Calle, Studio F y Gef, entre otras, también tienen una base de seguidores sólida.

La comodidad y la practicidad son consideraciones clave para los consumidores al momento de comprar ropa.

A continuación, se presenta un análisis detallado.

Este análisis tiene como objetivo proporcionar una visión general de la situación actual del sector y destacar las tendencias clave que están dando forma al mercado de la moda en Colombia. basado en los datos proporcionados, según, (Litman, 2024)

Indicador	Tendencia
Gasto en moda de hogares en febrero de 2023	\$2,56 billones, un aumento del 5,0% respecto al mismo mes de 2022
Gasto acumulado en moda en 2023	\$5,09 billones, un aumento nominal del 5,4% respecto a los dos primeros meses de 2022
Pérdida de poder adquisitivo en febrero de 2023	Pérdida de 3 unidades comparado con febrero de 2021
Ventas del sistema moda en los dos primeros meses de 2023	Favorecidas por temporada escolar, jornadas de descuento y San Valentín
Desaceleración en índices de producción y venta en 2023	Mayormente afectados los segmentos de insumos textiles y marroquinería
Tamaño de mercado en enero de 2024	\$2,73 billones, un aumento del 7,8% respecto a 2023, con un crecimiento real del 2,56%
Pronóstico de tendencia del gasto en moda en 2024	Se espera una tendencia positiva debido a la corrección en la inflación y las variables económicas influyentes
Descenso de la actividad manufacturera en enero de 2024	-4,3% según el Dane
Variación de la producción real de la industria manufacturera hasta enero de 2024	-5,3%
Variación de las ventas reales hasta enero de 2024	-4,9%
Variación del personal ocupado hasta enero de 2024	-0,9%
Contribución al PIB en 2022	\$14,34 billones (9,4% del PIB)
Empleo generado en 2022	Más de 600.000 personas
Tendencias destacadas para 2024	Adaptabilidad de telas, compresión personalizable, sostenibilidad y avances tecnológicos

2.4 Análisis del Mercado

Análisis del Mercado en Medellín

Medellín, la segunda ciudad más grande de Colombia, ha experimentado un notable crecimiento económico y social en las últimas décadas. Esto ha impulsado el desarrollo de un mercado vibrante y diverso, con una amplia gama de sectores y actores. Sin embargo, como en cualquier economía dinámica, el mercado de Medellín también enfrenta desafíos y oportunidades que deben ser abordados para garantizar su sostenibilidad y competitividad a largo plazo.

Medellín es uno de los 125 municipios del departamento de Antioquia, Colombia. De acuerdo con las proyecciones del DANE, en 2023 Medellín tenía 2.6 millones de habitantes: 1.3 millones de mujeres (52.9%) y 1.22 millones de hombres (47.1%).

Justificación de un mercado objetivo

Tamaño del mercado:

El grupo de mujeres entre 20 y 45 años representa según reporte del dane en 2023, un 37,19%, porción significativa de la población en Medellín, esto significa que existe un gran potencial para llegar a un gran número de consumidores potenciales, de tal manera, son generalmente consumidoras activas que están abiertas a probar nuevos productos y servicios, dado a que tienen un Poder adquisitivo Alto: Las mujeres entre 20 y 45 años suelen encontrarse en las etapas más productivas de su vida laboral, lo que significa que tienen un mayor poder adquisitivo que otros grupos de edad.

Este grupo poblacional suele estar más dispuesto a gastar dinero en bienes y servicios, especialmente en aquellos que les brinden experiencias, diversión o mejoren su estilo de vida. suelen ser influyente en las decisiones de compra de otros, lo que significa que pueden ayudar a difundir el conocimiento sobre la marca o producto entre un público más amplio, donde, cabe resaltar que son generalmente más propensas a adoptar nuevas tecnologías, lo que las convierte en un mercado objetivo ideal para productos y servicios digitales.

Basándonos en los datos disponibles y considerando las limitaciones mencionadas, se puede estimar que entre 600.000 y 900.000 mujeres en Medellín consumen moda.

según (Diez, 2023) "**Estamos esperando que el mercado de la moda acabe el año con \$32 billones, lo que significa un aumento de 5,6%**, sin embargo, en unidades estamos esperando un decrecimiento de 3%".

Consumo aparente y consumo per cápita de ropa en Medellín

Se estima que Medellín representa alrededor del 10% del mercado nacional de moda, lo que significa que el consumo aparente de ropa en la ciudad podría ser de alrededor de \$3 billones

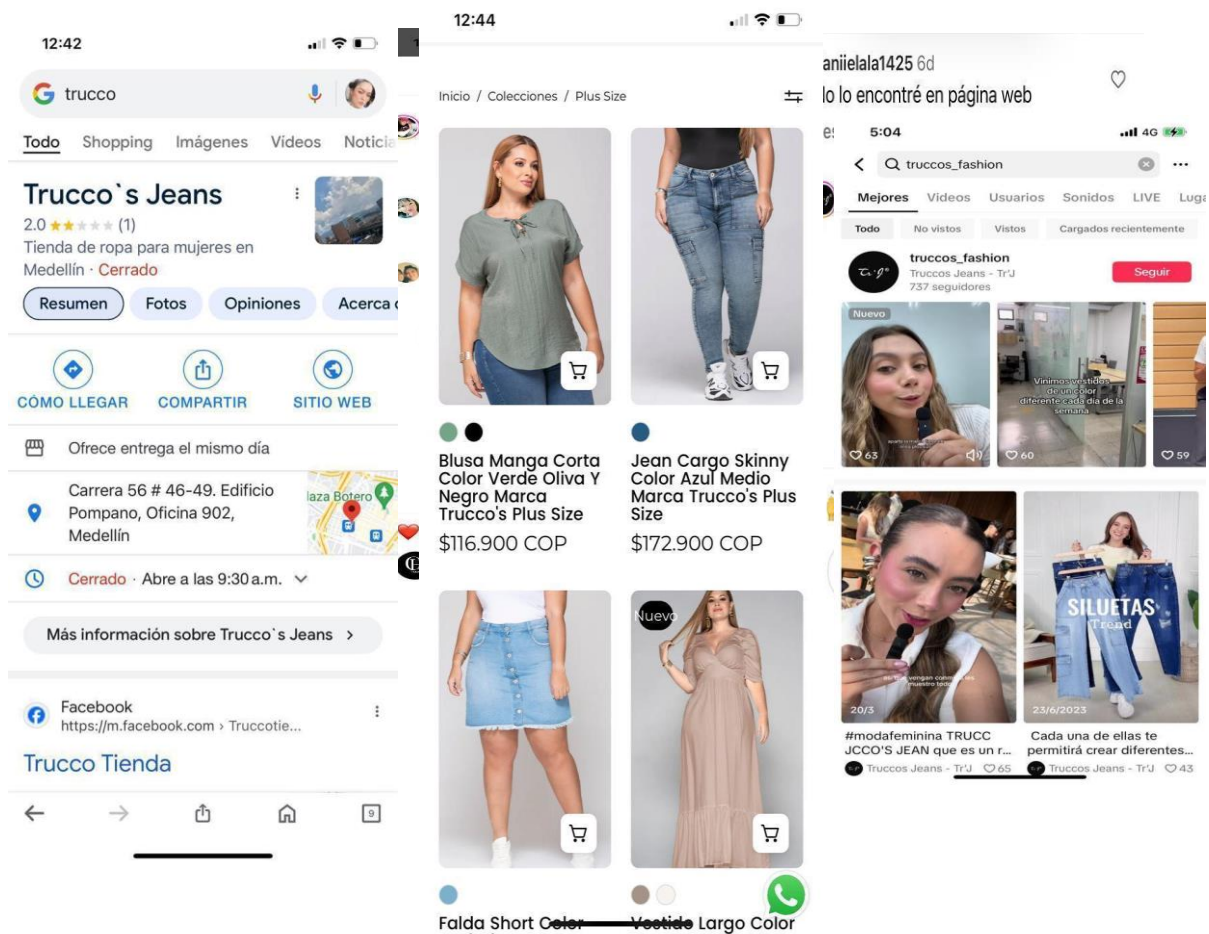
Consumo per cápita de ropa en Medellín (estimación): según (Rojas, 2024), las cifras de Radar, un colombiano gasta en promedio \$68.352 por mes en ropa, donde Medellín está entre Las ciudades con mayor gasto per cápita mensual de **\$74.331**.

Esto es significativo, ya que refleja la importancia del sector textil y de la moda en la economía local. De acuerdo con Inexmoda, “la recuperación del gasto se irá dando a medida que mejoren las condiciones económicas de los hogares con menores tasas de interés e inflación”.

2.5 Análisis de la Competencia

Trucos Fashions es una empresa dedicada a la confección de prendas de dama, centrándose especialmente en la fabricación de blusas y jeans. Se distingue por ofrecer una amplia variedad de tallas para adaptarse a diferentes tipos de cuerpo, desde tallas pequeñas hasta tallas extendidas como xxl y xxxl. Además, Trucos Fashions se destaca por su política de plazos, ofreciendo a sus clientes la posibilidad de pagar en un período de 60 días, lo que les brinda flexibilidad financiera.

En cuanto a su estrategia de marketing, Trucos Fashions ha adoptado un enfoque moderno y centrado en el comercio electrónico. Utilizan diversas plataformas en línea, como Instagram, páginas web y TikTok, para promocionar sus productos y llegar a una amplia audiencia de clientes potenciales. Su objetivo es ofrecer moda de calidad que se adapte a las necesidades y preferencias de mujeres de todas las edades y tallas, fomentando así la inclusión y la autoexpresión a través de la ropa.





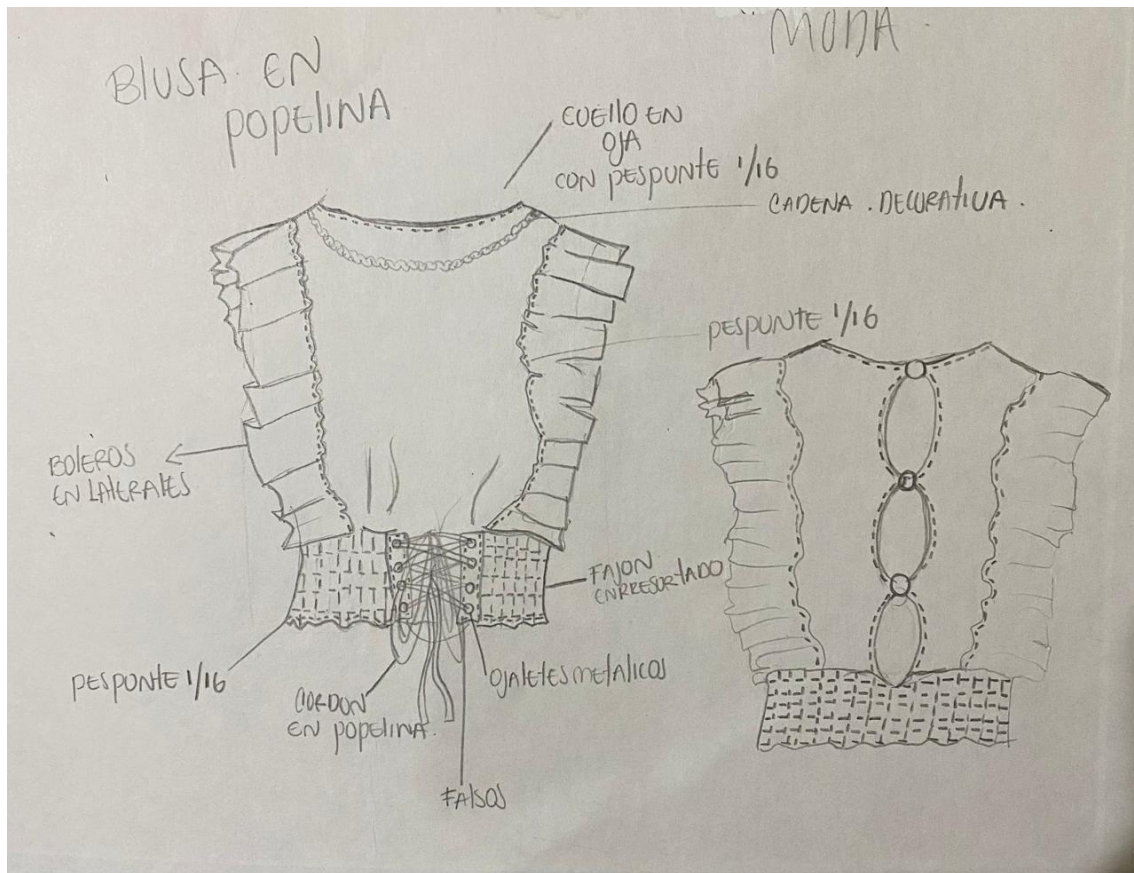
En general, Trucco's Fashion se presenta como una empresa con un gran potencial. La amplia variedad de telas de alta calidad, entre las cuales están, Índigos, driles, satines, algodón poliéster, chalis, popelina, rayón, entre otras. Se presume que las telas son de buena calidad, lo que se refleja en la durabilidad y apariencia de las prendas.

la buena comunicación con los clientes y el enfoque en la inclusión son aspectos positivos que la diferencian de la competencia.

3. Estrategias de Mercado

3.1 Concepto del Producto o Servicio:

3.1.1 Descripción básica



3.1.2. Esta blusa de dama es una pieza de moda versátil y elegante que seguramente se convertirá en un elemento fundamental en el guardarropa de cualquier mujer. Confeccionada con un tejido ligero y fluido, te ofrece comodidad. Su corte favorecedor presenta un escote ovalado, cuenta con un hermoso bolero en los laterales de la sisa, perfectas para lucir durante todo el año. Además, su diseño sutilmente entallado en la cintura, el cual cuenta con un enresortado que le da mayor ajuste o amplitud a la prenda agregando un toque de feminidad y sofisticación. Con detalles delicados como ojales, un listón en cual tiene como función ajustarla o soltarla, permitiéndole así ajustarse a toda clase de cuerpo, esta blusa es ideal combinarla con jeans, short, faldas, para un look casual o con pantalones de vestir para una ocasión más formal. Versátil y elegante, esta blusa es una elección perfecta para cualquier ocasión.

3.1.3 El uso diario: Las blusas de dama son excelentes opciones para vestir de manera casual en el día a día, ambiente laboral, ya que en muchos entornos requieren un código de vestimenta formal o semiformal, también están los eventos sociales y sin dejar de un lado están las ocasiones especiales.

3.1.4 Diseño

Los diseños de las blusas incluyen fajas internas que son una innovación interesante en el mundo de la moda femenina. Las cuales podrían estar estratégicamente ubicadas dentro de la blusa para proporcionar un soporte adicional en áreas específicas, como el abdomen o la espalda, los brazos, sin comprometer la comodidad o el estilo. Las blusas con fajas internas podrían tener un diseño de corte favorecedor que ayuden a definir la cintura y crear una apariencia más esbelta.

Estas prendas cuentan con versatilidad en estilos teniendo desde los más casuales hasta los más formales. Por ejemplo, podrían existir versiones más básicas y minimalistas para el uso diario, así como diseños más elaborados con detalles como pliegues, volantes o encajes para ocasiones especiales, además cuentan con Ajuste personalizado, permitiendo que la usuaria ajuste la tensión de la faja según su preferencia y comodidad.

3.1.5 Calidad

3.1.6 los empaques serán Caja elegantes la cual será una caja de cartón resistente, preferiblemente en un color neutro como caqui, blanca o negra el cual llevará en su interior papel de seda o celofán de tal forma Cubra la blusa cuidadosamente doblada, para protegerla de posibles arrugas y darle un toque de elegancia adicional.

Incluirá una pequeña tarjeta de agradecimiento dentro de la caja, mostrando aprecio al cliente por su compra. Esto añade un toque personalizado y demuestra atención al detalle, también como anexo tendrá una etiqueta de marca o una etiqueta de cuidado de tela en el empaque para proporcionar información importante al cliente.

3.1.7 Confeccionar blusas con fajas o bodies internos como producto o servicio puede tener varias fortalezas y debilidades en comparación con la competencia.

Fortalezas:

1. Mayor comodidad y soporte: Las blusas con fajas o bodies internos pueden ofrecer una sensación de comodidad y soporte adicionales al contornear y realzar la figura de quien las lleva puestas.
2. Diseño innovador: Este tipo de blusas ofrecen un diseño innovador y funcional que puede diferenciarlas de otros productos en el mercado, lo que podría atraer a clientes interesados en soluciones de moda que no solo sean estéticas, sino también prácticas.
3. Versatilidad de uso: Estas blusas pueden servir como prendas versátiles que pueden usarse en diversas ocasiones, desde el trabajo hasta eventos sociales, proporcionando una solución práctica y elegante para múltiples situaciones.
4. Valor añadido para el cliente: Ofrecer blusas con fajas internas puede proporcionar un valor añadido perceptible para el cliente al proporcionar una solución integrada que resuelve problemas comunes de ajuste y comodidad.

Debilidades:

1. Costo de producción: La inclusión de fajas o bodies internos puede aumentar el costo de producción de las blusas, lo que podría resultar en un precio minorista más alto en comparación con blusas convencionales.

2. Percepción de incomodidad: Aunque se supone que proporcionan comodidad y soporte, algunas personas podrían percibir las fajas o bodies internos como restrictivos o incómodos, lo que podría afectar su aceptación en el mercado.

3. Competencia: En un mercado competitivo, otras marcas pueden ofrecer productos similares o alternativas que satisfagan las mismas necesidades, lo que podría dificultar destacar entre la multitud y captar la atención de los clientes.

3.1.9 Materia prima que utiliza en el producto.

Estas blusas podrían estar disponibles en una variedad de telas, desde tejidos ligeros y fluidos hasta opciones más estructuradas y firmes, tales como, popelina, chalis, noches de Viena, seda, encaje, lino entre otras, dependiendo de la ocasión y el estilo deseado.

En insumos broches, botones bordados ojaletes, cordones etc.

Estas fajas podrían estar hechas de materiales elásticos y transpirables para garantizar un ajuste cómodo.

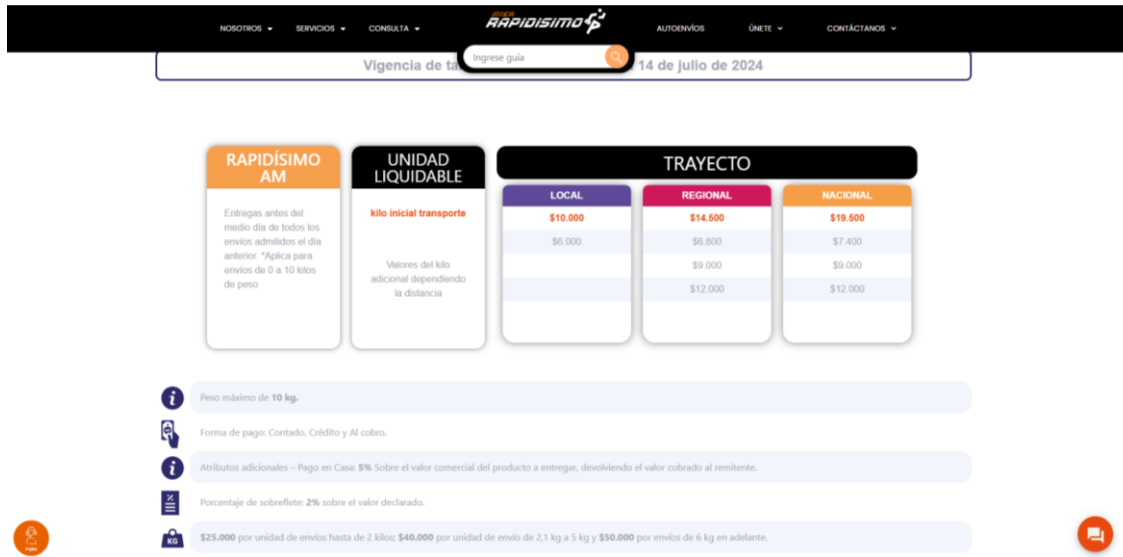
3.2 Distribución:

3.2.1 los canales de distribución que utilizaré inicialmente será la tienda online que funcionara mediante las redes sociales: Facebook, Instagram Tik tok y WhatsApp, para darnos a conocer y a medida que obtengamos reconocimiento se implementara el punto físico el cual me será útil para fomentar mayor credibilidad a los clientes, el cual funcionara como venta al por mayor a minoristas,

3.2.2 Métodos de despacho y transporte.

Los métodos de despacho serán a domicilio, con pago en casa en la ciudad de Medellín, para despachos nacionales se utilizarán las empresas de envíos que tengan cobertura para la zona indicada, ya sea un municipio u otra ciudad.

3.2.3 Costos del transporte y seguros



Vigencia de ta Ingrese guía 14 de julio de 2024

LOCAL	REGIONAL	NACIONAL
\$10.000	\$14.500	\$19.500
\$6.000	\$8.800	\$7.400
	\$9.000	\$9.000
	\$12.000	\$12.000

- Peso máximo de 10 kg.
- Forma de pago: Contado, Crédito y Al cobro.
- Atributos adicionales - Pago en Casa 5% Sobre el valor comercial del producto a entregar, devolviendo el valor cobrado al remitente.
- Porcentaje de sobreffete: 2% sobre el valor declarado.
- \$25.000 por unidad de envíos hasta de 2 kilos; \$40.000 por unidad de envío de 2,1 kg a 5 kg y \$50.000 por envíos de 6 kg en adelante.

3.2.4 Inicialmente se tendrá un inventario pequeño y variado, el cual contara con una gama en colores neutros, como el negro, blanco, beis y azul, manejando un promedio en tallas de a 3talla en la que se manejaran las tallas s/m, l/xl y xxl/xxxl, entre los cuales se tiene como objetivo sacar cada semana 3 referencias.

Esto me va a permitir tener un stock para brindarle un mejor servicio al cliente, en el momento de solicitar mi producto.

3.3 Precios:

3.3.1 Los precios de la competencia están en un rango de \$65000 en tallas pequeñas y a \$78000 en tallas plus, esta empresa está dedicada a las ventas al detal y al por mayor para compras de 6 unidades o más, también manejan un descuento del 10% por pago antes de los 60 días. Hacen tres campañas de lanzamiento de colección al año, con estrategias de precios especiales.

Los precios estipulados para mis blusas están en un Rango de \$60000 y 72000 para blusas con diseños y cortes.

Los precios para blusas con complemento adicional están en un rango de 85000 a 95000.

Serán precios fijos y no se podrá ofrecer descuento, ya que se pretendo capitalizarme y crecer como empresa, dentro de la cual se puede justificar los precios más altos mediante los diseños exclusivos y los complementos adicionales como fajas o bodies.

Descripción	Valores
Promedio de tela 1mt con iva incluido	\$18445
Confección	\$ 8000
terminación	\$ 2200
Insumos botones plásticos	\$ 1760
etiqueta	\$ 300
Marquilla	\$ 100

herrajes	\$ 1200
cierre	\$ 800
administrativos	\$ 3000
Banco 2%	
Robo 2%	
Total, costos fijos	\$37251
otros	
Modelo (costo variable)	\$ 5000
Estampado (costo variable)	\$ 6000
Utilidad % 20	\$14500
Precio de venta	\$62751
Utilidad sobre utilidad %	\$ 8700
Precio venta final	\$ 71500

3.3.2 La empresa tiene proyectado vender únicamente de contado, en lugar de ofrecer opciones de crédito u otras formas de pago, ya que esta estrategia puede ayudarnos a mantener un flujo de efectivo constante y predecible, con el motivo de incrementar el capital. Al recibir pagos al contado, la empresa evita el riesgo de impagos o retrasos en los pagos que podrían afectar su liquidez. Esto nos va permitir eliminar el riesgo de tener cuentas pendientes por cobrar. De otra forma será mejor controlar el inventario y evitar acumulaciones de stock no vendido debido a ventas a crédito no realizadas.

vender exclusivamente de contado va a ser parte de la estrategia de posicionamiento en el mercado. enfocándonos en clientes que tienen la capacidad de pagar de contado y que valoran la calidad y exclusividad de los productos.

La decisión de vender únicamente de contado puede estar motivada por una combinación de consideraciones financieras, administrativas y estratégicas que buscan maximizar la rentabilidad y minimizar el riesgo para la empresa.

3.3.3 La empresa pertenece al régimen simplificado, generalmente se refiere a un sistema tributario simplificado diseñado para facilitar el cumplimiento de las obligaciones fiscales para pequeñas empresas. Las obligaciones tributarias en el régimen simplificado son:

- Inscribirse en el registro único tributario, RUT.
- Llevar el libro fiscal de registro de operaciones diarias.
- Inscribirse en la cámara de comercio o registro mercantil.

- Declaración de renta

3.3.4 El buen servicio, se estipula enviar los productos (blusas) a domicilio, para que el cliente no se tenga que mover de su hogar y así ahorra tiempo, como garantía se le dará un mes y aparte de eso si el cliente no queda satisfecho con la prenda se le hará cambio por otra prenda, no habrá devolución de dinero. Los clientes serán anexados a nuestra base de datos para que estén informados acerca de las referencias nuevas que se lanzarán semana a semana y por ende también se les hará partícipes de rifas sorpresas. Para irlos fidelizando a nuestra empresa.

3.4 Promoción:

Para el lanzamiento del producto se creará como primera base, las páginas correspondientes como Facebook, Instagram y tik tok, se harán campañas de reconocimiento, donde se publicarán videoclips de los productos y la marca los cuales contarán una breve historia del enfoque de la marca, como serán las prendas y para quién fue pensado el producto, además se anunciará fecha de lanzamiento del producto, el cual se llevará a cabo en un punto físico (local comercial).

También se pagará a un influencer, por una historia acerca de nuestro producto e invitarlos a que nos conozcan y nos sigan.

3.4.1 En la venta del producto aún no se estipula manejar descuentos, ya que, se desea fortalecer el músculo financiero.

3.4.2 campaña de reconocimiento en redes sociales \$100000

● Camarógrafo de evento por día	\$550000
● Local comercial por día	\$250000
● Arreglos florales	\$500000
● Influencer	\$250000
● 200 botellas de agua	\$180000
● Modelo	\$100000
● 200 coqueís	\$300000
● 400 stiker	\$150000
● 50 llaveros de lujo	\$350000

\$2'630.000

3.4.3 para incentivar las ventas, se hará un lanzamiento en un punto físico donde se hará un en vivo en las redes sociales, para darle credibilidad al cliente. las personas van a tener la oportunidad de conocer las prendas, se les dará una explicación acerca del producto, se repartirá agua y cupcake's los cuales van a tener el logo de la marca y están las redes sociales para que nos sigan y puedan seguir adquiriendo las prendas, también se les dará un obsequio (un llavero) para recordarle al cliente la marca, se llevará a cabo la rifa de algunas prendas

3.5 Comunicación y publicidad

3.5.1 Para llegar a la audiencia mediante las redes sociales (como Instagram, Facebook, tik-tok), creando contenido visual atractivo, como la fotografía y los video videos de alta calidad, ya que esto es fundamental en la industria de la moda., mostrando las blusas en un contexto atractivo y que resalten sus características de manera efectiva.

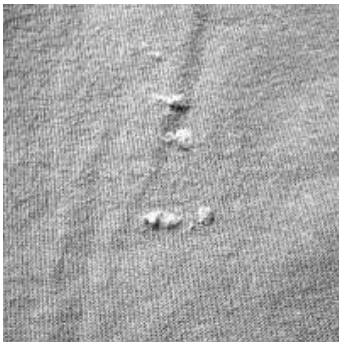
se subirán videos donde mostraremos las diferentes outfits que las clientas pueden hacer, colaboraciones con influencers, también se lanzaran videos informativos acerca de las tendencias en moda como colores, texturas, telas, estampados.

Semanalmente se subirá un video donde se mostrarán algunos de los estilos de blusas que llegarán, y para fomentar la interacción se incentiva la participación de los clientes a través de concursos en redes sociales, encuestas, sesiones de preguntas y respuestas en vivo, entre otras actividades. Esto no solo aumentará la visibilidad de la marca, sino que también te ayudará a crear una comunidad en WhatsApp, donde el contacto con las clientes es más fácil, agradable y satisfactorio, ya que se puede brindar una atención más rápida y ágil. Las buenas experiencias de compra fomentan la lealtad y generan recomendaciones boca a boca.

Para hacer todo esto se estipula hacer una inversión de \$ 1000000 mensual, el cual nos va a permitir llegar a más audiencia y así poder subir la audiencia en redes sociales.

3.6 Servicios

3.6.1 las garantías sólo se otorgarán por defectos producción, mediante el cual se puede dar defecto de confección donde la prenda queda torcida, también se puede dar garantía por defecto en telas



Costuras abiertas



También están las costuras reventadas, corte de aguja en los tejidos que generan huecos. Todo esto desmejora la calidad de un producto, por tal motivo es importante la garantía.

3.6.2 Mecanismos de atención que se ofrecerá al cliente es la línea de WhatsApp para que los clientes se pueden comunicar de una forma más rápida para obtener asesorías, también se ofrecerá otra línea únicamente para quejas y reclamos o felicitaciones, mas el Messenger de Instagram y Facebook

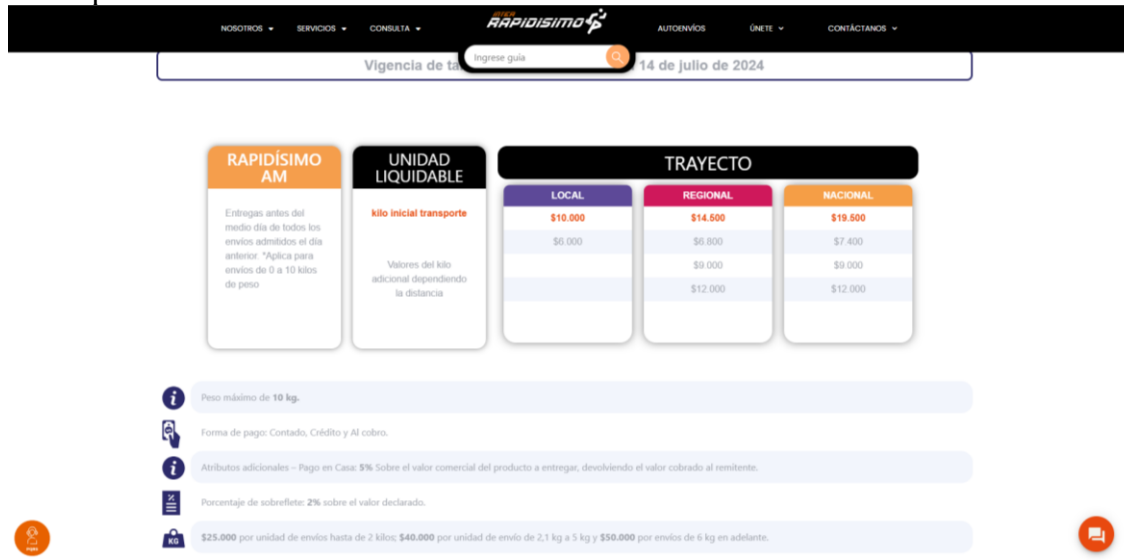
3.7 Presupuesto de la mezcla de mercados:

Costo de la prenda

Descripción	Valores
Promedio de tela 1mt con iva incluido	\$18445
Confección	\$ 8000
terminación	\$ 2200
Insumos botones plásticos	\$ 760
etiqueta	\$ 300
Marquilla	\$ 100
herrajes	\$ 1200
cierre	\$ 800
administrativos	\$ 3000
Banco 2%	
Robo 2%	
Total, costos fijos	\$37251
otros	
Modelo (costo variable)	\$ 5000
Estampado (costo variable)	\$ 6000
Utilidad % 20	\$14500
Precio de venta	\$62751
Utilidad sobre utilidad %	\$ 8700

Precio venta final	\$ 71500

Costo por envíos



The screenshot shows the RÁPIDÍSIMO website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'NOSOTROS', 'SERVICIOS', 'CONSULTA', 'AUTOENVÍOS', 'ÚNETE', and 'CONTACTAMOS'. Below the navigation bar, there is a search bar with the text 'Vigencia de ta' and a date '14 de julio de 2024'. The main content area features three columns: 'RAPIDÍSIMO AM' (Entregas antes del medio día de todos los envíos admitidos el día anterior), 'UNIDAD LIQUIDABLE' (kilo inicial transporte), and 'TRAYECTO' (LOCAL, REGIONAL, NACIONAL). The 'TRAYECTO' table shows shipping rates per kilo for different regions.

TRAYECTO		
LOCAL	REGIONAL	NACIONAL
\$10.000	\$14.500	\$19.500
\$0.000	\$0.800	\$7.400
	\$9.000	\$9.000
	\$12.000	\$12.000

Additional information provided in the screenshot:

- Peso máximo de 10 kg.
- Forma de pago: Contado, Crédito y Al cobro.
- Atributos adicionales - Pago en Casa: 5% Sobre el valor comercial del producto a entregar, devolviendo el valor cobrado al remitente.
- Porcentaje de sobreffete: 2% sobre el valor declarado.
- \$25.000 por unidad de envíos hasta de 2 kilos; \$40.000 por unidad de envío de 2,1 kg a 5 kg y \$50.000 por envíos de 6 kg en adelante.

Costos por promoción

● Camarógrafo de evento por día	\$550000
● Local comercial por día	\$250000
● Arreglos florales	\$500000
● Influencer	\$250000
● 200 botellas de agua	\$180000
● Modelo	\$100000
● 200 coqueís	\$300000
● 400 striker	\$150000
● 50 llaveros de lujo	\$350000
	\$2'630.000

3.8 Estrategia de aprovisionamiento de materias primas:

3.8.1 El aprovisionamiento se obtiene directamente con el proveedor y se paga de contado

3.8.2 Precios de adquisición.

Como la marca está en proceso de nacimiento y todavía no se compran grandes cantidades en la materia prima, por tal motivo el proveedor aun no nos da un descuento especial.

3.8.3 La política crediticia no se tiene definida, ya que la materia prima no se adquiere a crédito.

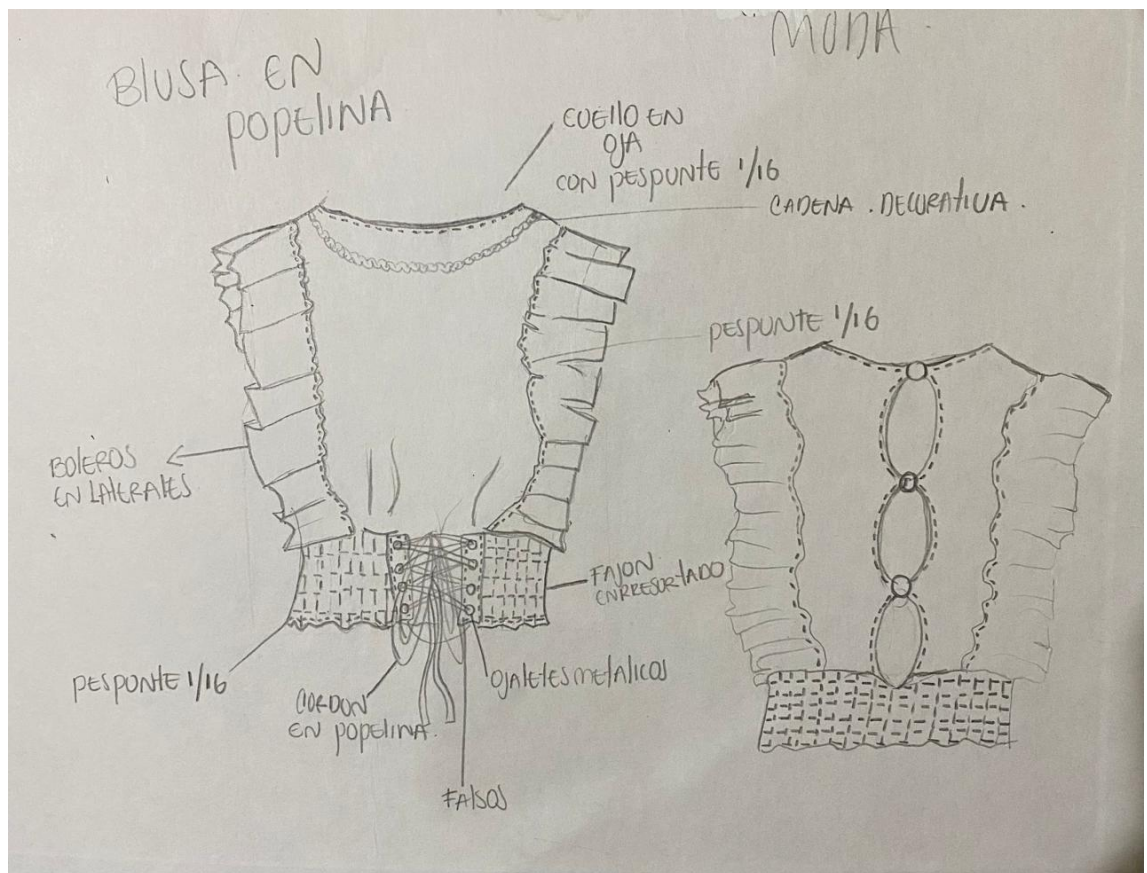
3.9 Proyección de Ventas

- Método utilizado para la proyección de ventas es el de prueba de mercado con el fin de hacer diferentes combinaciones, para poder analizar los resultados y saber a cuál tipo de mensaje, outfit, tipo de imagen o red social los clientes son más susceptibles al mensaje de la marca, utilizando métricas como el tráfico de las redes, las tasas de conversión, para identificar qué estrategias están funcionando mejor y ajusta tu enfoque en consecuencia y así poder ejecutar más ventas, por ende la marca va a desarrollar un historial donde luego se podrá hacer proyecciones basadas en datos.

4. Módulo Operativo

4.1 Operación

- **Ficha Técnica del Producto ó Servicio:**



¿Cuál es el valor agregado que puede generar a sus clientes?

El valor agregado de la confección de blusa de dama con moda y faja interna para moldear el cuerpo podría ser múltiple, ya que la inclusión de elementos de moda en el diseño de la blusa, como cortes, detalles, colores o estampados modernos y atractivos, podría atraer a clientes interesados en estar a la vanguardia de las tendencias, pero la funcionalidad de la faja interna para moldear el cuerpo no solo agrega valor estético sino también funcional, ya que por ende las mujeres aprecian prendas que les brinden soporte y ayuden a resaltar sus curvas de manera favorecedora, debido a que las prendas que ayudan a moldear el cuerpo pueden aumentar la confianza de quienes las usan, y aparte de eso les brindan una apariencia más estilizada y les hacen sentir más seguras de sí mismas.

La diferenciación en el mercado al ofrecer una blusa que combine moda con una función específica como la faja interna puede diferenciarla de otras opciones, atrayendo a un segmento de clientes que valora tanto el estilo como la practicidad.

- **Estado de Desarrollo:**

Mi producto se encuentra en etapa de nacimiento, dado que con este trabajo se está dando la conceptualización de la marca, para poder hacer un lanzamiento estratégico en el mercado y que la marca pueda empezar a generar un crecimiento en el corto plazo.

- **Descripción del Proceso:**

1. **Diseño:** Se crea el diseño de la prenda, donde se elaboran bocetos y se definen las especificaciones de la prenda, incluyendo detalles como el tipo de tela, los colores y las dimensiones.
2. **Selección de Materiales:** Una vez que se ha finalizado el diseño, se procede a seleccionar los materiales necesarios para la producción de la prenda. Esto incluye la elección de telas, hilos, botones, cremalleras y cualquier otro componente necesario.
3. **Diseño de patrones y se enviará a marker** donde se optimizan los patrones para el ahorro de tela, luego se plotea.
4. **Corte de Telas:** se cortan las telas según los patrones de diseño previamente establecidos. Este proceso se realiza utilizando máquinas de corte especializadas que garantizan una precisión y eficiencia óptimas.
5. **Confección:** Después de cortar las telas, se procede a ensamblarlas para crear la prenda. Esto implica coser las piezas de tela utilizando máquinas de coser y técnicas de confección específicas para garantizar una alta calidad.
6. **Control de Calidad:** Una vez que la prenda ha sido confeccionada, se somete a un control de calidad para detectar cualquier defecto o imperfección. Esto puede

incluir la inspección visual, pruebas de resistencia y pruebas de ajuste, entre otras cosas.

7. **Empaque:** Después de pasar el control de calidad, se incluirá marquillas, etiquetas de cuidado y cualquier otra información relevante para el cliente, luego la prenda se empaqueta cuidadosamente en bolsas transparentes para ser almacenada.
8. **Envío:** Finalmente, las prendas empaquetadas se envían a los clientes o a los puntos de venta designados. Esto puede implicar el transporte a través de diferentes medios, dependiendo de la ubicación del cliente y los requisitos de entrega.
9. **Fin:** Una vez que las prendas han sido enviadas, el proceso de producción se considera completo. Sin embargo, es importante seguir monitoreando el rendimiento de las prendas en el mercado y recopilar comentarios de los clientes para mejorar continuamente el proceso de producción en el futuro.

- **Necesidades y Requerimientos:**

Para la elaboración de las blusas se requiere las materias primas como telas entre las que están popelina, chalis, noches de Viena, seda, encaje, lino entre otras, dependiendo de la ocasión y el estilo deseada, también es necesario los insumos como botones, cierres, hilos broches, herrajes, cordones, elásticos etc.

Para la confección se necesitan máquinas planas, fileteadoras y recubridoras.

Empaques como bolsa plástica, marquillas, etiquetas y empaque de venta

4.2 Plan de Compras

- Para la fabricación de 12 blusa camiseras en un estilo casual en las tallas s/m, l/xl y xxl/xxl, en los 4 colores estipulados, se necesita comprar 4 rollos de tela los cuales tienen un costo de \$ 222000, aproximadamente en sus diferentes colores, negro, blanco azul y beis con 4mts cada uno, el cual tiene un costo por metro de \$ 18500 ya que una blusa normalmente consume 0.90cm el sobrante es por si alguna pieza se daña poder tener existencia de la tela y poder reemplazarlo o si es necesario hacer otra prenda ya sea como muestra inicial.
- 100 botones plásticos, ya que para la producción se necesitan solo 96, los demás pueden ser útiles por si se pierde uno y no hay tiempo de salir a comprar o se agotan, ya si no pasa nada se guardan para otra producción más adelante.
- 2 rollos de hilo poliéster para costura sencilla, se decidió comprar dos rollos puesto que es mejor que sobre, y se pueda entregar la producción a tiempo
- 3 rollos de hilo de nylon son fundamentales ya que este siempre es el de mayor consumo, porque las prendas casi el 80% van fileteadas ya si sobra se guarda para una próxima producción
- 20 metros de sesgo los cuales me cuestan \$30000 para cubrir costuras, Para la producción de 1 sola blusa se necesitan 3 mtrs.

- **Análisis DOFA:**

Por supuesto, aquí tienes un análisis DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas) centrado en la comercialización de blusas:

Debilidades:

1. Como inicialmente la marca está conociendo el mercado, por lo tanto en la actualidad solo tiene un solo proveedor.
2. Falta de capacitación en redes sociales: se considera una debilidad en la venta de blusas, especialmente en el contexto actual donde las redes sociales desempeñan un papel crucial en la promoción y venta de productos, ya que existe una limitación en la estrategia de marketing, debido a que las redes sociales son un canal importante para llegar a los consumidores y promocionar productos.

Estas debilidades se van a eliminar saliendo al mercado a buscar nuevos proveedores para probar nuevas calidades en materiales y se va a realizar un plan de capacitación para redes sociales.

Oportunidades:

1. Tendencias de moda: Identificar las tendencias puede brindarme oportunidades para desarrollar blusas que estén en línea con las preferencias actuales de los consumidores.
2. Segmentación del mercado: Existen diferentes segmentos dentro del mercado de blusas, como mujeres jóvenes, profesionales o maduras. Personalizar la oferta para satisfacer las necesidades específicas de cada segmento puede ampliar la base de clientes.
3. Canales de venta en online: La popularidad de las compras en línea ofrece una oportunidad para llegar a un público más amplio y diversificado, sin las limitaciones geográficas de una tienda física.

Identificar y seguir las tendencias de moda me permitirá desarrollar blusas que estén en sintonía con las preferencias actuales de los consumidores, aumentando así la demanda y la satisfacción del cliente. Además, al segmentar el mercado y personalizar la oferta para mujeres, ampliarás la base de clientes y mejorarás la fidelidad de estos. Aprovechar los canales de venta en línea me brindará la oportunidad de llegar a un público más amplio y diversificado, eliminando las limitaciones geográficas y aumentando la accesibilidad del productos, lo que puede impulsar significativamente las ventas y el crecimiento en el negocio.

Fortalezas:

1. **Diseño único:** Si las blusas tienen un diseño distintivo y atractivo, pueden destacar entre la competencia y atraer a clientes que buscan algo especial.
2. **Calidad del producto:** Ofrecer blusas de alta calidad en términos de materiales, confección y durabilidad puede generar lealtad de los clientes y una reputación positiva para la marca.
3. **Flexibilidad de producción:** Si la empresa tiene la capacidad de adaptarse rápidamente a las demandas del mercado y producir blusas en diferentes estilos, tallas y colores, puede responder eficazmente a las tendencias y preferencias cambiantes de los consumidores.

Para fortalecer la posición de la empresa en el mercado, es crucial enfocarme en tres áreas claves. En primer lugar, el diseño único de las blusas puede ser potenciado mediante una investigación exhaustiva de las preferencias del consumidor y, Además, la innovación constante en los diseños mantiene la frescura y relevancia en el mercado. En segundo lugar, garantizar la calidad del producto es esencial para generar lealtad entre los clientes y construir una reputación sólida. Esto implica establecer estándares claros, trabajar con proveedores de confianza y mantener estrictos controles de calidad en todas las etapas de producción. Por último, la flexibilidad de producción se logra invirtiendo en tecnologías y procesos ágiles que permitan adaptarse rápidamente a las demandas del mercado. Mantener una comunicación estrecha con proveedores y mantener opciones de stock variadas son estrategias adicionales para responder eficazmente a las tendencias y preferencias cambiantes de los consumidores.

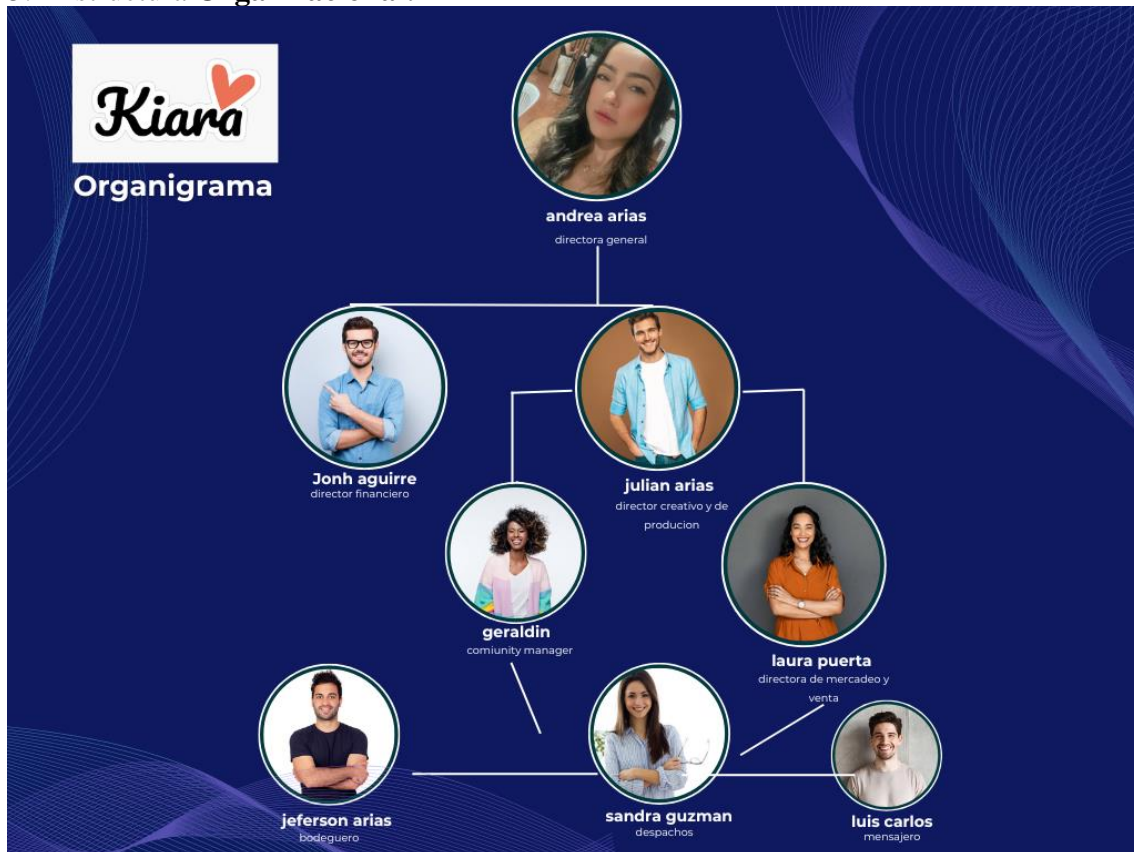
Amenazas:

1. **Competencia:** La competencia de marcas ya posicionadas en el mercado de la moda puede representar una amenaza para las empresas, especialmente si ofrecen productos similares o precios más bajos.
2. **Crisis económica:** Durante períodos de recesión económica, los consumidores pueden reducir sus gastos en artículos de moda, ya que no son productos de primera necesidad, lo que podría afectar negativamente las ventas.
3. **Cambio en las preferencias del consumidor:** Si los consumidores cambian sus preferencias hacia estilos de ropa diferentes o materiales alternativos, la demanda de blusas podría disminuir.

Para contrarrestar la competencia en el mercado de la moda, es crucial diferenciarse mediante la creación de una propuesta de valor única, como ofrecer diseños exclusivos o un servicio al cliente excepcional, y realizar un análisis competitivo regular para adaptar estrategias en consecuencia. Durante períodos de recesión económica, enfocarse en la eficiencia operativa, ofrecer promociones estratégicas y diversificar el mercado objetivo hacia segmentos menos afectados

puede ayudar a mitigar el impacto negativo en las ventas de blusas. Ante cambios en las preferencias del consumidor, mantenerse ágil y adaptable mediante la innovación constante en diseño y materiales, así como la comunicación abierta con los clientes para ajustar la oferta en consecuencia, resulta fundamental para mantener la relevancia en un mercado en evolución.

5.1 Estructura Organizacional:



5.2 Aspectos Legales:

Para registrar una marca en la Cámara de Comercio, el proceso generalmente implica los siguientes pasos:

1. **Búsqueda de disponibilidad:** Antes de registrar una marca, es importante realizar una búsqueda exhaustiva para asegurarse de que la marca que se desea registrar no esté ya en uso por otra empresa. Esto se hace para evitar conflictos de marca y posibles litigios en el futuro. La búsqueda de disponibilidad se puede realizar a través del sitio web de la oficina de marcas y patentes de tu país o en la página web de la Cámara de Comercio.
2. **Elaboración de la solicitud:** Una vez que se haya confirmado que la marca está disponible, se procede a completar la solicitud de registro de marca. Esta solicitud suele requerir información detallada sobre la marca, como el nombre y la dirección del solicitante, una descripción de los productos o servicios asociados con la marca, y una representación gráfica de la marca (si es una marca gráfica).

3. Presentación de la solicitud: La solicitud completa junto con cualquier tarifa aplicable se presenta a la oficina de marcas y patentes correspondiente o a la Cámara de Comercio. Este proceso puede variar según el país, por lo que es importante verificar los requisitos específicos de tu jurisdicción.

4. Examen y publicación: Después de presentar la solicitud, la oficina de marcas y patentes revisará la solicitud para asegurarse de que cumpla con todos los requisitos legales. Una vez aprobada, la marca se publicará en un boletín oficial para permitir que terceros presenten objeciones si consideran que la marca infringe sus derechos.

5. Emisión del certificado: Si no se presentan objeciones dentro del período de oposición designado, y la solicitud cumple con todos los requisitos legales, se emitirá un certificado de registro de marca. Este certificado sirve como prueba de que la marca está protegida y registrada legalmente.

El registro de una marca ante la industria y comercio generalmente implica un proceso similar al que se realiza en la oficina de marcas y patentes, pero puede variar dependiendo de la legislación y los procedimientos específicos del país o región donde se realice el registro. A continuación, te doy un resumen general del proceso:

1. Búsqueda de disponibilidad: Antes de registrar una marca, es esencial verificar que la marca que deseas registrar no esté ya en uso por otra empresa. Esto se hace para evitar conflictos de marca y problemas legales en el futuro. Puedes realizar esta búsqueda a través del sitio web de la entidad encargada del registro de marcas en tu país o región.

2. Elaboración de la solicitud: Una vez que hayas confirmado que la marca está disponible, debes completar la solicitud de registro de marca. Esta solicitud suele requerir información detallada sobre la marca, como el nombre y la dirección del solicitante, una descripción de los productos o servicios asociados con la marca, y una representación gráfica de la misma si es una marca gráfica.

3. Presentación de la solicitud: La solicitud completa, junto con cualquier tarifa aplicable, se presenta a la entidad encargada del registro de marcas en tu país o región. Esto puede ser un departamento gubernamental específico o una autoridad local de industria y comercio.

4. Examen y publicación: Después de presentar la solicitud, la entidad competente revisará la solicitud para asegurarse de que cumpla con todos los requisitos legales. Una vez aprobada, la marca se publicará en un boletín oficial para permitir que terceros presenten objeciones si consideran que la marca infringe sus derechos.

5. Emisión del certificado: Si no se presentan objeciones dentro del período de oposición designado, y la solicitud cumple con todos los requisitos legales, se emitirá un certificado de registro de marca. Este certificado sirve como prueba de que la marca está protegida y registrada legalmente.

5.3 Costos Administrativos

- **Gastos de Personal:**



- **Gastos de Puesta en Marcha:** Relacione y Cuantifique los gastos por concepto de arranque y puesta en operación de la empresa, tales como registros, certificados, permisos, licencias, estudios, etc.

- **Gastos Anuales de Administración:**

Materiales	cantidad	Precio unidad	Valor total	Total anual
bolígrafos	4 cajas	\$ 5000	\$ 20.000	
factureros	12 fac	\$ 3200	\$ 38.400	
Cuaderno contable	3	\$ 2800	\$ 8.400	
marcadores	3 unid	\$ 5000	\$ 15.000	
Cinta trans ancha	4 rollos	\$ 7000	\$ 28.000	
Vinipel transparente	1 rollo	\$ 30000	\$ 30.000	
bolsas	3 paqts	\$ 35000	\$105.000	
Rotulo adhesivo	3000 u	\$65	\$195.000	
Libro fiscal	1unidad	\$25000	\$25.000	
internet	1 mes	\$68000	\$816.000	
Servicios públicos	1 mes	\$120000	\$144.0000	
transporte	10 días	\$25000	\$600.000	
				\$3'320.000

- **6. Módulo Financiero**

6.1 Ingresos

- **Fuentes de Financiación:**

La única fuente de financiación de la marca, son recursos propios que pone la dirección general para la puesta en marcha de todo lo que la marca requiere.

6.2 Egresos

Producción	\$60´480.000
Gastos administrativos	\$ 3´320.000
publicidad	\$ 4´320.000
modelo	\$17´280.000
nomina	\$ 24´241.000
Renovación cámara de comercio	\$ 251000
	Total \$109´892.000

6.3 Capital de Trabajo

Descripción materiales	Valores
Promedio de tela 1mt con iva incluido	\$18445
Insumos botones plásticos	\$ 760
etiqueta	\$ 300
Marquilla	\$ 100
herrajes	\$ 1.200
cierre	\$ 800
Transporte de materia prima	\$ 15.000
	\$36.600

Mano de obra	valor
Confección	\$ 8.000
terminación	\$ 2.200
ojalada	\$ 90
Pegada de botón	\$ 90
Plotear trazo	\$ 4.000
corte	\$ 10.000
	Total \$24.400

7. Plan Operativo

- **Cronograma de Actividades:**



- **Metas Sociales:**

- Metas Sociales
- Como confeccionista emprendedor, una meta social significativa podría ser apoyar a otros talleres de confección que están emprendiendo su camino empresarial. Contribuyendo así al fortalecimiento de la economía local. Al apoyar a otros emprendedores en la industria de la confección, no solo estarás generando un impacto positivo en la comunidad, sino también fomentando un espíritu de solidaridad y colaboración dentro del sector.
- A que Cluster o Cadena Productiva se asocia el proyecto
El proyecto se asocia al cluster de cadena productiva de moda y fabricación avanzada, porque la idea es que vayamos mejorando con el gremio, participando en el mercado nacional e internacional fomentando las mejores prácticas tecnológicas.

- **Impacto Económico, Regional, Social y Ambiental:**

Apoyar a otros emprendedores puede tener un impacto significativo tanto a nivel económico como social. Económicamente, al colaborar con otros emprendedores y talleres de confección, se pueden crear redes de suministro más sólidas y eficientes, además, al brindar oportunidades de empleo y subcontratación a otros emprendedores, se contribuye al crecimiento económico local y se fomenta la economía circular. Este apoyo mutuo también crea un ambiente que facilita el éxito de todos los involucrados. En resumen, apoyar a otros emprendedores fortalece la economía local, genera empleo y promueve la colaboración y la inclusión en la comunidad empresarial.