

Palosanto Clouthing Colombia

Creación de Empresas

Proyecto de Grado 1

María Angelica Sánchez Torres

Johana Andrea Riaño chaparro

Tutora Angela María Casanova Villareal

Corporación Unificada De Educación Superior “CUN”

Nota del Autor

Johana Andrea Riaño chaparro y María Angélica Sánchez Técnica en administración de Empresas facultad de ciencias administrativas Corporación Unificada De Educación “CUN” Superior, sede Bogotá la correspondencia relacionada con el proyecto de grado debe ser dirigida a Johana Andrea Riaño chaparro y María Angélica Sánchez universidad Corporación Unificada De Educación Superior, “CUN” con sede Norte
Calle 12B 4 – 79 Bogotá, Colombia

Contacto johana.riano@cun.edu.co maría.sanchezt@cun.edu.co

Palosanto Clouthing Colombia

COMPROMISO DE AUTOR

Nosotras,

Johana Andrea Riaño Chaparro identificada con Cedula de ciudadanía No 53.178.461 y

María Angelica Sánchez Torres identificada con Cedula de ciudadanía No

1.078.348.920; alumnas del programa académico Administración de Empresas,

declaramos que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y

manifestamos que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente

original, somos responsables directos legales, económicos y administrativos sin afectar

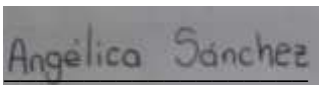
al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en

dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma

A handwritten signature in black ink on a light blue background. The signature is stylized, starting with a large 'A' and ending with a long horizontal stroke.

Firma

A handwritten name in black ink on a grey background. The name is 'Angélica Sánchez' written in a cursive style.

RESUMEN EJECUTIVO

Hoy en día los hábitos del consumidor a nivel mundial han evolucionado; existe mayor interés por los hábitos saludables, el deporte como estilo de vida y calidad de tiempo. Pero debido a la situación económica que se atraviesa a nivel mundial, lograr lo anterior difiere de la realidad teniendo en cuenta que por el contrario se debe trabajar cada día mas logrando solventar los gastos básicos.

Las mujeres son la mas afectadas por la crisis, por la desigualdad de genero y adicional son madres cabeza de hogar por este motivo nuestro proyecto empresarial se enfoca en generar ingresos adicionales, fomentando un estilo de vida saludable liderado por mujeres emprendedoras las cuales generaran una cadena de distribución solida que permita generar un ingreso a corto plazo, pero sobre todo convertirse en la primera fuente de ingreso y por ende mejorar la calidad de tiempo con la familia.

Como se menciono anteriormente la fuente de ingreso se generará de una cadena de distribución en cabeza de mujeres empresarias, apalancado por embajadoras de la marca llegando a un cliente final donde el factor común es estilo y la calidad de vida. Cada uno de los entes involucrados recibirá ingresos por dicha cadena de distribución, es decir desde las cabezas principales de negocio, las empresarias y las embajadoras donde se garantizará satisfacción al cliente final dando crecimiento al negocio.

La inversión para emprender en dicho negocio como cliente emprendedor o embajador esta asegurado teniendo en cuenta mayoría de sus ventas se realizan con anticipación, debido al marketing que se realiza previamente al lanzamiento de la colección; esto teniendo en cuenta el Clousters generado con el proveedor el cual apalanca el negocio con la publicidad y catálogos de manera anticipada a la compra.

Palosanto Clouthing Colombia

El equipo está conformado inicialmente por tres socios principales, posteriormente dos empresarias en Estados Unidos, una en Colombia y varias embajadoras. Cabe resaltar que los ingresos son individuales, se comparte la publicidad, el marketing, el conocimiento, las capacitaciones y las embajadoras.

Teniendo en cuenta lo anterior el éxito del negocio se basa en la independencia de las ganancias generadas, el tiempo en el negocio y los logros a corto plazo.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCION	7
1. Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio	8
2. Objetivos de desarrollo sostenible	9
3. Teoría del valor compartido	10
4. Análisis del sector económico	10
5. Análisis PESTEL	11
5.1 Análisis político	11
5.2 Análisis económico	11
5.3 Análisis social	13
5.4 Análisis tecnológico	14
5.5 Análisis ecológico	15
5.6 Análisis legal	17
6. Identificación necesidad, reto u oportunidad.	19
7. Árbol de problemas	20
7.1 Árbol problemas	20
7.2 Árbol de objetivos	21
8. Técnica de ideación - lluvia de ideas	22
8.1 Descripción de la idea de negocio	22
8.2 Estructura de la idea de negocio	24
8.3 Idea de negocio estructurada	25
9. Desarrolla por lo menos 4 alternativas a tu idea de negocio inicial, incluyendo las estrategias de innovación presentadas, teniendo en cuenta que una nueva idea puede salir de combinar diferentes estrategias.	25
9.1 Empresas brindan soluciones al mismo problema que quieres resolver o están haciendo productos/ servicios similares (competencia)	26
9.2 Analiza las 4 alternativas de tu idea de negocio, con respecto a la competencia. ..	30
9.3 Analizar nuevamente la idea de negocio	30
10. Contextualización de la empresa:	31
10.1 Análisis de la demanda:	31
10.2 Análisis de la oferta:	36
10.2 Análisis de la comercialización y de los proveedores.	38
11. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	40
11.1 Bondades que ofrece el producto	40
11.2 Buyer Persona	42
11.3 cliente ideal	43
11.4 Ahora ya conoce a su cliente y sabe cómo su producto puede suplir la o las necesidades del mismo.	44

12. Propuesta de valor	56
12.1 Cliente potencial	56
12.2 Cliente – Usuario final	57
13. Declaración de propuesta de valor	58
14. Diseño del producto	58
14.1 Ficha Técnica	58
14.2 Presentaciones Comerciales	60
14.3 Productos y materias primas	61
15. Definición estratégica	65
16. Diseño en detalle	66
16.1 Tiempos de ejecución	66
16.2 Proceso, tiempo y cadena de producción	66
16.3 Proceso, tiempo y cadena de distribución	68
16.4 Costos de producción y de venta.....	69
16.5 Costos para venta de empresarias.....	69
16.6 Costos para venta de embajadoras.....	70
16.7 Costos para venta cliente final.....	72
17. Validación y verificación	73
18. Ciclo de vida del producto	75
19. Prototipo	75
20. Running Lean	76
21. Validación de la idea de negocio	77
22. Test prototipo del producto	77
23. Tabulación y análisis de la información.	84
24. Lecciones aprendidas y recomendaciones.	95
REFERENCIAS	96

INTRODUCCION

En la actualidad, para muchos, el deporte se ha convertido en una forma de vida, una actividad física se convierte en un tema importante para las personas, ya sea por estilo de vida, salud o estética. Se puede ver que la tendencia en la sociedad actual se refiere a todo lo que representa un beneficio para la salud.

Hoy en día las empresas que ofrecen ropa deportiva se destacan por ofrecer nuevas tecnologías, cubriendo necesidades fundamentales como lo es protección rayos UV, tecnología dry, tecnología antibacterial entre otras. Las empresas reconocidas manejan altos costos de adquisición, es por ello que actualmente existen variedad de empresas ofreciendo ropa deportiva con manufactura colombiana que se destaca por su calidad, diseño e innovación.

Por ende, nuestra idea de negocio esta basado en productos netamente colombianos, generando exportaciones a otros países, principalmente Estados Unidos (Orlando Florida), ya que es un mercado donde la ropa colombiana tiene gran aceptación; es por ellos que nace la idea de generar una idea de distribución de dichos productos en cabeza de unas empresarias principales generando cadenas multinivel hasta llegar al cliente final en la distribución de dichos productos.

Nuestra propuesta de valor principal es cambiar el estilo de vida de las mujeres, convirtiéndolas en empresarias emprendedoras e independientes, mejorando su calidad de vida y la de su entorno; siendo esto replica en dicha cadena de distribución.

1. Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio

Teniendo en cuenta la emergencia sanitaria declarada por la Organización mundial de la salud a nivel mundial en marzo de 2020 y como medida de prevención y mitigación de contagio, Colombia generó estrategias como cuarentenas obligatorias, lo que conllevó a que los diferentes sectores económicos alcanzaran un decrecimiento, pérdidas de empleo, y faltas de ingresos a los vendedores informales o independientes.

Dando continuidad a lo anterior se generó la innovación en el ofrecimiento de productos y servicios por medio de plataformas digitales, pero un porcentaje de la población no obtuvo aprovechamiento por falta de acceso a internet o conocimiento a dichas herramientas.

Teniendo en cuentas las medidas adoptadas por la sociedad y los gobiernos, se creó la necesidad de buscar y fomentar nuevas estrategias de cambios de estilo de vida, ya sea para mitigar el contagio o generar barrera de inmunidad al mismo. Es importante aprovechar el ofrecimiento de productos apalancando el nuevo estilo de vida por medio de plataformas virtuales a nivel nacional y al extranjero.

2. Objetivos de desarrollo sostenible

Enuncie de manera resumida a cuál (es) de los objetivos de desarrollo sostenible se puede relacionar el problema, reto, necesidad u oportunidad previamente identificados, o que aplica a su idea de negocio.

3 Salud y bienestar:

Dentro del programa de mercadeo y marketing se promueve el deporte que contribuye a garantizar una vida sana e iniciar el bien de todos y todas las edades. Promoviendo el empoderamiento de las mujeres, los jóvenes, las y las comunidades.

8 Trabajo decente y crecimiento económico:

Estimular el crecimiento sostenible mediante el aumento de productividad y uso de las tecnologías, fomentando el espíritu empresarial en la comunidad; para lograr la meta de crecimiento de empleo se puede realizar mediante la transición de la informalidad hacia la formalidad, adicional mejorando la calidad de vida de las familias entorno a mujeres cabezas de hogar.

5 Igualdad de género:

Como lo indica el objetivo planteado por parte de las Naciones Unidas, se ha demostrado una y otra vez que empoderar a las mujeres tiene un efecto multiplicador y ayuda a promover el crecimiento económico y el desarrollo a nivel mundial.

3. Teoría del valor compartido

Describa brevemente como desde la teoría del valor compartido, se podría abordar el problema, necesidad, reto u oportunidad pensado o que aplica a su idea de negocio.

La idea de negocio parte de apoyar una comunidad o grupo de personas que afectadas por la crisis económica a causa de la pandemia “COVID 19” puedan generar ya sea un espacio para ofrecer productos y/o servicios o en su defecto generar ingresos de la distribución de los mismos.

4. Análisis del sector económico

Enfrentando la realidad a las que nos llevó la pandemia de COVID 19 es necesario reinventarse, buscar nuevas alternativas sostenibles de ingresos, apalancados de las redes virtuales específicamente redes sociales como (Instagram, YouTube, WhatsApp, Tik Tok, Twitter, Facebook entre otras).

Generando cadenas de distribución llegando a la venta del producto donde todos se benefician sin necesidad de generar costos elevados, rediseñando la productividad en la cadena de valor involucrando a nuestros distribuidores y Clúster como proveedores y embajadores.

5. Análisis PESTEL

5.1 Análisis político

Teniendo en cuenta el plan de Gobierno del presidente Iván Duque uno de sus objetivos es “pacto por la equidad” los cuales están fundamentados en tres principios entre los cuales se encuentra el emprendimiento, donde busca ofrecer oportunidades a los colombianos, generando formalización del trabajo y fortalecimiento del tejido empresarial. Ofrecerán en coordinación con el SENA y el DNP programas educativas para desarrollar habilidades de empresariales, gerenciales. Lo anterior basado en los indicadores de inversión y que va de la mano al ODS de trabajo decente y crecimiento económico.

En el último año las ventas de ropa deportiva en Estados Unidos fueron de US\$97.144 millones y se espera que en 2020 la categoría alcance alrededor de US\$132.600 millones. Por ende, la vigencia del del TLC con Estados Unidos, estos productos pagaran un arancel del 0%. Esto nos da a entender que la ropa deportiva continúa creciendo en el favoritismo tanto en el mercado nacional como internacional marcado por la nueva tendencia “athleisure”.

5.2 Análisis económico

El avance de la tecnología en los últimos años ha dado lugar al al denominado e-commerce o comercio electrónico basado en las ventas online. Lo que ha permitido ahorros en gastos administrativos costos en servicios públicos; lo que conlleva a generar excelentes precios a los productos o servicios

Palosanto Clouthing Colombia

ofrecidos. Esta modalidad permite alcanzar mercados nacionales e internacionales.

Generando el análisis de dicho mercado tanto en ropa deportiva como en las ventas online según el último estudio realizado por la empresa de consultoría Euromonitor Internacional en 2018 en Colombia, al cierre del año, las ventas nacionales por concepto de ropa deportiva superaron los 350 000 millones de pesos (unos 120 millones de dólares) y se espera que para 2020 la cifra ascienda a 450 000 millones de pesos (unos 155 millones de dólares), es decir un incremento del 28,5 % en 2 años.

Según cifras dadas por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE el comercio no ha experimentado bajas en las ventas y por ende ha impulsado el comercio local de ropa deportiva.

La industria textil y confección se encuentra ubicada en el sector económico secundario, cuenta con más de 100 años de experiencia en una cadena de producción y distribución de productos deportivos online; de acuerdo al informe del portal oficial de Colombia – PROCOLOMBIA se cuenta con un posicionamiento en la región por su calidad, mano de obra y diseños exclusivos lo que ha conllevado a incrementar las exportaciones en América Latina.

Lo anterior basados en el informe de Centro de Comercio Internacional - INTRACEN donde demuestran que el comercio internacional de ropa deportiva ha sido creciente en un promedio anual de 6.5 % lo que se ha triplicado en este periodo y podría seguir incrementando en los próximos años. Teniendo en cuenta que la tendencia hacia una vida sana ha venido creciendo.



Figura 1. El Negocio del Activewear en Colombia.
Fuente: Euromonitor / Sondeo LR 2016.

5.3 Análisis social

Hasta hace unos años la ropa sport era usada exclusivamente para realizar actividad física, pero con el paso del tiempo se volvió prenda de uso diario tanto así que las grandes marcas del mundo, comenzaron a producir diseños donde se mezcla la comodidad y la moda este nuevo estilo de vida se convirtió en el “athleisure” que desde el año 2018 ha cogido fuerza y mucho mas ahora debido a la cuarentena tanto así que los famosos y grandes influencer del mundo promocionan este tipo de ropa.

Como lo mencionamos anteriormente el COVID trajo consigo un cambio en el estilo de vida de las personas, cambiando la alimentación, pero aún más las actividades en casa donde prima el deporte como método antiestrés, y no sufrir ninguna enfermedad.

Es por esto que el comité olímpico internacional propuso a los gobiernos que generara planes de recuperación en post COVID en el deporte y la actividad física; en el caso puntual de Colombia se implementó el uso de la bicicleta lo que conlleva a las personas a la búsqueda de ropa adecuada.

El mercado de venta de ropa deportiva online está enfocado en mujeres “reales” es decir para todo tipo de mujer entre los 16 a 50 años, tanto deportistas de alto rendimiento como mujeres que buscan la comodidad para realizar sus labores diarias; adicional una línea especial de hombre dirigida a deportistas.

La distribución de los productos está enfocados a nivel nacional liderado por cofundadora en Bogotá e internacional en alianza con distribuidores en Estados Unidos por medio de la página web y/o redes sociales con puntos de distribución en Venezuela Caracas, Costa Rica San Juan Texas, California, Miami.

5.4 Análisis tecnológico

Actualmente, la era digital no es un hecho incuestionable que las compras y ventas han cambiado radicalmente y continuaran cambiando. Las empresas actualmente utilizan marketing online por los beneficios que lo conllevan, entre ellos los costos que finalmente generan mayor grado de medición y de tener un alcance de contactar con miles de clientes potenciales.

En pleno siglo XXI, todas las redes sociales permiten generar marketing; sin embargo, es importante conocer sus beneficios, generalidades, servicios y oportunidades en los negocios.

A continuación, encontramos algunas redes sociales con sus generalidades:

Palosanto Clouthing Colombia

- Instagram: Es una red social que permite publicidad y deja contactar de manera directa a las personas, adicional permite recolectar información valiosa de medición.
- Facebook: Permite crear páginas web, adicional permite ampliar la lista de email, sus costos de publicidad son bajos teniendo en cuenta que llega a millones de personal según la segmentación que uno quiera generar.
- YouTube: Hoy en día los productores de contenidos son menores, lo que equivale a menor o igual competencia en el momento de promocionar
- TikTok: Es la plataforma de moda arrasa con el 60% de los jóvenes.
- Clousters con influencer: Es una novedosa estrategia que consiste en generar vínculos de colaboración entre marcas o empresas con personas que tienen gran protagonismo e internet exactamente influencer.

5.5 Análisis ecológico

Por parte del sector textil se analiza el deterioro que se está generando de manera acelerada al entorno; los principales impactos ambientales a los que conlleva la producción textil están relacionados con las aguas residuales y cargas químicas que generan los mismos, los malos olores, los residuos sólidos y las emisiones atmosféricas. Además, el consumo de agua y energía se convierte en un problema de gran magnitud por su alto dispendio.

Para contrarrestar todos los aspectos negativos que se generan desde este sector económico, en los últimos años se están desplegando nuevas alternativas

Palosanto Clouthing Colombia

y formas de producción convencionales con el fin de crear y diseñar productos textiles con menor grado de contaminación.

La compañía Greenpeace, por medio de una campaña Detox, invita a las grandes compañías textiles a la no utilización de productos químicos contaminantes en el diseño de sus colecciones. Esta campaña se realiza con el fin de disminuir los efectos perjudiciales para la salud.

En un estudio realizado por la organización SB GLOBAL de Madrid enumeran sustancias químicas denominadas de alto impacto ambiental las cuales se deben eliminar del sector textil: Alquifenos, ftalatos, colorantes azoicos, compuestos orgánicos de estaño, perfluorados (PFCs), clorobencenos, disolventes clorados, clorofenoles, parafinas cloradas de cadena corta.

Para el año 2019 La ONU declara como emergencia medioambiental la Fast Fashion, se basan en estudios que determina que solo en EEUU cada año se desechan 15 millones de toneladas de ropa, los cuales no tienen control ni tratamiento alguno. Además, posiciono a la industria textil como la segunda industria más contaminante después de la industria petrolífera.

A la fecha varias empresas del sector se han unido a la iniciativa y se comprometen a eliminar estas sustancias químicas en sus cadenas de suministros.

Desde el foco de nuestro negocio se cuenta con una disminución de la contaminación; por parte del comercio electrónico evita que consumidor se desplace a las tiendas físicas disminuyendo el tráfico y la contaminación.

Según estudios realizados por diferentes compañías y organizaciones existen diversas controversias en cuanto a los beneficios y perjuicios que a los que conllevan las compras online:

Ventajas:

Ahorro de energía y contaminación.

Desaparición de las tiendas físicas.

Disminución en el transporte de los empleados

Perjuicios:

Cientos de vehículos recorriendo diferentes ciudades para cumplir con su promesa de entrega, aumentando el incremento de emisiones contaminantes.

Aumento en el consumo de embalajes.

5.6 Análisis legal

El marco está compuesto por varias leyes que regular tanto el sector de producción y distribución y ventas on-line, en Colombia existe como ente de control y vigilancia la Superintendencia de Industria y Comercio quien protege al consumidor, protección de datos personales y operaciones realizadas online En el decreto unido del sector comercio, industria y Turismo donde se pueden encontrar:

- Decreto 679 de 2016 -capítulo al Libro 2 de la Parte 2 del Título II del Decreto Único del Sector Comercio, Industria y Turismo, Decreto 1074 de 2015, y se reglamenta el artículo 19 de la Ley 1480 de 2011. “Que el artículo 78 de la Constitución

Palosanto Clouthing Colombia

Política establece que la ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público para su comercialización. Así mismo, el mencionado artículo determina la responsabilidad de quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios atenten contra la salud, la seguridad de los consumidores y usuarios.”

- Artículo 1°. El Título II de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único del Sector Comercio, Industria y Turismo, tendrá un nuevo capítulo con el siguiente texto: “CAPÍTULO 52-“El objeto del presente capítulo es establecer el procedimiento que debe cumplir cualquiera de los miembros de la cadena de producción, distribución y comercialización que tenga conocimiento de la existencia de un bien defectuoso, y que por esta condición haya producido o pueda producir un adverso que atente contra la salud, la vida o la seguridad de las personas, así como señalar las medidas correctivas que deben tomar, sin perjuicio de aquellas puedan adoptar otras autoridades competentes, con la finalidad de garantizar la seguridad a la población ante la posible ocurrencia de los riesgos descritos.”

En la legislación Nacional de Colombia política de competencia ley 155 de 24 de diciembre de 1959 donde se dictan disposiciones sobre prácticas comerciales restrictivas.

Se encuentra el Estatuto del Consumidor Colombiano, Ley 1480 de 2011 como “ventas a distancia” de igual manera en la ley 527 de 1999 mejor conocida como “Ley de Comercio Electrónico” la cual dota de efectos jurídico concretos los datos que se comparten por medios electrónico con fines comerciales en las tiendas online.

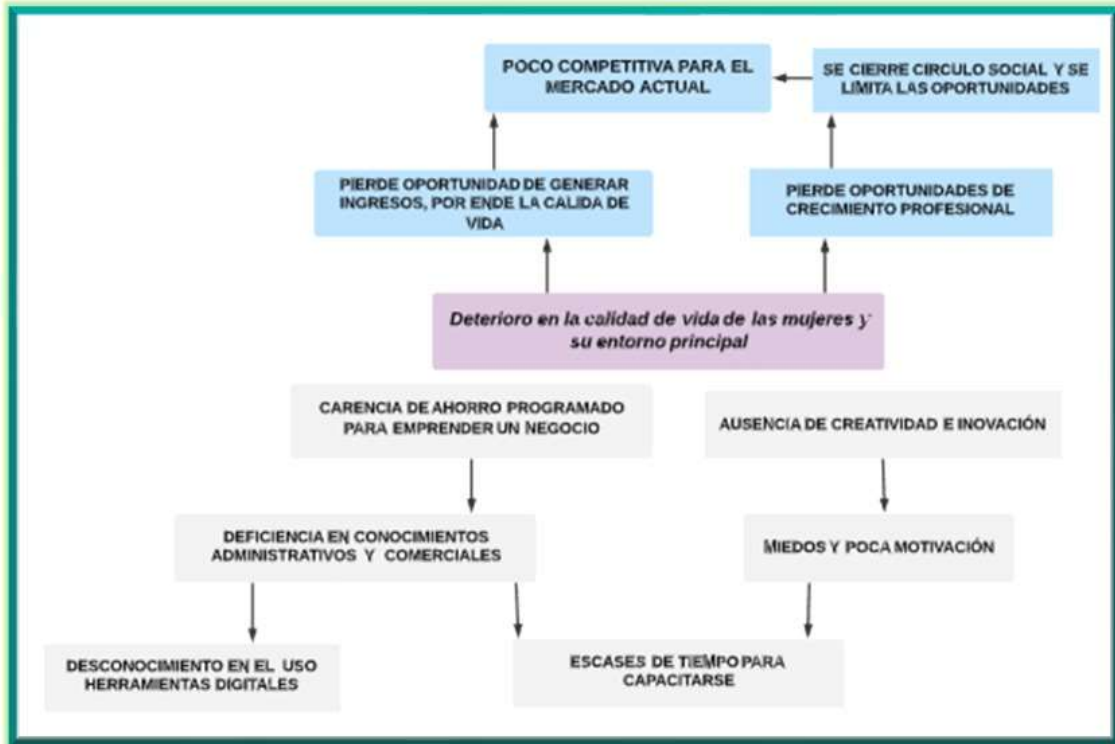
6. Identificación necesidad, reto u oportunidad.

Identificando que a nivel mundial hay un gran porcentaje de mujeres cabeza de hogar, maltratadas por la violencia o rechazadas por su condición de género; se decide apalancar a las mujeres que quieran emprender siendo ejemplo para la sociedad, para su familia y para otras mujeres por medio de un negocio enfocado en buenos hábitos saludables y mujeres activas y con estilo.

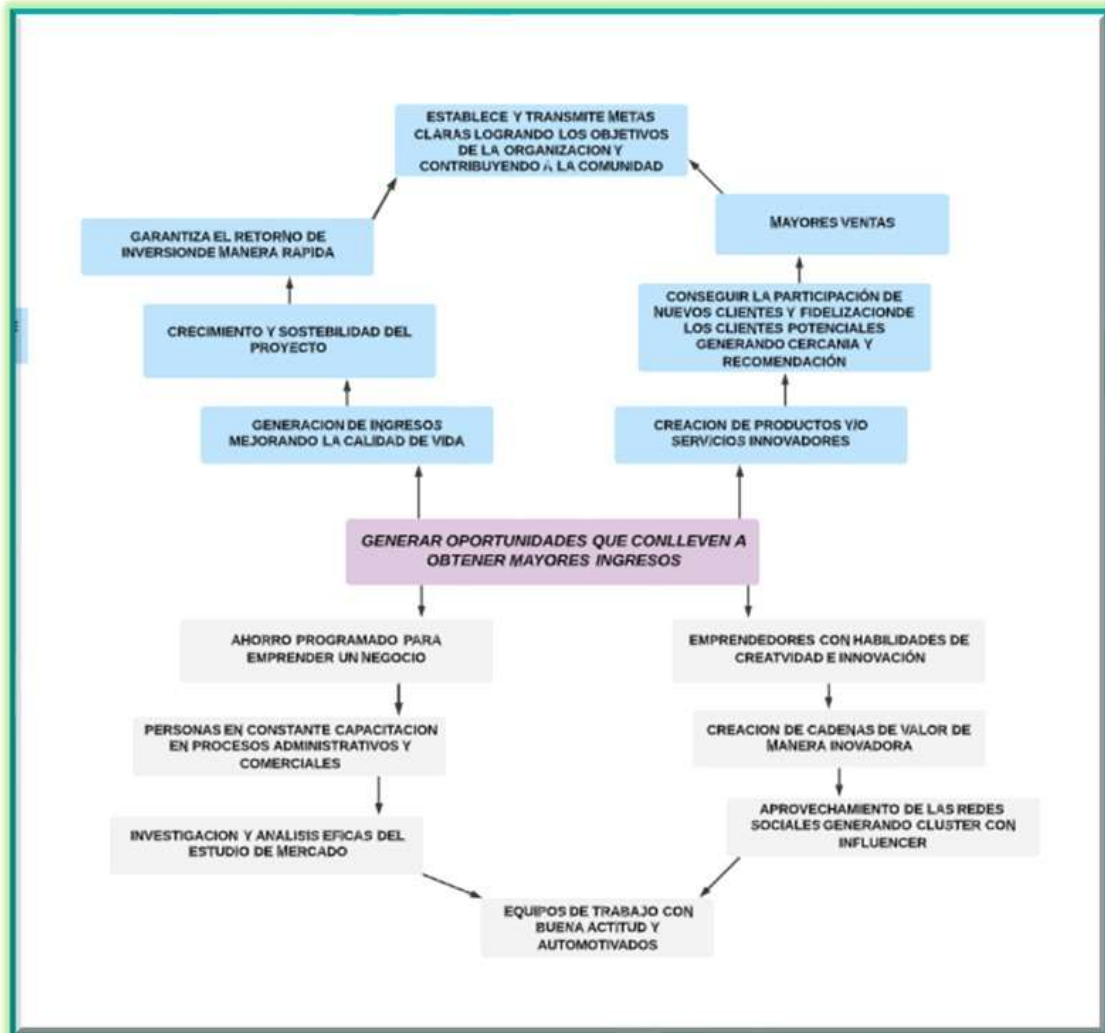
Criterio	Problema 1	Problema 2	Problema 3
	Falta de ingresos y oportunidades para emprender un negocio	Buscar fuentes de ingreso para mejorar el estilo de vida de las mujeres	falta y capacitación de acceso a herramientas tecnológicas
conocimiento o experiencia	5	5	3
Asesoramiento de un experto (si se quiere, ¿lo tenemos?)	4	5	2
Alcance (tecnico ¿tenemos las herramientas?, ¿tenemos acceso a información/datos/cifras, ¿puedo darle alguna solución?)	4	5	3
Tiempo (posible solución)	4	5	2
Costos (posible solución)	3	4	1
¿Representa un desafío para ustedes?	4	5	5
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	5	5	3
TOTAL	29	34	19

7. Árbol de problemas

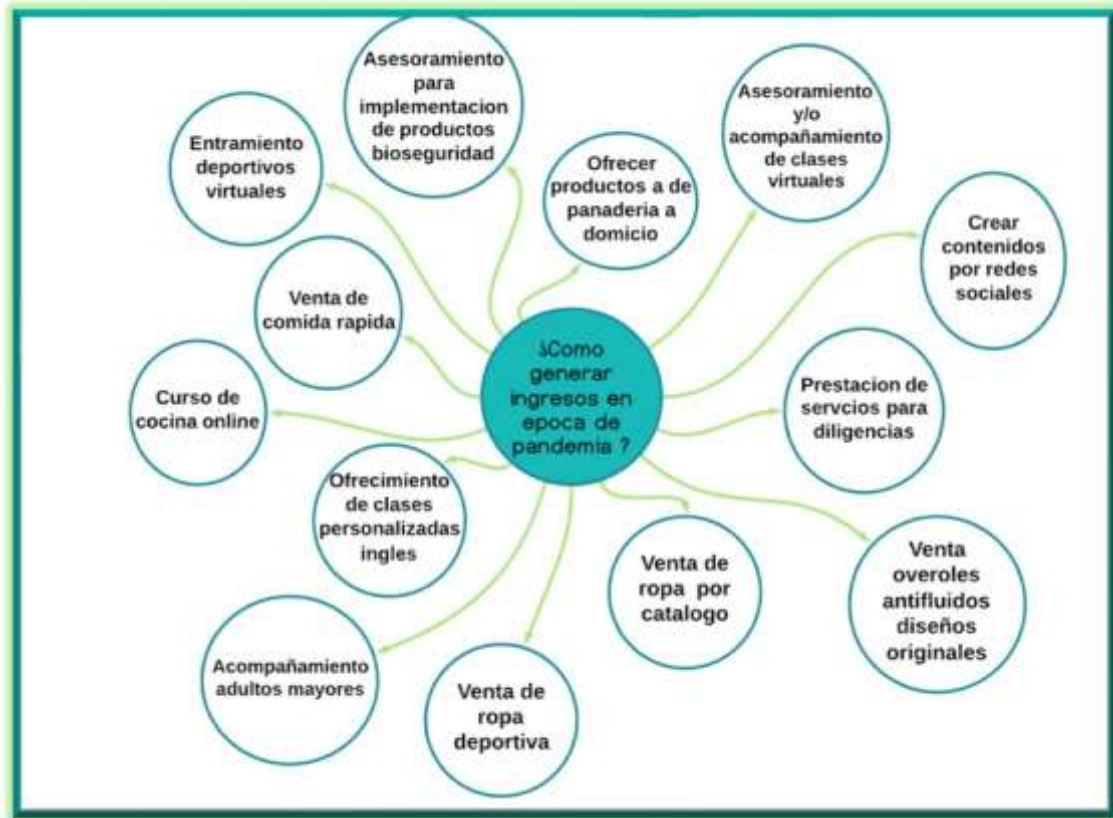
7.1 Árbol problemas



7.2 Árbol de objetivos



8. Técnica de ideación - lluvia de ideas



8.1 Descripción de la idea de negocio

La idea de negocio, nace como hobby pero a raíz de este proyecto nos ha motivado a consolidarlo, en estos tres meses nos hemos dedicado de lleno a la elaboración y puesta en practica de nuestra idea de negocio. Por ende el cuadro es la evidencia, del compromiso hacia el proyecto.

INTERÉS / DISPOSICIÓN AFIRMACIONES	ESCALA DE VALORACIÓN				
	(F)				(V)
La idea de Negocio que tengo se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer.	1	2	3	4	5
No me incomodaría decir a otros que me dedico a esta actividad	1	2	3	4	5
Estoy dispuesto a dedicarle el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio.	1	2	3	4	5
Considero que en seis (6) meses puedo tener el negocio funcionando.	1	2	3	4	5
Nº TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN	0	0	0	4	15

8.1.1 Puntajes obtenidos

Total de afirmaciones valoradas en 1:	0	X	1	=	0
Total de afirmaciones valoradas en 2:	0	X	2	=	0
Total de afirmaciones valoradas en 3:	0	X	3	=	0
Total de afirmaciones valoradas en 4:	1	X	4	=	4
Total de afirmaciones valoradas en 5:	3	X	5	=	15
PUNTAJE TOTAL					19

8.1.2 Interpretación del puntaje total

El puntaje que se obtuvo en la idea de negocio es de 19, es decir que es un negocio viable en el cual se debe continuar trabajando analizando y ejecutando.

8.2 Estructura de la idea de negocio

¿Cuál es el producto	Generar cadenas de distribución de ropa deportiva con innovación y calidad tipo exportación
¿Quién es el cliente potencial?	<p>Teniendo en cuenta que nuestro negocio tiene tres tipos de cliente:</p> <p>Empresarias: Mujeres trabajadoras entre los 23 y los 45 años, sociales, multifacéticas es decir que realizan varias actividades pueden ser mujeres profesionales o con un nivel de educación básico con una constante necesidad del autoaprendizaje.</p> <p>Embajadoras: Mujeres deportistas y/o athleisure que manejan un estilo de vida saludable o simplemente a la moda entre los 18 a los 35 años, sociables e influenciadoras en redes sociales, el nivel educativo va dese bachiller hasta profesional.</p> <p>Cliente Final: Mujeres deportistas, athleisure, o simplemente mujeres que buscan comodidad, también pueden ser mujeres que manejan un estilo de vida saludable, multifacéticas, entre los 18a 65 años.</p>
¿Cuál es la necesidad?	Satisfacer la necesidad de adquirir ropa deportiva cómoda, a bajo costo, multifuncional y exclusiva.
¿Cómo funciona el producto o servicio?	Los productos serán adquiridos por medio de su proveedor que nos ofrece variedad en estilos, telas, diseños (revisar numeral 14 catalogo) dichos productos serán distribuidos mediante una cadena distribución liderada por las empresarias con un marketing en redes sociales apalancadas por un cliente llamado "embajadoras" hasta llegar al cliente final.
¿Por qué lo preferirían?	Productos elaborados para todo tipo de mujer incluyendo curvilínea, de alta tecnología, por diversidad en los productos y exclusividad en los diseños, adicional por el respaldo a la mujer emprendedora.

8.3 Idea de negocio estructurada



9. Desarrolla por lo menos 4 alternativas a tu idea de negocio inicial, incluyendo las estrategias de innovación presentadas, teniendo en cuenta que una nueva idea puede salir de combinar diferentes estrategias.

- Venta de productos de ropa deportiva generando alianzas estratégicas para posicionar la marca en países extranjeros.
- Venta de ropa deportiva multiusos, es decir que se puedan combinar para uso deportivos como para otras actividades como reuniones sociales, socializaciones nocturnas, viernes de oficina, viajes, entre otros.
- Distribución de productos para mujer llegando al cliente final por medio de embajadoras y plataformas virtuales.

Palosanto Clouthing Colombia

- Venta de productos deportivos para mujeres curvilíneas que ayuden a moldear y a mejorar visiblemente la figura.

9.1 Empresas brindan soluciones al mismo problema que quieres resolver o están haciendo productos/ servicios similares (competencia)

9.1.1 SPORT TRENDS

Sports Trends Miami es el destino de compras de lujo moderno para la mujer segura, moderna y activa.

Brindando ropa deportiva exclusiva directamente de Colombia y Brasil, diseñada con belleza, calidad y comodidad para el rendimiento dentro y fuera del gimnasio. Ofrecemos una amplia gama de diseños únicos para todas sus necesidades de fitness.

Nuestras mallas de cintura alta están diseñadas para brindar comodidad y durabilidad, perfectas para yoga, levantamiento de pesas, correr y más.

También estamos especializados en Body Shapers colombianos 100% AUTÉNTICOS.

PAGINA WEB

<https://sporttrendsmiami.com/>

INSTAGRAM

https://www.instagram.com/sports_trends/?hl=es-la

9.1.2 GLOSZ ROPA DEPORTIVA

Palosanto Clouthing Colombia

Glosz, empresa colombiana, de gran calidad, fabricante y distribuidor de ropa deportiva de alto rendimiento, tecnología y comfort en sus prendas.

Esta se enfoca en plasmar en nuestras diferentes prendas deportivas lo último en tecnología, comodidad y estilo, siendo el aliado esencial para que el deportista alcance sus metas propuestas

QUIENES SOMOS

Somos el aliado ideal para todas aquellas personas que buscan su mejor versión a diario, personas que día a día están en una mejora constante, personas que no se conforman, personas con fuerza y determinación, personas Glosz.

VISIÓN

Para el 2025 Glosz será la marca deportiva nueva con más crecimiento en ventas no solo en Colombia si no en la región, Glosz será la marca ideal para cualquier deportista, desde el deportista elite hasta al deportista casual, no venderemos ropa deportiva, venderemos son experiencias que hagan de nuestros clientes algo mejor de lo que eran antes.

MISIÓN

Seremos el mejor aliado para todas aquellas personas que deseen realizar una actividad física, nuestros segmentos abarcan desde el deportista aficionado hasta el deportista profesional, Nuestra Línea Sport Fit será a la línea accesible para todo tipo de aficionados, y nuestra línea Fine Fit será nuestra línea Elite donde las prendas buscaran su mejor rendimiento para ser uno con el deportista.

CONCEPTO DE MARCA

Manejamos dos Líneas con las cuales queremos abarcar a nuestros clientes.

Sport Fit:

Es la línea accesible de nuestra compañía, acá los precios bajos y la calidad van de la mano para que el deportista aficionado pueda adquirir sus prendas y realizar su deporte con la ropa adecuada.

Fine Fit:

Es la línea elite de Glosz, esta busca poner a disposición de nuestros deportistas la mejor tecnología existente en el mercado para el desarrollo de su actividad deportiva.

PAGINA WEB

https://gloszsport.com/?page_id=53

Facebook

<https://www.facebook.com/gloszropadeportiva/>

INSTAGRAM

<https://www.instagram.com/gloszropadeportiva/?hl=es-la>

9.1.3 Babalú Fashion

Empresa creada en Medellín - Colombia en la década de los 90.

Palosanto Clouthing Colombia

Nuestro statement: ¡Dar respuesta a la natural necesidad femenina de lucir bella en todo momento!

Dentro de la línea de productos se encuentra: Ropa deportiva, caracterizada por sus diseños arriesgados, cortes irregulares, amplia gama de colores que van, desde los clásicos y fríos hasta unos más cálidos y neones.

Los materiales más utilizados son supplex®, poliéster, lycra®, jaquard, entre otros. Vestidos de baño, caracterizados por telas estampadas con calidad Xtra Life Lycra® y un alto trabajo hecho a mano. Lingerie, con una propuesta delicada, sensual y más ligera. Actualmente, operamos como un grupo empresarial llamado: Grupo Babalú el cual cuenta con las marcas: Babalú (Ropa deportiva, trajes de baño, Lingerie), Tarra'o (Ropa interior masculina), Inizio (Ropa interior masculina) y FashionMen (Ropa Casual masculina).

PAGINA WEB

www.babalufashion.com

Facebook

<https://www.facebook.com/BabaluFashionOficial/>

INSTAGRAM

<https://www.instagram.com/babalufashion/>

YOUTUBE

<https://www.youtube.com/user/BabaluFashion1>

9.2 Analiza las 4 alternativas de tu idea de negocio, con respecto a la competencia.

CONCLUSIONES

- Aunque la competencia ofrece productos similares, no abarcan todas las necesidades; en este caso las cuatro alternativas de negocio se podrían implementar para lograr una diferenciación para el resto de la competencia.
- Se determina que el mercado principal no se encuentra a nivel nacional si no en países extranjeros, por ende, se debe buscar alianzas logrando competir en el mercado internacional. Inicialmente se debe tener en cuenta que nuestro cliente principal son las empresarias, para llegar al mercado extranjero decidimos focalizarnos en Orlando Florida generando un cluster con dos mujeres del núcleo familiar cercano que se desempeñan actualmente en el sector de la moda y la estética.
- Buscar un proveedor de ropa deportiva, el cual ofrezca novedad, calidad e innovación en los diseños y productos finales.

9.3 Analizar nuevamente la idea de negocio

Inicialmente la idea de negocio era generar una línea de distribución de ropa deportiva a nivel nacional y en el extranjero, utilizando herramientas tecnológicas como apalancamiento en el marketing; desarrolladas por medio de unas embajadoras encargadas de promocionar la marca, se generará alianzas con gimnasios y/o entrenadores

Palosanto Clouthng Colombia

deportivos, se genera valor compartido identificando estrategias para dar a conocer los productos.

Dado el estudio de mercado realizado, se ha considerado combinar las cuatro alternativas de negocio con la idea de negocio inicial, siendo viable realizarlos, si se logra establecer una alianza estratégica en Estados Unidos.

9.4 Idea más prometedora e innovadora.

Variable	Descripción de la Innovación
Producto o servicio	Crear una línea de distribución de ropa deportiva, enfocada en el mercado de Estados Unidos, Miami y California. Productos elaborados para todo tipo de mujer incluyendo curvilínea, de alta tecnología, por diversidad en los productos y exclusividad en los diseños, adicional por el respaldo a la mujer emprendedora. enfocada a mujeres deportistas y/o athleisure que manejan un estilo de vida saludable o simplemente a
Mercadeo	A nivel nacional el mercadeo se realizará con alianzas con entrenadores deportivo y mujeres empresarias que vendan al por menor generando ganancias a sus actividades diarias. Se debe tener en cuenta que el enfoque principal de venta se encuentra en California, donde se genera alianza estratégica con empresaria encargada de generar la red de distribución en el país a su vez generando clouster con embajadores y influencer.
Proceso	Gener alianza con proveedores de producción de ropa deportiva, los cuales deben contar con altas tecnologías de innovación y calidad; creando una nueva marca con el fin de contar con diseños exclusivos.

10. Contextualización de la empresa:

Nombre de la empresa: Palo Santo Clothing.

Actividad económica: Comercio al por mayor y al por menor de prendas de vestir

Tamaño: Pequeña

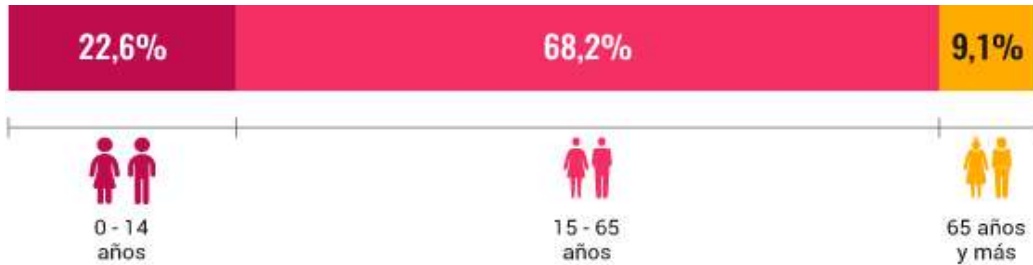
Lugar de ubicación: Colombia - Bogotá, Estados Unidos – Doral Miami.

10.1 Análisis de la demanda:

Palosanto Clouthing Colombia

COLOMBIA

Según estadísticas del DANE tomadas para el año 2018 las estadísticas por sexo son de mujeres 51.2% y hombres 48.8%



DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN POR SEXO Y EDAD

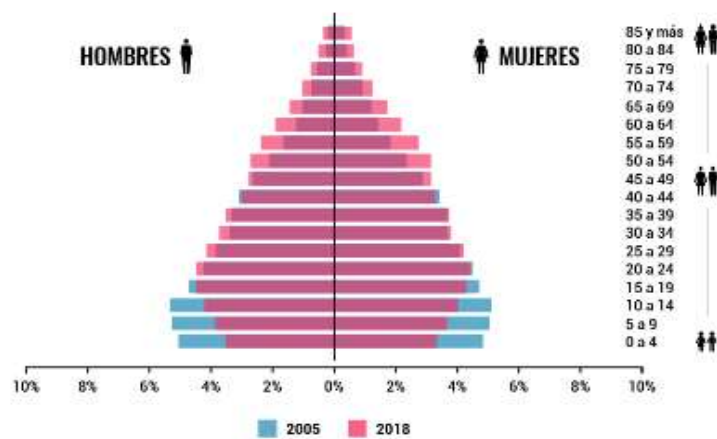


Figura 2. Grandes de edad en Colombia.

Fuente: DANE información para todos.

Según análisis realizado el fuerte de las ventas para ropa deportiva se realiza a mujeres entre los 15 a los 65 años, donde las estadísticas del DANE nos corroboran la información en cifras.

Las cifras oficiales del DANE muestran el cierre para el año 2017 con alzas del 2,2% en sus exportaciones y un 11% de incremento en la demanda comercial.

ESTADOS UNIDOS

Estudios realizados por la revista Euromonitor muestra que el crecimiento de la ropa deportiva para el año 2019 es mayor que para la ropa y calzado no deportivo, esto se da como consecuencia al impulso y conciencia para realizar actividades deportivas y de acondicionamiento físico; los consumidores se orientan adoptar estilos de vida saludables más activos, eligiendo la ropa deportiva como ropa de uso diario.

La creciente tendencia de la ropa deportiva ha llevado a las mujeres a convertirse en un grupo de consumidores clave en este campo. Las mujeres se preocupan por tener un estilo de vida saludable y cada vez más incorporan el ejercicio físico a su rutina diaria. La popularidad de los eventos deportivos, como la Copa Mundial de Fútbol, los Juegos Olímpicos y la Copa Mundial de Cricket, también está impulsando el crecimiento de este mercado.

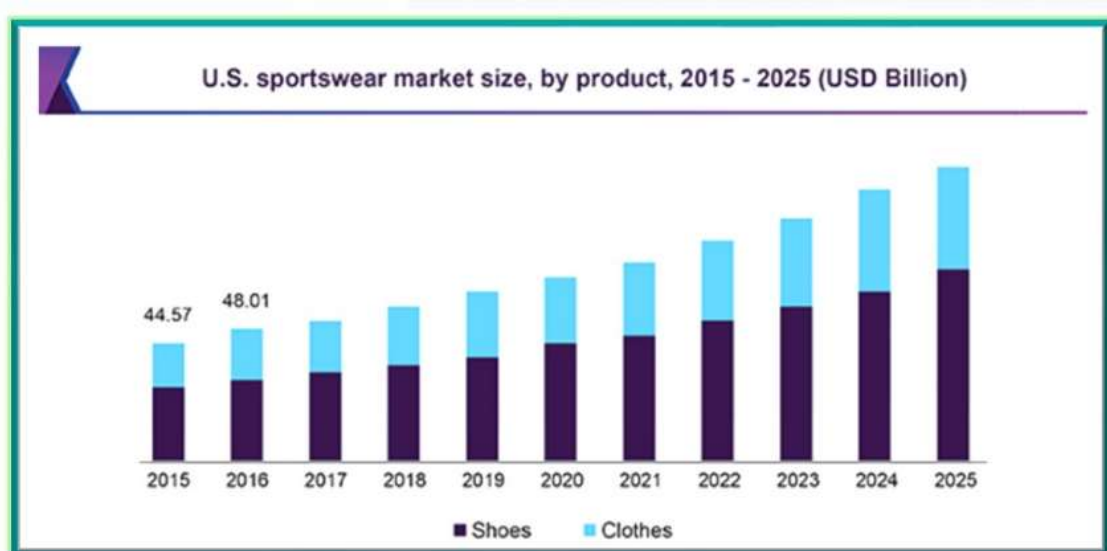


Figura 3. Tamaño del mercado de artículos deportivos de EE. UU., Por producto, 2015-2020.

Fuente: Grandviewresearch

Los crecientes casos de problemas de salud relacionados con el trabajo, como el estrés y la obesidad, están empujando a más personas a seguir cualquier deporte y actividad física.

Influencias internas:

La ropa deportiva juega un papel importante en el mundo de la moda, esta es una tendencia, llevar trajes con zapatillas "casual" en el trabajo y "leggings" con tacones altos o ropa de yoga. Las grandes marcas se dirigen a nuevos consumidores con valores relacionados con una vida saludable, aun mas después de la llegada de la pandemia del "COVID 19".

Para explicar mejor estas influencias damos un pequeño paso de la historia del uso de la ropa deportiva para iniciar en los años 1920 a 1950 las actividades de fitness han estado dominadas por los hombres. Entre las mujeres, se fomenta más la feminidad que el ejercicio, especialmente si eso significaba aumentar la masa muscular en el paso de los años La ropa comienza a ser más cómoda y permite que el cuerpo haga más ejercicio, comenzó a aparecer el uso de fibras sintéticas como el nailon, especialmente ropa para todas las actividades deportivas. Los hombres que más se han beneficiado de estos cambios, especialmente los militares.

Las mujeres deportistas de hoy, profesionales o no, comprenden la importancia de la ropa técnica deportiva. Además de buscar comodidad, también quieren tener ropa disponible para mejorar el rendimiento. Al menos no les impide seguir adelante. Cuando alguien compra ropa, busca transpirabilidad, resistencia a la humedad y soporte, entre otras cosas. Y no se trata solo de camisas o pantalones. La

Palosanto Clouthing Colombia

ropa interior también ha cobrado importancia a este respecto. A medida que los atletas intentan mejorar su rendimiento, la ropa deportiva también se ha puesto de moda. Un claro ejemplo son las camisetas deportivas para mujer. Muchos de ellos se pueden usar como ropa informal. Son ideales para mujeres activas que hacen sus mandados diarios antes de ir al gimnasio. No tienen que apresurarse a cambiar porque están listos para su rutina por ende nuestra línea de ropa funciona para todo tipo de mujer.

Influencias externas:

Desde el punto de vista de la mujer, independiente, multifacética y empoderada de hoy, es interesante ver en su mayoría son influenciadas por aquellos con los que interactúan constantemente; por otro lado, desde el punto de vista de la influencia de la familia, la madre tiene una mayor incidencia de decisiones de compra que otros miembros del grupo familiar. Desde el punto de vista del mix comercial de empresas que interactúan en el mercado, la marca y el precio son relevantes, y los atributos de los productos ahora juegan un papel muy importante.

Ahora, los amigos tienen una influencia relevante, que es lo que hace de las redes sociales un puente de consumo tan importante. Entre ellos, son los consumidores quienes hablan de lo que consumen, y son sus amigos quienes reciben esta información y la personalidad de las mujeres generan mayor influencia en las compras.

Estados Unidos y Colombia es un país que ha estado sumergido en una cultura donde la belleza y el físico son celebrados constantemente y por ende son mujeres que constantemente no solo buscan comodidad si no que se preocupan por

Palosanto Clouthing Colombia

verse bien y que sean admiradas. por ende, la población enfocada en dicho mercado sería medio- alto Porque el poder adquisitivo será mayor, aunque los productos pueden acceder cualquier persona el enfoque principal serán los estratos medios altos.

10.2 Análisis de la oferta:

A nivel nacional las empresas Glosz Ropa Deportiva y Babalú Fashion; en Estados Unidos la compañía Sport Trends cuenta con productos similares para mujeres deportistas de alto rendimiento; a diferencia de estas compañías PALO SANTO CLOTHING como punto fuerte, ofrece productos elaborados para mujeres deportistas y/o athleisure que manejan un estilo de vida saludable o simplemente a la moda, mujer curvilínea, referencias de alta tecnología, diversidad en los productos, exclusividad en los diseños, venta de productos sustitutos y adicional por el respaldo a la mujer emprendedora. Actualmente contamos con unas debilidades en cuanto alto costo de venta en comparación a los competidores, contamos con un catálogo para hombres limitado a deportistas de alto rendimiento, dependemos de un solo proveedor y nuestros envíos de exportación son reducidos a cantidades mínimas a causa de los costos de los mismos.

En Colombia un estudio realizado por la cámara de comercio realizado en el año 2018 muestra los incrementos entre un 15% y un 30% en el sector de ropa deportiva, tanto los comerciantes como las textilerías observan incrementos en la demanda en el mercado de ropa deportiva.

El tamaño del mercado mundial de ropa deportiva se estimó en USD 239,78 mil millones en 2018 y se espera que registre una tasa compuesta anual del 10,4% de 2019 a 2025.

El mejor método de acción para competir en el mercado es generando alianza con proveedores de producción de ropa deportiva, los cuales deben contar con altas tecnologías de innovación y calidad; creando una nueva marca con el fin de contar con diseños exclusivos, ampliación del portafolio de productos dirigido a mujeres reales curvilíneas, aprovechando la publicidad en redes sociales (Instagram, Facebook, YouTube, TikTok, Clousters con influencer).

Como competencia indirecta debemos afrontar los altos costos de venta debido al aumento en el precio del dólar, competidores de productos similares a menor costo y pagos de impuestos.

Constantemente es un mercado en el cual gran porcentaje de personas pueden acceder a él ya sea de baja o alta participación, no llegan bienes adicionales ya que la empresa ofrece la mayor parte de referencias deportivas, por ende, la amenaza que se puede llegar a presentar es productos complementarios.

Nombre del competidor	Producto	Precio	Servicio (Ventaja competitiva)	Ubicación
Sport Trends	Short Bubble Textured Jumpsuits	USD \$49.99	Especializados en tela brasilera	Miami
Sport Trends	Bikers Shorts	USD \$29.99	Especializados en tela brasilera	Miami
Babalú Fashion	Jogger deportivo	\$95.580	Amplio portafolio en productos para hombre	Medellin
Babalú Fashion	Vestidos de baño	\$50.000	Productos complementarios y diversidad en sus diseños.	Medellin
Glosz Ropa	Camisetas para hombre	\$157,000	Variedad de diseños	Medellin

10.2 Análisis de la comercialización y de los proveedores.

Los proveedores analizados y escogidos son los que nos ofrecen los productos que son los cotizados en estados unidos (Orlando – Miami), adicional por que ofrecen variedad en productos, la mayoría de ellos están dispuestos en generar alianzas estratégicas convirtiéndonos en el principal mayorista, con lo que respecta a las empresas de envío (distribución) se genera alianza en descuento de envíos conservando fidelidad.

Palosanto Clouthing Colombia

Proveedor	Tamaño	Productos	Precio	Localización geográfica	Experiencia
WILLIAM CHARRY	PYME	licras, Leggins, Short, Camisetas, Enterizos, Chaqueta,	El precio de mayorista desde 300.000 mensuales en el mes para mantener precio, pero nos realiza diseños exclusivos	CALI	Inicio en el 2012 8 años de experiencia
SPORT LICRA	PEQUEÑA	Leggins , Tops	Precio Mayorista desde 6 piasas pero baja la calidad	CALI	5 años
BENDITO S.A.S - BARU	PYME	Vestidos de baño y salidas de baño	Precio Mayorista desde 30Piasas	RIO SUCIO CALDAS	10 años de experiencia
HANDMADE-JEWELRY	PEQUEÑA	Bisutería	Es negocio propio	MIAMI	2 años
ALLISON SPORT	PYME	Medias, Guantes, Leggins	El precio de mayorista desde 300.000 mensuales en el mes para mantener precio, pero nos realiza diseños exclusivos	CALI	Inicio en el 2012 8 años de experiencia
COORDINADORA - CONVENIO DHL	GRANDE	Envios a nival nacional y a estados unidos	Precio 25% descuento en envios internacionales por cantidad de 2000 US	NACIONAL	50 Años de experiencia
INTERAPIDISIMO - CONVENIO DHL	GRANDE	Envios a nivel nacional y a estados unidos	Precio 25% descuento en envios internacionales por cantidad de 2000 US	NACIONAL	Con mas de 22 años de experiencias

11. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

11.1 Bondades que ofrece el producto

- Adaptación: se adapta a todo tipo de mujer (alta, bajita, contextura delgada o curvilínea, diferentes rangos de edad)
- Variedad en diseños, formas y estilos, diversidad en productos.
- Versatilidad: las prendas se pueden utilizar tanto para hacer deporte y/o uso más formal, a su vez se pueden combinar entre sí.
- Nanotecnología aplicada al textil, es decir las prendas vienen con tejidos adaptados Dry-Fit y Play-Dry es decir no retienen el sudor y permiten mantener frescos ya que se adapta a la temperatura y humedad del entorno.
- Comodidad ya que se adapta al cuerpo, gracias a los materiales manteniendo la circulación de la sangre.
- Confianza, productos de buena calidad garantizando seguridad y evitando irritaciones e incomodidades.
- Autoestima, productos con realce, dibuja tu silueta en ritmo curvilíneo.
- Moda, no solo ofrece ventajas funcionales, si no diseños atractivos, generando estilo y glamur.
- Favorece la salud, como se ha indicado mejora a la circulación, evita la retención de líquidos, al ser cómoda evita las afecciones digestivas.
- Multifuncional para practicar la mayor parte de los deportes, como atletismo, yoga, ciclismo, zumba CrossFit entre otros.
- Variedad en costos, teniendo en cuenta la variedad de diseños de igual manera se encuentra variedad en precios, es decir que se adapta a diversidad en el poder adquisitivo.

Palosanto Clouthing Colombia

- Diversidad en productos complementarios, los cuales también se adaptan a todo tipo de mujer.
- Exclusividad en referencias, lo cual te permite verte única y original.
- Se ofrecen alternativas con entrenadores personalizados.
- Seguridad, permite tener mayor control sobre el cuerpo a la hora de realizar actividad física.

11.2 Buyer Persona

Foto del Cliente	Miedos, frustraciones y ansiedades	Desea, necesita, anhela y sueña
	<p>Miedo a ser juzgada, a ser controlada, a no lograr objetivos, por falta oportunidades y tiempo.</p>	<p>Mujeres emprendedoras, que desean ser independientes, tener control de su tiempo, control de finanzas, desea reconocimiento y mantener un entorno tranquilo.</p>
Demográficos - Geográficos	¿Qué están tratando de hacer y porqué es importante para ellos?	¿Cómo alcanzan esas metas hoy? ¿Hay alguna barrera en su camino?
<p>Demográficos Es una mujer que le gusta un buen estilo de vida, conocimientos técnicos o tecnológicos, habilidades intrapersonales, multifacéticas, se encuentran en edades entre 20 y 35 años, tienen un amplio círculo social.</p> <p>Geográficos Están ubicadas en Capitales principales, donde encuentran mayor afluencia de clientes potenciales. en el caso Colombia de Bogotá y Medellín y en el cado de Estados Unidos Miami y Florida.</p>	<p>Mujeres que quieren generar ingresos adicionales para mejorar elestilo de vida propio y/o de su familia. Generar un reconocimiento familiar o del entorno. Liderazgo y valor agregado a las comunidades.</p>	<p>Ser disciplinados al inicio sacrificar tiempo para lograr consolidarse como empresarias, mantener inteligencia emocional, autocapacitación en herramientas TIC, generando reconocimiento. Las barreras más frecuentes son: manejo adecuado del tiempo, falta de perseverancia, firmeza y constancia en el negocio, falta de recursos económicos.</p>
Frases que mejor describen sus experiencias	<p>!Si alguna vez piensas en rendirte en tu proceso recuerda el motivo por el que iniciaste, con todaaa! - La Diosa griega de la sabiduría, justicia, habilidades estratégicas y artísticas. - Únete al movimiento, mantente activo. - haz ejercicio, Únete a tus amigos y para hacer ejercicio al aire libre o disfruta de la naturaleza. tu solo, Inspírate y muévete. - Nuestros corazones se derriten cuando vemos a nuestros clientes compartiendo su alegría. - La disciplina y la perseverancia es la clave para alcanzar tus metas. - Siéntete feliz y cómoda en todo momento.</p>	
¿Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta?	<p>Es necesario organizar un plan de acompañamiento, capacitación a las empresarias (distribuidores). Mantener planes de acción y alternativas según la ubicación geográfica.</p>	

a. ¿En dónde encuentra personas similares a su cliente ideal?

En gimnasios, centros deportivos, redes sociales y empresas,

b. ¿Qué valores destacan a su cliente ideal?

- Honestidad.

Palosanto Clouthing Colombia

- Respeto.
- Confiabilidad.
- Disciplina.
- Responsabilidad.
- Perseverancia.
- Ética profesional.

c. ¿Qué encuentra en el entorno de su cliente durante la semana?

Su relación es con su familia, sus compañeros de trabajo, compañeros de actividades lúdicas y/o deportivas, su círculo social es muy amplio por ende el uso de las redes sociales es el común denominador.

d. ¿Cuáles cree que sean las necesidades más urgentes que presenta su cliente ideal?

Ser independientes y llevar un control de su tiempo.

Generar mayores ingresos para mantener un mejor estilo de vida.

11.3 cliente ideal.

Nuestro cliente principal se encierra en una sola palabra, ser una empresaria “exitosa”, lo que es sinónimo de calidad de vida. El cual va ligado a las bondades como la eficacia, tecnología, modernismo y variedad de nuestros productos entre otros; generando valor agregado en el fortalecimiento de la autoestima de las mujeres basados en valores antes mencionados.

Palosanto Clouthing Colombia

11.4 Ahora ya conoce a su cliente y sabe cómo su producto puede suplir la o las necesidades del mismo.

11.4.1 Tome nota de los otros actores del mercado que ofrecen cosas similares a su producto.

- Sport Trends
- Babalú Fashion
- Glosz Ropa.
- Nike
- Puma
- Adidas
- Espido
- Clau
- Sport life
- Declathon

11.4.2 Cuál es la población total de personas o negocios que potencialmente podrían comprar su producto o productos similares al suyo.

- Mujeres entre 25 y 35 años, con un estilo de vida saludable que se preocupan por su imagen.
- Entrenadores, deportistas, modelos.
- Mujeres emprendedoras entre un rango de edad de 18 a 45 años.

11.4.3 Cuantas personas o negocios necesariamente deben suplir su necesidad con un producto igual, similar o sustituto al suyo.

En cuanto a los derechos económicos, si bien las oportunidades de empleo formal de las mujeres y su participación en el mercado laboral continúan aumentando, siguen estando restringidas. En 2013, la brecha de participación laboral fue del 20,94%

Palosanto Clouthing Colombia

(2001: 26,63%); la brecha de desempleo fue del 5,30% (2001: 7,38); en 2012, la brecha salarial de género fue del 23,28% (2002: 17,61%).

Esto nos demuestra que contamos con un gran potencial de mujeres emprendedoras para desarrollar con una baja inversión y con nichos de mercado amplio.

ESTRATOS EN COLOMBIA

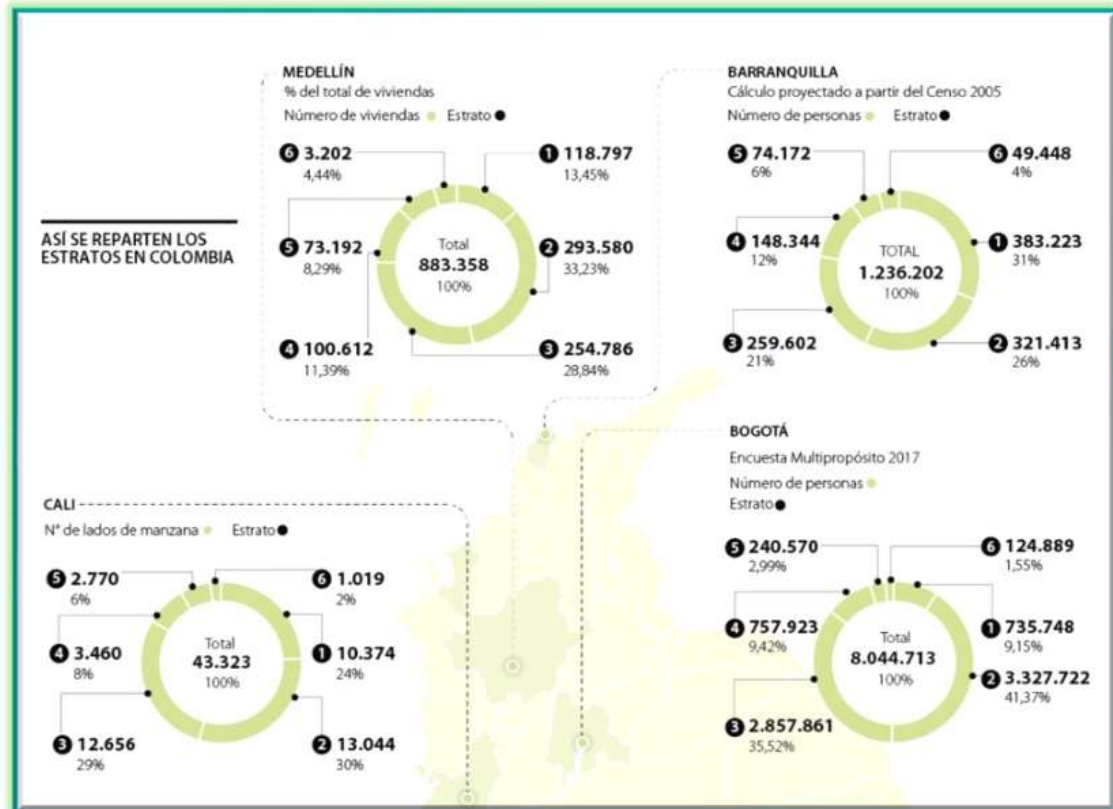


Figura 4. Estratificación en Colombia
Fuente: DIAN

Por ende, nuestra investigación de cliente potencial se enfoca en mujeres que demuestran interés por alguna actividad física, ya sea que se realice de manera profesional, constante y/o por hobbies, que de una u otra manera buscan estar cómodas y verse bien. Para ambos casos nuestro nicho de mercado se encuentra en estratos 3, 4, 5 y 6, que quer decir que los estratos 1 y dos no puedan adquirir nuestros productos.

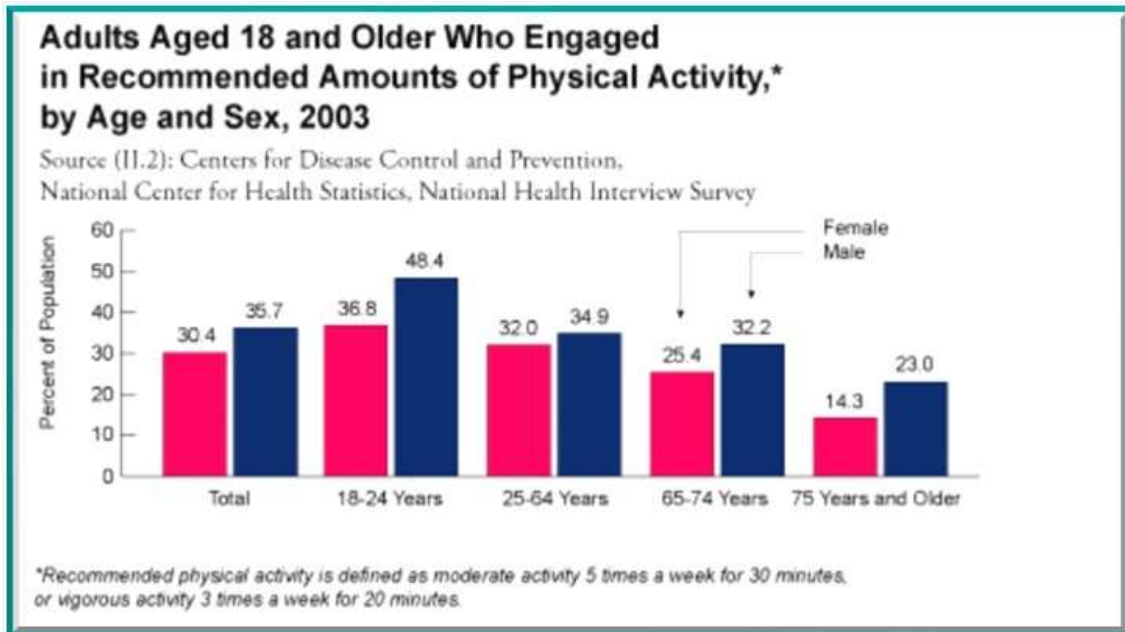


Figura 5. Estadísticas en Estados Unidos
Fuente: Usa Usembassy

Miami es una de las ciudades más aptas del país, con un alto índice de aptitud física anual para muchas instalaciones recreativas, bajos índices de fumadores y residentes que hacen ejercicio. “En general, el balance de conductas saludables y la infraestructura comunitaria de Miami le valió el puesto número 35 en la clasificación general. "La mayoría de la población de Miami cumple con las pautas de actividad física", dada esta información y revisando los datos de la grafica se puede evidenciar que mujeres entre los 18 y 60 años recomiendan hacer actividad física, por ende, son mujeres que se preocupan por el bienestar y autocuidado personal.

11.4.4 Cuantas personas o negocios presentan alto potencial de adquirir su producto.

Teniendo en cuenta que nuestro negocio el primer cliente potencial son mujeres empresarias que a su vez asumen el deporte como parte de su vida, existe nuestro

Palosanto Clouthing Colombia

segundo cliente potencial y final el cual adquiere de igual manera nuestros productos; en ambos casos ya sea para uso personal o para hacer parte de la línea de distribución.

Actualmente, casi el 50% de las mujeres en todo el mundo están interesadas en el deporte, desde entonces, el número de atletas femeninas ha ido en aumento y la relación entre hombres y mujeres en los deportes ha disminuido significativamente en los últimos 50 años. Esta es una de las conclusiones del último informe "Mujeres y deportes" de Repucom (Nielsen, 2016).

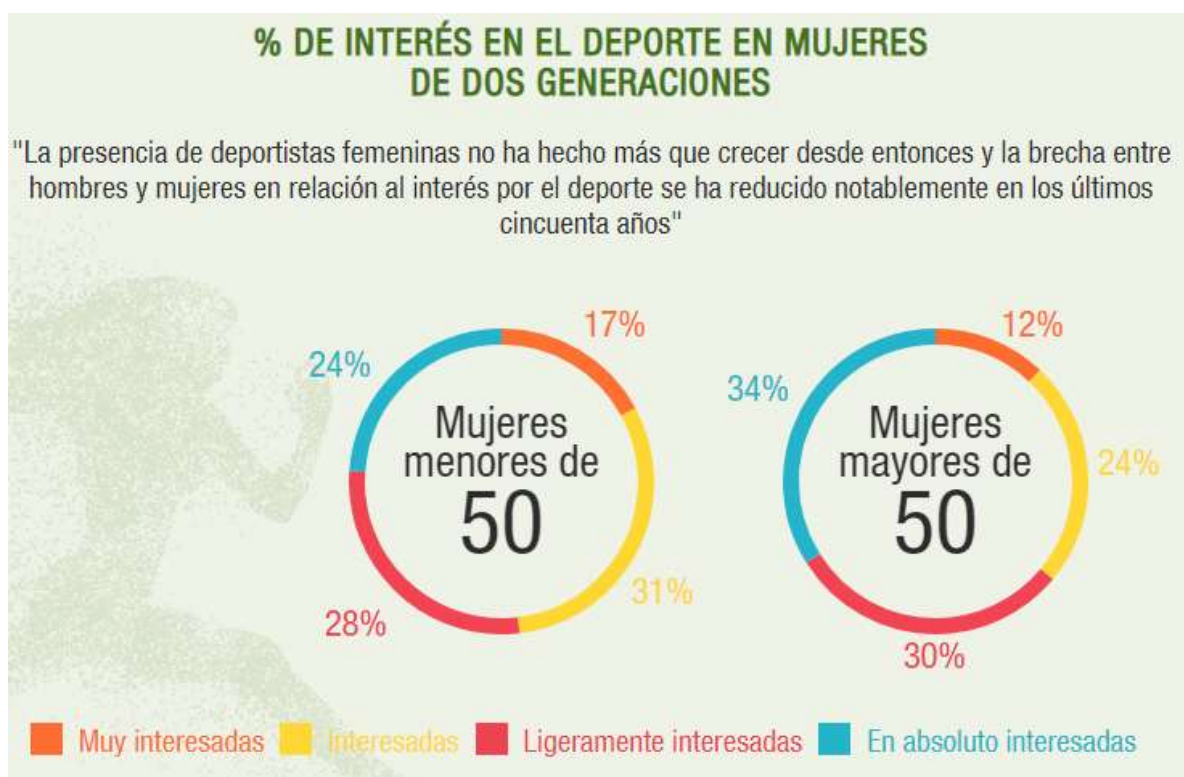


Figura 6. Porcentaje de mujeres en el deporte de dos generaciones
Fuente: Iberdrola

Según la última encuesta de conciencia ciudadana sobre la calidad de vida en la red de ciudades colombianas, las actividades deportivas de Bogotá son superiores al resto del país, seguida de Pereira (80%), Valledupar (77%) y Cali (76%) Y Medellín (69%).

Palosanto Clouthing Colombia

En las últimas décadas, Colombia ha logrado importantes logros en la promoción de la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer, aunque aún deben cerrarse las brechas relacionadas.

Colombia muestra importantes señales de crecimiento económico, lo que es una oportunidad para el progreso social y los indicadores de desarrollo humano.

11.4.5 Cuantas personas o negocios definitivamente suplirían sus necesidades con su producto.

Teniendo en cuenta que nuestro nicho de mercado es amplio y la información es diversa e insuficiente hemos decidido crear dos Instagram, uno con usuario en Colombia y el otro con usuario en Miami con prendas deportivas de uno de los proveedores escogidos y generando la respectiva promoción con el fin de evidenciar el potencial de clientes que podríamos llegar a captar tanto como futuras empresarias y/o cliente final.

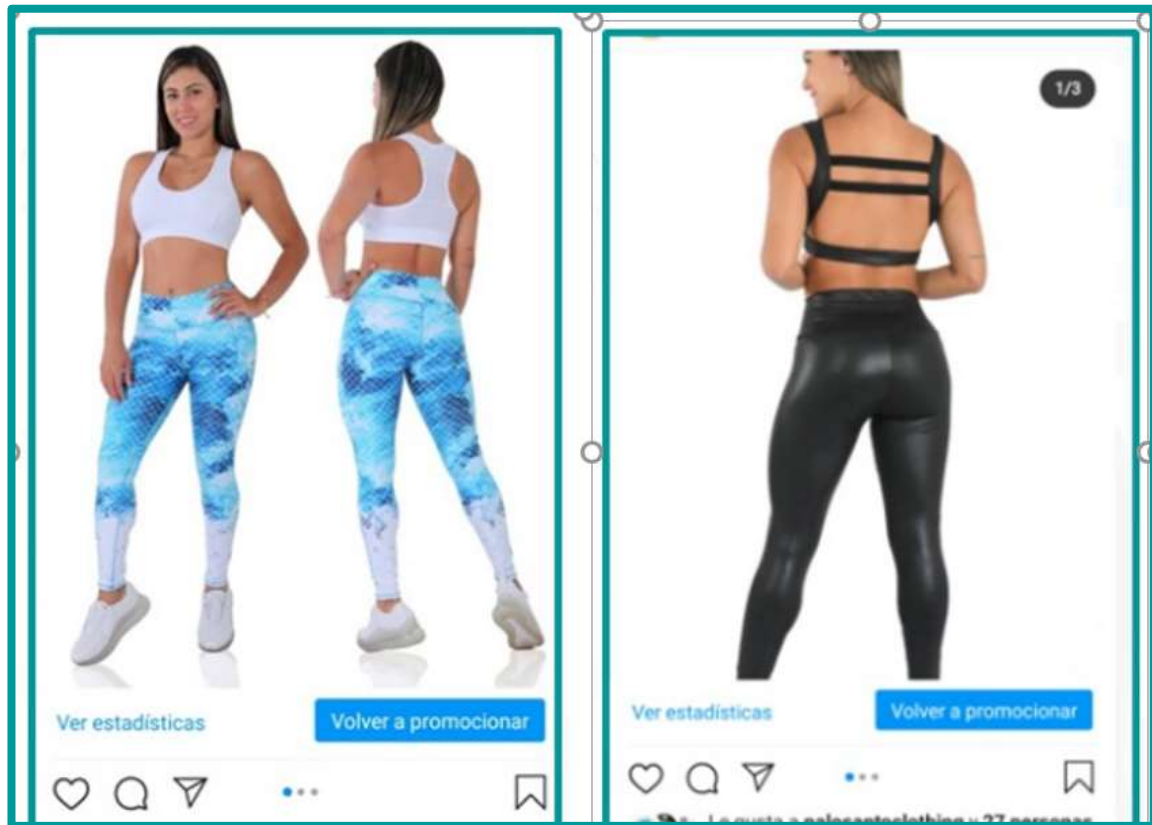
Publicación Miami

Figura 7. Publicación Miami
Fuente: Instagram

Estas publicaciones se realizaron en la ciudad de Miami durante siete días para evidenciar el flujo de personas edades y sexo de clientes potenciales que pueden estar interesados en adquirir nuestros productos y/o estar interesados en conformar una línea de distribución generando ingresos adicionales.

Estadísticas publicación

Estadística # 1



Figura 8. Registro de audiencia por ciudades
Fuente: Instagram

Aunque esta publicación se realizó en la ciudad de Miami alcanzó a tener interés en otros países, lo cual nos dice que generando un buen marketing no llegaremos únicamente a Estados Unidos sino a diferentes países.

Estadística # 2

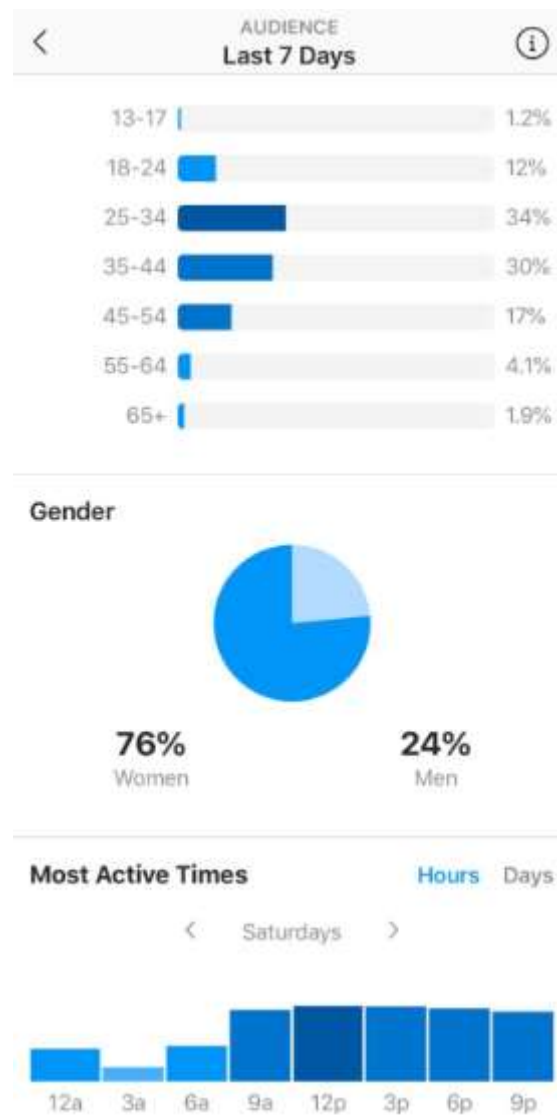


Figura 9. Audiencia por género y rango de edades
Fuente: Instagram

Los rangos de edades que muestran mayor porcentaje de participación activa en la publicaciones son de 25 a los 45 años tanto hombres como mujeres, en las segunda grafica del 100% de los posibles clientes el 76% son y un interés el 24% de hombres en una publicación hecha para mujeres.

Palosanto Clouthing Colombia

Publicación Colombia



Figura 10. Publicación Colombia
Fuente: Instagram

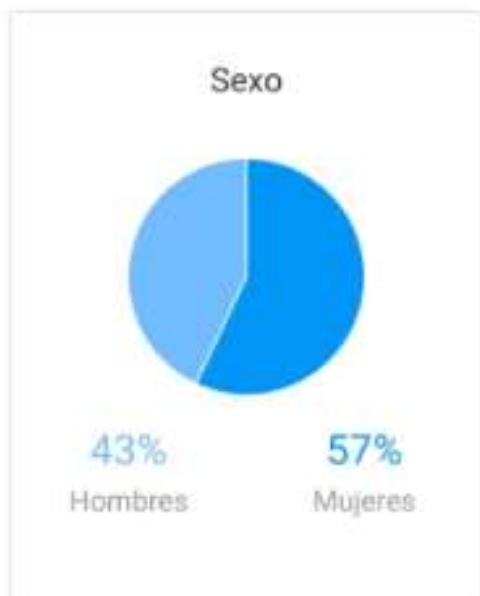
Con respecto a las publicaciones realizadas en Colombia, durante los mismos siete días se pudo evidenciar el mismo rango de edad de clientes interesados, es decir entre los 34 y 35 años, de igual manera se evidenciar un gran interés por parte de los hombres en las prendas.

Palosanto Clouthing Colombia

Estadísticas publicación

Estadística # 1

Público



Público

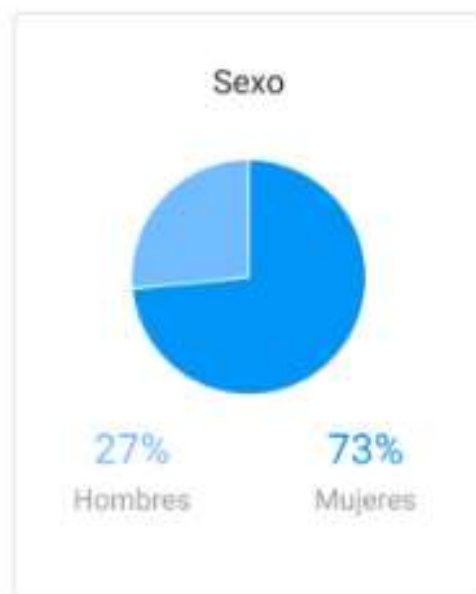


Figura 11. Registro de audiencia por género
Fuente: Instagram

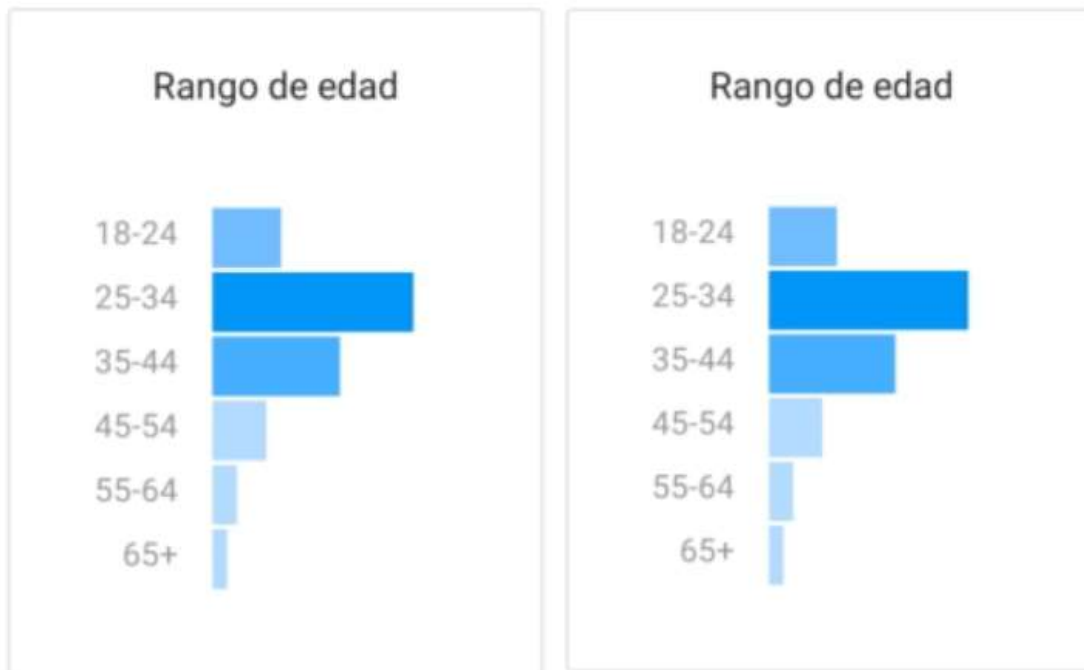
Estadística # 2

Figura 12. Registro de audiencia por rango de edades
Fuente: Instagram

Estadística # 3

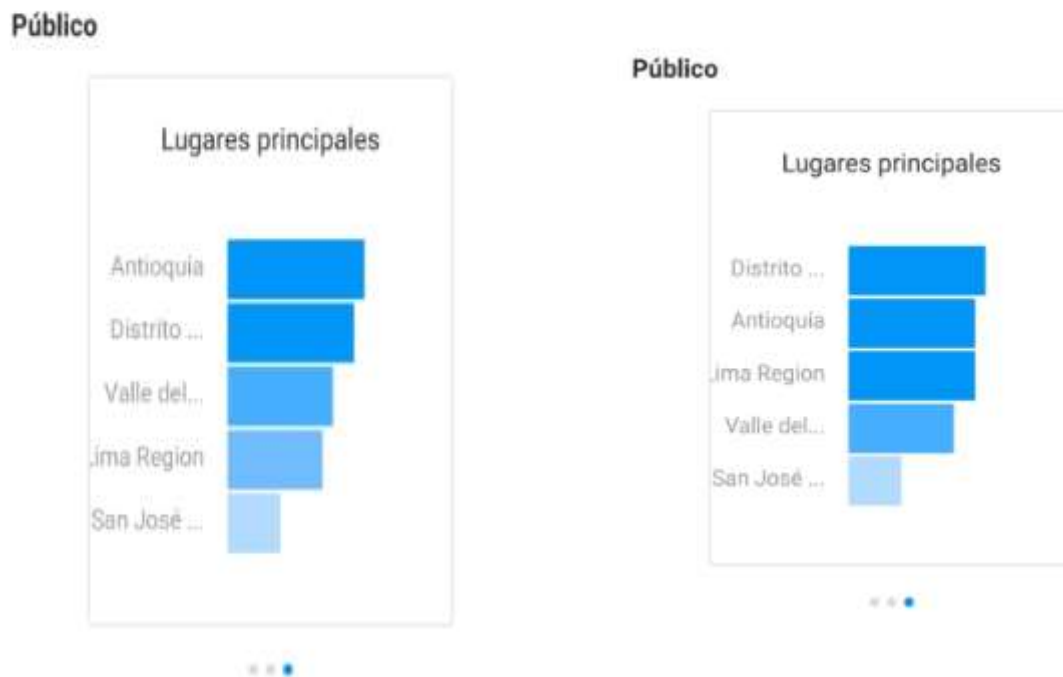
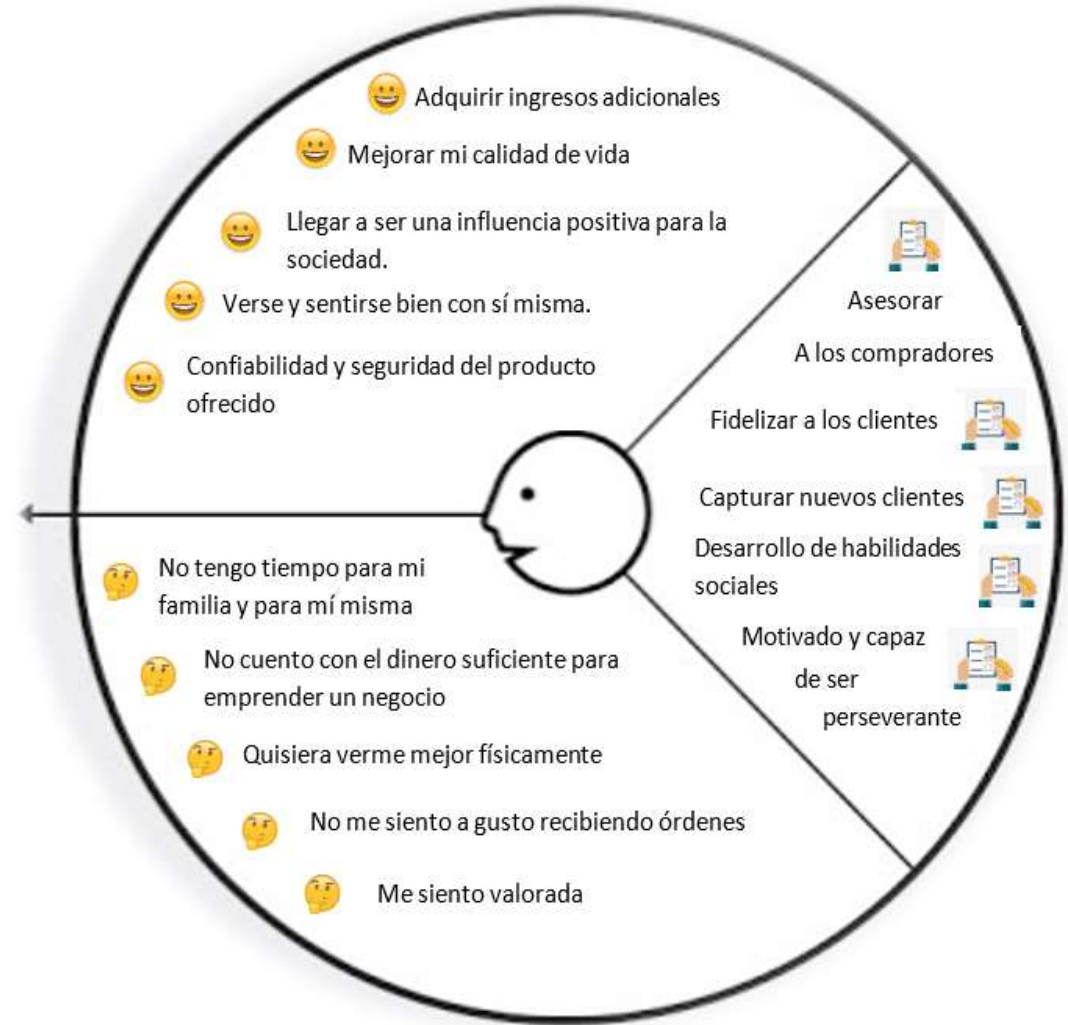
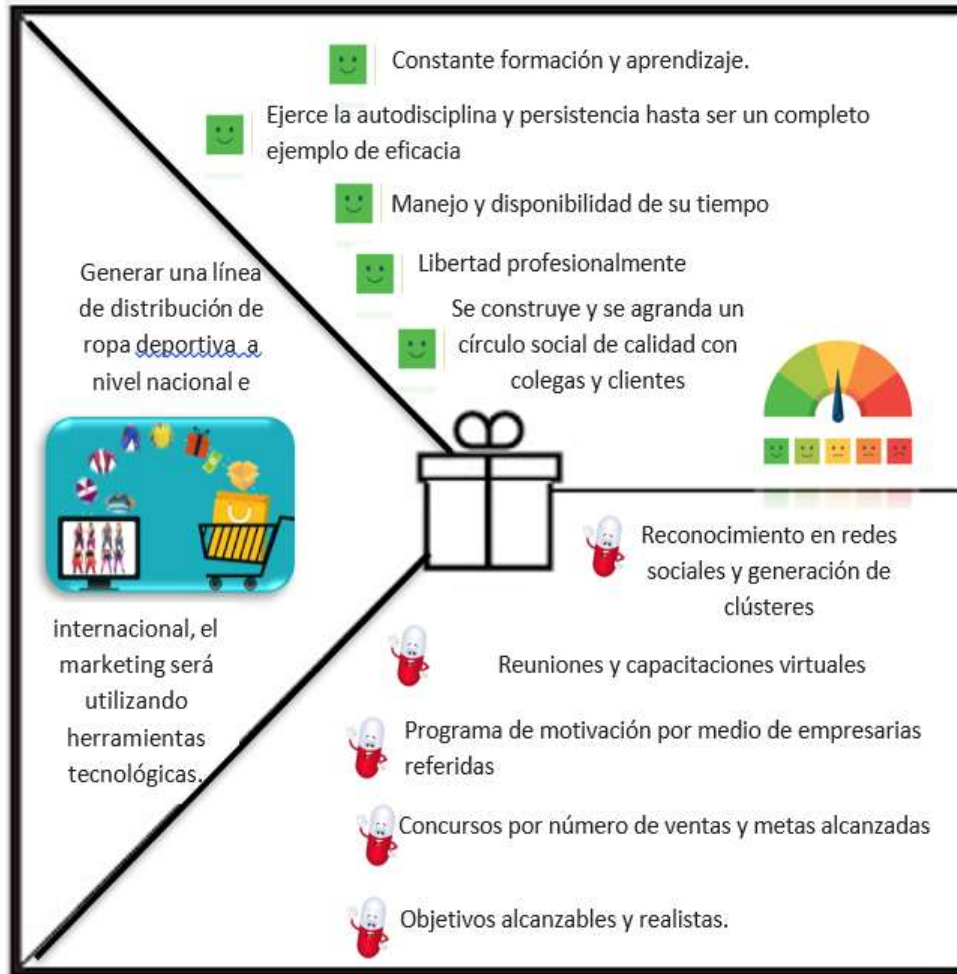


Figura 13. Registro de audiencia por ciudades
Fuente: Instagram

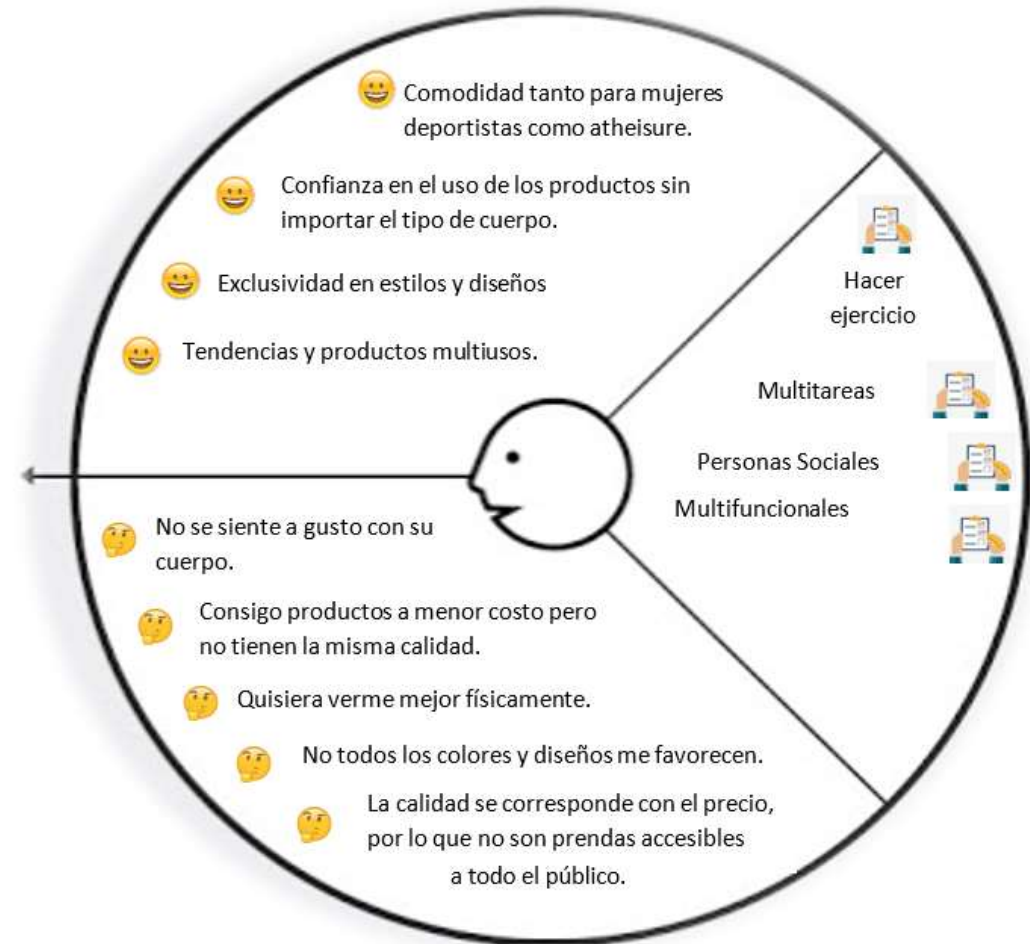
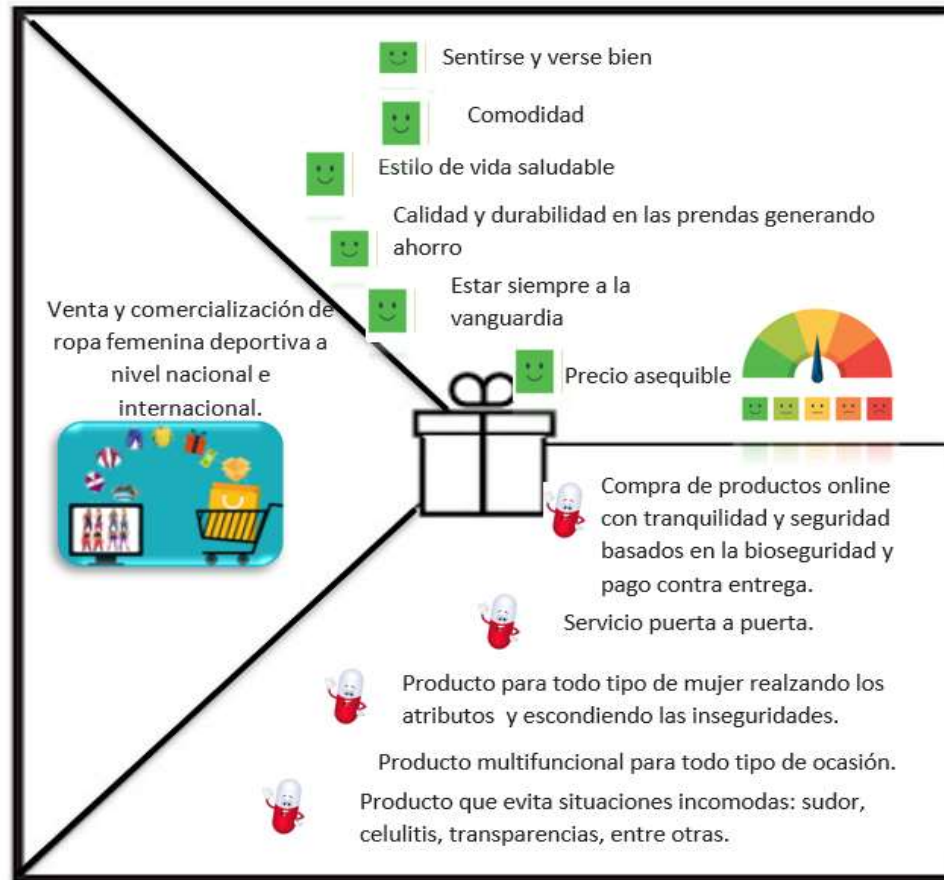
Con respecto a nuestro primer cliente potencial que se refiere a las empresarias que quieren ser parte de la línea de distribución por cada 20 mujeres que revisaban la publicación 1 manifestaba interés en la comercialización de los mismos, donde se logró mayor interés en la distribución de nuestros productos fue en Estados Unidos y Venezuela, en estos siete días de publicación se logra determinar un total de 3 mujeres interesadas en la distribución de las prendas.

12. Propuesta de valor

12.1 Cliente potencial



12.2 Cliente – Usuario final



13. Declaración de propuesta de valor

Español: cambiando la vida de las mujeres en movimiento, todo el tiempo activas y fuertes, disfrutando de la vida con estilo.

Ingles: changing women´s lives in motion all the time active and strong, chick, enjoying life being stylish.

14. Diseño del producto

14.1 Ficha Técnica

Teniendo en cuenta que la línea de productos es muy variada y para dos tipos de clientes y un clúster embajador; en primera medida damos a conocer, detalle del empaque, fragmentos recomendados, presentaciones comerciales y finalmente detalle de productos.

FICHA TÉCNICA		TIPO DE CLIENTE		
Detalle	Empresarias	Embajadora	Común	
Empaque				Empaque para Estados Unidos
	<p>El empaque tiene dos presentaciones ya que posterior serán embaladas ya sea para embajadora o cliente Común: Colombia: Cada prenda en bolsa Ziploc y luego en vinipel Negro. Estados Unidos: Por referencia en bolsa Ziploc y luego caja Empresa envios DHL</p>	<p>El empaque tiene dos presentaciones : - Cuando es detalle de la empresa para fines promocionales llega según foto. - Cuando es compra para uso propio llega en empaque cliente Común</p>		Empaque para Colombia
Material del empaque	<p>Bolsa Ziploc Polietileno de resina de plástico # 4. Vinipel Negro: Material plástico ideal para proteger y evitar rayones, base de P.V.C. – Cloruro de Polivinilo.</p>	<p>Caja de madera pino 20x15x3,5 cm. Interior de la caja 18,5x13x2,5 cm Tapa corredera con logo y nombre embajadora con vinilo adhesivo</p>	<p>Empaque para Estados Unidos: Bolsas ziploc celofán transparente de 9.0 x 12.0 in, bolsas de celofán con cierre automático. Empaque para Colombia: Bolsas papel Kraft 12 libras: 17 x 44 cm, 6 libras: 15.5 x 35.5 cm, 4 libras: 12.5 x 30 cm, 3 libras: 12.5 x 26.5 cm y 2 libras: 10.5 x 22 cm.</p>	
Cantidad	<p>Colombia : Desde 6 prendas Estados Unidos: Desde 300 US</p>	<p>Tanto para Colombia y Estados Unidos Desde 1 prenda</p>	<p>Tanto para Colombia y Estados Unidos Desde 1 prenda</p>	

14.2 Presentaciones Comerciales

Cliente Empresaria: Se les recibirá con una carta de bienvenida, se le entrega catálogos y precios de venta, de igual manera se les realizará una presentación en Instagram.

Cliente Embajador (a): Se les entrega carta de bienvenida, responsabilidades y beneficios como embajador.

<p>¡Bienvenido a Cute sport!</p> <p>Querida Julia</p> <p>¡Nos gustaría darte la bienvenida como una de nuestras Brand Ambassador y como parte de nuestra familia de marca Polo Santo!</p> <p>¡Sobre nosotros!</p> <p>Nuestra marca fue diseñada pensando en la mujer de hoy, multifacética, luchadora, emprendedora, y que se enfrenta a día a día a las exigencias de la sociedad que la rodea. Nuestra misión es promover el "wellness" de nuestro cuerpo, inspirando y ayudando a las mujeres, independientemente de su edad, a hacer de ejercicio una parte vital y divertida de sus vidas.</p> <p>¡Hemos creado una amplia variedad de diseños de ropa deportiva y ropa de calle, y otros premios para varias formas de fitness. Creemos que debemos sentirnos cómodas para al menos tenernos los días más elegantes. De eso se trata Polo Santo Clothing.</p> <p>También queremos mencionar que nuestras colecciones combinan hasta 2 meses o 4 meses. Eso significa que siempre tenemos nuevas piezas y colores. La mayoría de nuestras telas son tejidos de compresión, que ayudan a una mejor circulación y una recuperación muscular más rápida después del ejercicio.</p> <p>Why become a Polo Santo Clothing Brand Ambassador?</p>	<p>¡Bienvenido a Cute sport!</p>  <p>Como embajadora de la marca Polo Santo Clothing, obtienes todos los beneficios de una marca de ropa deportiva moderna y elegante para la mujer moderna. Ser parte de la familia de Polo Santo, ¿no sabrás qué? Se pone aún mejor porque tendrás un mundo de seguidores, incluido el tuyo, más allá de tu propia familia cercana. ¡No hay nada más divertido que esto!</p> <p>En Polo Santo Clothing, creemos que tener que trabajar para ganar lo que quieres, también ayuda que ser BSAUDOR sea un desafío e increíblemente gratificante. Tenemos muchos BSAUDORES que ayudan a compartir y promover nuestra diversa producción y si más importante, si promocionan nuestra marca con orgullo. Si por de paso de Polo Santo se crea pensando en usted junto con algunas cosas. Por eso queremos darte un plan que te brinde el mayor beneficio financiero posible a aquellos BSAUDORES que crean y comparten nuestra marca y marca.</p> <p>Lo hemos hecho muy simple y basado en la asociación y la colaboración. Es por eso que te mostramos cómo te recompensamos para cada día. Así te damos:</p> <p>Beneficios de convertirse en embajadora</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Descuento uno para uno en productos (20% de descuento) todo el tiempo usando el código "EMBAUDOR" ✓ Ropa mensual gratuita (hasta 4 piezas) pero siempre debe seguir las responsabilidades del BSAUDOR que se enumeran a continuación ✓ Ser parte de una industria multimillonaria ✓ Destaca en nuestra página de Instagram cuando seas nuestra embajadora @polsosantoclothing y hashtag #polsosantoclothing
<p>¡Bienvenido a Cute sport!</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ganancias: <ul style="list-style-type: none"> o QR a QR de comisión sobre las ventas pedidas en línea de sus clientes, seguidores, o aquellos con quienes comparte su código de descuento ✓ Distribución mensual de comisiones con informe de ventas en línea a su domicilio mediante cheque  <p>Responsabilidades del Embajador de Marca de Polo Santo</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Difundir la pasión y el amor de la marca ✓ Usar nuestra marca con orgullo ✓ Incluir los temas en línea promocionando su código de seguimiento de comisiones "EMBAUDOR" ✓ Dar su publicación en sus redes sociales (o dejen Facebook, Instagram, etc.) incluyendo en su contenido tanto el identificador @polsosantoclothing como el hashtag #polsosantoclothing 	<p>¡Bienvenido a Cute sport!</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Responsabilidades de publicaciones en redes sociales por objetivos y objetivos: <ul style="list-style-type: none"> o Videos sobre historias de una duración de al menos 15 segundos haciendo ejercicio, 1 publicación con video (1 minuto o más) en el feed y publicación con una foto de una modelo en el feed; y también debe como de siempre la foto y la marca (mínimo 2 publicaciones por artículo y luego usando el identificador y el hashtag de publicación) o Promocione nuestra marca y nuestros productos tanto como pueda para ganar dinero  <p>Beneficios adicionales con nosotros</p> <p>¡Díales y felicítalos por dar el primer paso para unirse a nuestra increíble comunidad de mujeres que, como tú, están siguiendo su pasión por un estilo de vida saludable!</p> <p>Con amor,</p> <p>Cute sport</p>

14.3 Productos y materias primas

Nuestras prendas deportivas no son elaboradas por nosotros mismos, serán adquiridos por diversos proveedores los cuales crearán diseños exclusivos para la marcar, lo cual nos llevara a crear nuestro propio logo.





Para ser competitivos estamos convencidos que debemos ofrecer diversidad de productos las cuales son multifuncionales, complementarios, de cada una de las referencias aquí mencionas se encuentran variedad en diseños y tallas. Adicional nuestro proveedor sacara colecciones exclusivas cada tres meses.

Como características generales de los productos están: Secado Rápido, Color perdura con las lavadas, Tecnología Dry, garantía de fábrica de 3 meses.

Producto			
Enterizos	Material	Caracteristicas	foto
Ref 7006 enterizo	Nylon	Transparencia. elasticidad hasta dos tallas	
Rier 364 falta short	Nylon	elasticidad hasta dos tallas.	
Ref 7013 dos piezas	Suplex		
Ref 7002 Enterizo	Poliester	Tela comprensión, costura de refuerzo, tela comprensión , elasticidad tres tallas, no marca celulitis. Proteccion UV - Top Multiusos	
Ref 7020 dos piezas	Sublimado -Poliester		
Ref 7017	Poliamada	Proteccion UV- Diseño 3D - Control abdomen , costura de refuerzo, tela comprensión , elasticidad tr tallas, no marca celulitis.	
Ref 7018	Jacquard	Diseño de tela Jacquard, costura de refuerzo, elasticidad tres tallas, no marca celulitis. , Proteccion UV	
Ref 7015	Gold Shine Poliester	Diseño efecto Cuero costura de refuerzo, elasticidad tres tallas, no marca celulitis. , Proteccion UV	
Ref brasil	Tela Brasileira 3D	Proteccion UV- Diseño 3D - Control abdomen , costura de refuerzo, tela comprensión , elasticidad tr tallas, no marca celulitis.	

Producto			
Leggins	Material	Caracteristicas	foto
Ref182	Sublimado Jeans	Leggins jeans, tecnologia realce de cadena natural	
Ref 155	Suplex Taille alto	Antibacterial- Elasticidad 2 tallas, tela compresión Proteccion rayos UV. No marca celulitis , no se motosea. Maxima Resistencia	
Rer 4004	Poliester		
Ref a187	Sublimado talle medio - alto		
Ref b187	Lycra Power		Control abdomen . Ligera y comoda . Antibacterial . Segunda malla transparente
Ref 7b1872	lycra Power2		
Ref 4012	Nylon	Proteccion UV- Dtela compresión , elasticidad tres tallas, no marca celulitis. Horma caderas	

Producto			
blusas	Material	Características	foto
Ref 237 Ref241 RefA5028	Nylon	Antibacterial- Elasticidad 2 tallas, transpira el sudor , Tela suave y fresca	
Ref 5024 Ref 5043 Ref 5030	Maya yael	Transparencia - Mayor Transpiración	
Ref 5028 Ref 6031 Ref 212	Poliester - sublimado	Durabilidad, Tecnología Dry	
Ref b5039	Tela Fria	Jersy con cierre reflectivo, Protección UV, Durabilidad	

Producto			
Tops	Material	Características	foto
Ref varias	Nylon	Tela ajustable, forro interno, soporte alto ,elasticidad hasta 2 tallas, Tela gruesita	
Ref varias	Suples		
Ref varias	Suples- Brasileras	Tela ajustable, forro interno, soporte Alto ,elasticidad hasta 3 tallas	
Ref varias	Poliester sublimado	Tela ajustable, forro interno, soporte Alto ,elasticidad hasta 2 tallas, Diseños Digitales	

Producto			
Shorts	Material	Características	foto
Ref 002	sublimado	Tela compresión, costura de refuerzo, tela compresión , elasticidad tres tallas, no marca celulitis.	
Rer001	Suplex		
Ref A002	suplex brasilero	Tela compresión, costura de refuerzo, tela compresión , elasticidad dos tallas, no marca celulitis.	
Ref 033	Poliester	Control abdomen , Elasticidad dos tallas, Protección UV	
Ref 043 Ref 057 Ref A012	Sublimado -Poliester	Tela compresión, costura de refuerzo, tela compresión , elasticidad dos tallas, no marca celulitis, bolsillo y cierre reflectivo	
Ref 013	Nylon	Ajustable, elasticidad hasta dos tallas,	

15. Definición estratégica

En el análisis PESTEL abarcan las leyes y normas que rigen nuestra línea de negocio tanto en el análisis legal como económico.

16. Diseño en detalle

16.1 Tiempos de ejecución

Los tiempos demostrados en el modelo Gant están definidos para que se pueda visualizar el lapso de tiempo de un lado a otro, ya que es un negocio que inicialmente nació de una necesidad personal, pero gracias a este proyecto ha venido creciendo y fortaleciéndose; es decir que los tiempos estipulados en el modelo Gant son variables pues nuestra línea de negocios obliga a que constantemente se realice marketing debido a que los productos se van innovando.

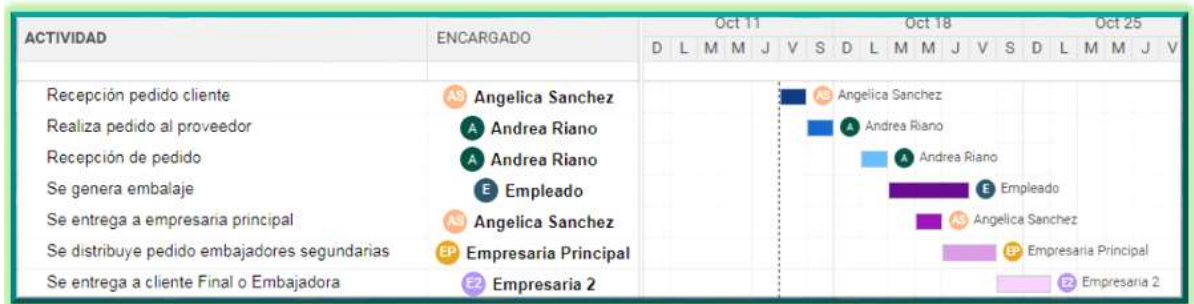
Adicional la inversión que se debe realizar para el lanzamiento de los productos es mínima teniendo en cuenta que parte de las alianzas generada con el proveedor es la colocación de los modelos y publicidad antes de realizar la compra; por ende la inversión de las empresarias va relacionada a una recuperación a corto plazo ya que en su mayoría, los productos adquiridos ya se encuentran vendidos sobre pedido.



16.2 Proceso, tiempo y cadena de producción

El proceso de producción es corto, teniendo en cuenta que el convenio con el proveedor es realizar colección exclusiva en un tiempo máximo de ocho días; en colección existente el plazo de entrega es de tres días.

TIEMPOS DE DISTRIBUCIÓN A NIVEL NACIONAL



16.4 Costos de producción y de venta.

Los precios para Estados unidos tienen una variación dependiendo de la tasa de cambio.

16.5 Costos para venta de empresarias.

Empresaria		
DETALLE	COLOMBIA	ESTADOS UNIDOS
Bolsa ziploc	\$ 417	USD 0,110
Vinipel 50 mtrs	\$ 5.000	USD 1,316
Etiquetas	\$ 250	USD 0,066
Logo reflectivo	\$ 1.500	USD 0,395
Marquillas	\$ 120	USD 0,032
Costo de envio	\$ 0	USD 5
TOTAL	\$ 7.287	USD 6,918

COSTOS DE PRODUCCIÓN		
	Colombia pesos	Estados Unidos dolares
+ Costo unitario de materiales	\$ 7.287	USD 6,918
+ Costo unitario de mano de obra	\$ 250	USD 0,066
+ Costo unitario de CIF (Costos indirectos de fabricación)	\$ 3.000	USD 0,789
= COSTO TOTAL UNITARIO	\$ 10.537	USD 7,773

Palosanto Clouthing Colombia

Empresaria					Colombia		Estados Unidos	
Producto	Referencia	Material	Costos venta del Proveedor pesos	Costos venta del Proveedor Dolares	Costos de Producción	Precio de venta	Costos de Producción	Precio de venta
Enterizos	Ref 7006 enter	Nylon	40000	11	50537	65697	18,30 USD	22,79 USD
	Ref 364 falta s	Nylon	40000	11	40000	51999	10,53 USD	12,68 USD
	Ref 7015 dos d	Suplex	85000	17	65000	84499	17,11 USD	21,24 USD
	Ref 7002 Enter	Poliester	80000	21	80000	103999	21,05 USD	26,37 USD
	Ref 7020 dos d	Sublimado -Pc	75000	20	75000	97499	19,74 USD	24,66 USD
	Ref 7017	Foliamida	95000	25	95000	123499	25,00 USD	31,50 USD
	Ref 7018	Jacquard	85000	22	95537	124197	30,14 USD	38,18 USD
	Ref 7015	Gold Shine Po	90000	24	103870	135030	32,33 USD	41,03 USD
Ref brasil	Tela Brasileira	85000	22	85250	110824	22,43 USD	28,16 USD	
Blusas	Ref 237	Nylon	25000	7	28000	36399	7,37 USD	8,58 USD
	Ref 241							
	Ref 5028							
	Ref 5024	Maya yael	25000	7	42120	54755	16,08 USD	19,91 USD
	Ref 5043							
	Ref 5030							
	Ref 5028							
Ref 6031	Poliester - sublimado	30000	8	30000	38999	7,89 USD	9,26 USD	
Ref 212								
Ref b5039	Tela Pira	75000	20	75000	97499	19,74 USD	24,66 USD	
Leggins	Ref 182	Sublimado Jea	50000	13	50000	64999	13,16 USD	16,11 USD
	Ref 155	Suplex Taille a	42000	11	42000	54599	11,05 USD	13,37 USD
	Ref 4004	Poliester	32000	8	42537	55297	16,19 USD	20,05 USD
	Ref a187	Sublimado, taille medio - alto	65000	17	68170	88620	22,52 USD	28,28 USD
	Ref b187	Lycra Power	28000	7	28250	36724	7,43 USD	8,66 USD
	Ref 4012	Nylon	28000	7	31000	40299	8,16 USD	9,61 USD
Tops	Ref varias	Nylon	14000	4	20420	26545	9,96 USD	11,94 USD
	Ref varias	Suplex	26000	7	26000	33799	6,84 USD	7,89 USD
	Ref varias	Suplex- Brasil	24000	6	24000	31199	6,32 USD	7,21 USD
	Ref varias	Poliester subli	32000	8	32000	41599	8,42 USD	9,95 USD
	Ref 002	sublimado	27000	7	27000	35099	7,11 USD	8,24 USD
Shorts	Ref 001	Suplex	24000	6	24000	31199	6,32 USD	7,21 USD
	Ref A002	suplex brasile	22000	6	22000	28599	5,79 USD	6,53 USD
	Ref 033	Poliester	38000	10	38000	49399	10,00 USD	12,00 USD
	Ref 043	Sublimado -Pc	38000	10	38000	49399	10,00 USD	12,00 USD
	Ref 057							
	Ref 4012							
	Ref 015	Nylon	15000	4	15000	19499	3,95 USD	4,13 USD

16.6 Costos para venta de embajadoras

Embajadora		
DETALLE	COLOMBIA	ESTADOS UNIDOS
Costo de la caja	\$ 12.000	USD 3,158
Etiquetas	\$ 250	USD 0,066
Logo reflectivo	\$ 1.500	USD 0,395
Marquillas	\$ 120	USD 0,032
Costo de envio	\$ 0	USD 5
TOTAL	\$ 13.870	USD 8,650

COSTOS DE PRODUCCIÓN			
		pesos	dolares
+	Costo unitario de materiales	\$ 13.870	USD 8,650
+	Costo unitario de mano de obra	\$ 250	USD 0,066
+	Costo unitario de CIF (Costos	\$ 3.000	USD 0,789
=	COSTO TOTAL UNITARIO	\$ 17.120	USD 9,505

Palosanto Clouthng Colombia

Embajadora					Colombia		Estados Unidos	
Producto	Referencia	Material	Costos venta del Proveedor pesos	Costos venta del Proveedor Dolares	Costos de Producción	Precio de venta	Costos de Producción	Precio de venta
Enterizos	Ref 7006 enter	Nylon	40000	11	40000	57120	20,03 USD	23,04 USD
	Ref 364 falta	Nylon	40000	11	40000	40000	10,53 USD	11,63 USD
	Ref 7033 dos p	Suplex	65000	17	65000	65000	17,11 USD	19,53 USD
	Ref 7002 Enter	Poliester	80000	21	80000	80000	21,05 USD	24,26 USD
	Ref 7020 dos p	Sublimado -Pc	75000	20	75000	75000	19,74 USD	22,68 USD
	Ref 7017	Poliamida	95000	25	95000	95010	34,51 USD	40,41 USD
	Ref 7018	Jacquard	85000	22	85000	88170	27,79 USD	32,34 USD
	Ref 7015	Gold Shine Pol	90000	24	90000	90250	23,75 USD	27,50 USD
Ref brasil	Tela Brasileir	85000	22	85000	88000	23,16 USD	26,79 USD	
Blusas	Ref 237	Nylon	25000	7	25000	31420	12,85 USD	14,42 USD
	Ref 241							
	Ref A5028	Mays yael	25000	7	25000	25000	6,58 USD	6,89 USD
	Ref 5024							
	Ref 5043							
	Ref 5030							
Ref 5028	Poliester - sublimado	30000	8	30000	30000	7,89 USD	8,47 USD	
Ref 6031								
Ref 212	Tela Fila	75000	20	75000	75000	19,74 USD	22,68 USD	
Ref b5039								
Leggins	Ref 182	Sublimado jee	50000	13	50000	50000	13,16 USD	14,79 USD
	Ref 155	Suplex Taille a	42000	11	42000	42000	11,05 USD	12,26 USD
	Ref 4004	Poliester	32000	8	32000	32000	8,42 USD	9,11 USD
	Ref a187	Sublimado taille medio - alto	65000	17	65000	65000	17,11 USD	19,53 USD
	Ref b187	Lyca Power	28000	7	28000	28000	7,37 USD	7,84 USD
	Ref 4012	Nylon	28000	7	28000	28000	7,37 USD	7,84 USD
	Tops	Ref varias	Nylon	14000	4	14000	14000	3,68 USD
Ref varias		Suplex	26000	7	26000	26000	6,84 USD	7,21 USD
Ref varias		Suplex- Brasile	24000	6	24000	24000	6,32 USD	6,58 USD
Ref varias		Poliester subli	32000	8	32000	32000	8,42 USD	9,11 USD
Shorts	Ref 002	sublimado	27000	7	27000	27000	7,11 USD	7,53 USD
	Ref 001	Suplex	24000	6	24000	24000	6,32 USD	6,58 USD
	Ref A002	suplex brasile	22000	6	22000	22000	5,79 USD	5,95 USD
	Ref 033	Poliester	38000	10	38000	38000	10,00 USD	11,00 USD
	Ref 043	Sublimado -Pc	38000	10	38000	38000	10,00 USD	11,00 USD
	Ref 057							
	Ref A012							
Ref 013	Nylon	15000	4	15000	15000	3,95 USD	3,74 USD	

Palosanto Clouthing Colombia

16.7 Costos para venta cliente final.

Cliente Final		
DETALLE	COLOMBIA	ESTADOS UNIDOS
Bolsa kraft	\$ 1.300	USD 0,342
Etiquetas	\$ 250	USD 0,066
Logo reflectivo	\$ 1.500	USD 0,395
Marquillas	\$ 120	USD 0,032
Costo de envío	\$ 0	USD 5
TOTAL	\$ 3.170	USD 5,418

COSTOS DE PRODUCCIÓN			
		Colombia pesos	Estados Unidos dolares
+	Costo unitario de materiales	\$ 3.170	USD 5,418
+	Costo unitario de mano de obra	\$ 250	USD 0,066
+	Costo unitario de CIF (Costos indirectos de fabricación)	\$ 3.000	USD 0,789
=	COSTO TOTAL UNITARIO	\$ 6.420	USD 6,273

Cliente Final					Colombia		Estados Unidos	
Producto	Referencia	Material	Costos venta del Proveedor pesos	Costos venta del Proveedor Dolares	Costos de Producción	Precio de venta	Costos de Producción	Precio de venta
Enterizos	Ref 7006 enter	Nylon	40000	11	46420	62666	6,27 USD	7,15 USD
	Ref 364 feita d	Nylon	40000	11	40000	53999	16,80 USD	20,84 USD
	Ref 7013 dos p	Suplex	65000	17	65000	87749	6,27 USD	7,15 USD
	Ref 7002 Enter	Poliester	80000	21	80000	107999	21,05 USD	26,37 USD
	Ref 7020 dos p	Sublimado-Po	75000	20	75000	101249	26,01 USD	32,81 USD
	Ref 7017	Poliamida	95000	25	95000	128249	25,00 USD	31,50 USD
	Ref 7018	Jacquard	85000	22	85000	114749	28,64 USD	36,23 USD
	Ref 7015	Gold Shine Po	90000	24	90000	121499	23,68 USD	29,79 USD
	Ref brasil	Tela Brasileira	85000	22	85000	114749	28,64 USD	36,23 USD
Blusas	Ref 237	Nylon	25000	7	25000	33749	6,58 USD	7,55 USD
	Ref 241							
	Ref A5028	Maya yael	25000	7	25000	33749	6,58 USD	7,55 USD
	Ref 5024							
	Ref 5043							
	Ref 5030							
	Ref 5028							
Ref 6091	Poliester - sublimado	30000	8	30000	40499	7,89 USD	9,26 USD	
Ref 212	Tela Fria	75000	20	75000	101249	26,01 USD	32,81 USD	
Leggins	Ref 182	Sublimado Jea	50000	13	50000	67499	13,16 USD	16,11 USD
	Ref 155	Suplex Taille e	42000	11	42000	56699	17,33 USD	21,52 USD
	Ref 4024	Poliester	32000	8	32000	43199	8,42 USD	9,95 USD
	Ref a187	Sublimado talte medio - alto	65000	17	65000	87749	17,11 USD	21,24 USD
	Ref b187	Lytra Power	28000	7	28000	37799	7,37 USD	8,58 USD
	Ref 4012	Nylon	28000	7	28000	37799	13,64 USD	16,73 USD
Tops	Ref varias	Nylon	14000	4	14000	18899	3,68 USD	3,79 USD
	Ref varias	Suplex	26000	7	26000	35099	6,27 USD	7,15 USD
	Ref varias	Suplex- Brasil	24000	6	24000	32399	6,32 USD	7,21 USD
	Ref varias	Poliester subil	32000	8	32000	43199	8,42 USD	9,95 USD
Shorts	Ref 002	sublimado	27000	7	27000	36449	7,11 USD	8,24 USD
	Ref 001	Suplex	24000	6	24000	32399	12,59 USD	15,37 USD
	Ref A002	suplex brasile	22000	6	22000	29699	5,79 USD	6,53 USD
	Ref 033	Poliester	38000	10	38000	51299	16,27 USD	20,15 USD
	Ref 043	Sublimado-Po	38000	10	38000	51299	10,00 USD	12,00 USD
	Ref 057							
	Ref A012							
Ref 013	Nylon	15000	4	15000	20249	3,95 USD	4,13 USD	

17. Validación y verificación

Tan pronto como nuestro proveedor realice la entrega de los productos terminados se generan pautas de control para garantizar y así satisfacer las expectativas de nuestros clientes en términos de comodidad, suavidad y protección empleados que mantienen una relación precio-rendimiento justa para los productos; por ende, se realizara una revisión del 100% de todas las prendas con los siguientes indicadores de calidad:

➤ **Compra a proveedores.**

Solo se puede realizar compra a proveedores que hayan sido evaluados y autorizados encabezados por las líderes del proyecto.

➤ **Proceso de calidad en insumos y/o materias primas.**

Toda compra debe cumplir con los estándares de calidad establecidos por las entidades gubernamentales como en productos contaminantes al medio ambiente o impacto a la salud del ser humanos.

➤ **Ventas online**

Deben contar obligatoriamente con la guía de remisión anexa.

➤ **Exportaciones.**

Toda venta realizada al extranjero debe contar con numero de guía y factura de compra.

➤ **Observa la prenda a contraluz.**

Se debe observar cuidadosamente con la luz de fondo; entre menor sea la transparencia, mejor será la calidad.

➤ **Test de arrugas.**

Cierra el puño en una parte de la tela durante 5 segundos y luego suéltala. El grado de arrugas debe ser máximo del 2 %.

➤ **Test de elasticidad.**

Para garantizar que el tejido es de buena calidad al estirar suavemente la tela en ambas direcciones debe mantener su forma.

➤ **Coincidencia de patrones**

Teniendo en cuenta que la mayoría de las prensas son sublimadas se debe comprobar que los diseños coincidan en forma y en costura.

➤ **Establecer cremallera**

En el caso de nuestros productos, las chaquetas a menos que las cremalleras sean un elemento estético o de moda, suelen tener cremalleras ocultas o acabadas se debe comprobar fácilmente su subida y bajada.

➤ **Satisfacción del cliente.**

Es responsabilidad de la empresaria efectuar encuesta de satisfacción del cliente final cada tres meses.

Es responsabilidad de la empresaria vigilar la entrega y satisfacción de la recepción de los productos.

Por cada una de estas actividades las empresarias deberán presentar reporte a las líderes del proyecto.

➤ **Política de pedido**

Cada empresaria debe garantizar la solicitud del pedido, mediante el formato autorizado de manera magnética y/o escrito de manera legible y clara.

➤ **Tiempos de envíos**

Es responsabilidad de la casa matriz hacer seguimiento al proceso de envío y entrega a su destino principal el cual no puede superar más de tres días hábiles, tanto a nivel nacional como en el extranjero.

18. Ciclo de vida del producto

Es el progreso de un producto a través de las cuatro fases de su tiempo en el mercado, son las cuatro etapas del ciclo de vida introducción, crecimiento, madurez y declive. Todos los productos tienen un ciclo de vida y el tiempo en cada fase varía de un producto a otro.

En el sector textil y de la moda, especialmente el de ropa deportiva se encuentra en una etapa de crecimiento a causa del cambio vida generado, la tendencia de mujeres deportistas y/o athleisure que manejan un estilo de vida saludable o simplemente a la moda, todo tipo de mujer incluyendo curvilínea y aun mas ahora debido a pandemia del COVID 19 donde las personas hemos cambiado el transporte público por la bicicleta o simplemente mejorar nuestros hábitos como es la alimentación o el ejercicio.

19. Prototipo

19.1 Página web

- Link


<https://palosantoclothingc.wixsite.com/palosantoclothingcol>

19.2 Idea de negocio

- Link powtoon

<https://www.powtoon.com/s/fV2CQ4LHe6v/1/m>

20. Running Lean

PROBLEMA	SOLUCIÓN	PROPUESTA DE VALOR ÚNICA	VENTAJA INJUSTA	SEGMENTO DE CLIENTES
<p>¿Como generar la venta de productos deportivos, multiusos para mujeres curvilíneas o deportistas; llevando a crear oportunidades y apalancando a mujeres cabeza de hogar, maltratadas por la violencia o rechazadas por su condición de género donde puedan llegar a emprender y ser ejemplo para la sociedad, para su familia y para otras mujeres por medio de un negocio?</p>	<p>Crear una línea de distribución de ropa deportiva cómoda, a bajo costo, multifuncional y exclusiva, para todo tipo de mujer, con alta tecnología, diversidad en los productos, exclusividad en los diseños, respaldo a la mujer emprendedora.</p>	<p>Cambiar las vida de las mujeres por medio de un negocio que le permita mejorar su calidad de vida y el de su entorno, transformando y replicando un estilo de vida activo, emprendedor y con estilo.</p> <div style="text-align: center;">  <p>"cambiando la vida de las mujeres"</p> </div>	<ul style="list-style-type: none"> • Generar alianza con proveedores de producción de ropa deportiva. • A nivel nacional alianzas con entrenadores deportivos y mujeres empresarias que vendan al por menor generando ganancias a sus actividades diarias. • A nivel internacional alianzas estratégicas con empresarias encargadas de generar la red de distribución en su país a su vez generando clouster 	<p>Empresarias: Mujeres trabajadoras, sociales, multifacéticas, profesionales o con un nivel de educación básico, pero con constante necesidad de autoaprendizaje.</p> <p>Embajadoras: Mujeres deportistas y/o athleisure que manejan un estilo de vida saludable o simplemente a la moda, sociables e influenciadoras en redes sociales, nivel educativo desde bachiller hasta profesional.</p> <p>Cliente Final: Mujeres deportistas, athleisure, o simplemente mujeres que buscan comodidad, pueden ser mujeres que manejan un estilo de vida saludable, multifacéticas.</p>
	<p>MÉTRICAS CLAVE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aunmeto en las ventas. • Convenio con nuevas empresarias. • Alianzas comerciales con Embajadoras, entrenadores deportivos, personajes famosos entre otros. • Recomendaciones en redes sociales. 		<p>CANALES</p> <p>Se cuenta con canales propios de distribución como página web https://palosantoclothingc.wixsite.com/palosantoclothingcol e indirectos mediante una cadena distribución liderada por empresarias y alianzas con entrenadores deportivos; la fase informativa se realizará mediante publicidad en redes sociales como Instagram, Facebook, YouTube, TikTok, Clousters con influencer, pagos de contado por medio de transferencias y consignaciones; la entrega del producto es por medio de empresas de mensajería</p>	
ESTRUCTURA DE COSTOS		FUENTES DE INGRESOS		
<ul style="list-style-type: none"> • Inversión variable • Inversión inicial en la compra de mercancía directamente al proveedor (mínimo 300.00cada dos meses). • Capacitación personal. • Pago Mano de obra 		<p>Venta de productos.</p> <p>Se cobra una mínima cuota de suscripción a las nuevas empresarias.</p> <p>El mecanismo de los precios es dinámico dependiendo para el segmento de cliente para el que vaya dirigido (empresarias, embajadoras, cliente final), a nivel Colombia los precios se generan en pesos y para Estados Unidos en dólares.</p>		

21. Validación de la idea de negocio.

Para nosotros la parte más importante del Running Lean es la propuesta de valor ya que en ella incluimos a nuestros tres tipos de clientes potenciales y de esta propuesta depende el éxito y la proyección del negocio.

“Cambiar la vida de las mujeres por medio de un negocio que le permita mejorar su calidad de vida y el de su entorno, transformando y replicando un estilo de vida activo, emprendedor y con estilo”.

Nuestra hipótesis es “toda mujer cada vez ve algún tipo de publicidad de palo santo clouthing quiere comprar o hacer parte del negocio”.

Se va a realiza una encuesta de tipo cualitativo a mujeres entre un rango de edad de 18 a 45 años.

22. Test prototipo del producto

De acuerdo a nuestra idea de negocio, se va a utilizar una investigación cuantitativa, donde se desarrollarán una serie de preguntas, diseñando una encuesta que será aplicada a todos nuestros tipos de clientes en Colombia y Estados unidos; por medio de la cual obtendremos resultados estadísticos y numéricos que nos llevara a la toma de nuevas decisiones.

22.1 formulario de encuesta Colombia.

<https://forms.gle/5NDvUeAyqjuVzJ3c7>

PALO SANTO CLOTHING

Colombia



Encuesta

Diseñada para mujeres emprendedoras

***Obligatorio**

"Cambiar la vida de las mujeres por medio de un negocio que le permita mejorar su calidad de vida y el de su entorno, transformando y replicando un estilo de vida activo, emprendedor y con estilo".



En que rango de edad te encuentras? *

- 18 a 24 años
- 25 a 30 años
- 31 a 35 años
- 36 a 40 años
- 41 a 45 años
- 46 o mas

¿Realizas alguna actividad física? *

- Sí
- No

¿Usas con frecuencia ropa deportiva? *

- Sí
- No
- Con poca frecuencia

¿Cuál de estas prendas deportivas son las que más usas? *

- Short
- Leggings
- Tops
- Blusas
- Chaquetas
- No uso

¿Conoces la marca de ropa deportiva Palosantoclothing? *

- Sí
- No

¿Haz tenido la oportunidad de conocer nuestros productos mediante redes sociales? *

- Sí
- No

Si tu respuesta anterior es si, ¿te gustaría adquirir alguno de nuestros productos? *

- Sí
- No
- Tal vez

¿Haz comprado algún producto Palosantoclothing? *

- Sí
- No

¿Si has usado los productos de Palosantoclothing cuál es el que más te ha gustado? *

Elegir

Leggins

Enterizos

Shorts

Tops

Blusas

Medias

Chaquetas

No los he usado

...ria.

...producto adquirido?

...de ser imagen de la marca aceptarías? *

¿Quedaste satisfecha con el producto adquirido?

- Sí
- No
- Muy satisfecha
- Poco Satisfecha

¿Si te dieran la oportunidad de ser imagen de la marca aceptarías? *

- Sí
- No
- Tal vez

¿Te gustaría ser empresaria de los productos de Palosantoclothing? *

- Sí
- No
- Tal vez

Enviar

22.2 Tamaño de la muestra

Para determinar el tamaño de la muestra, es decir, el número de encuestas que se realizaron, se tomó en cuenta la siguiente información: Mujeres entre un rango de edad de 18 a 45 años del entorno como compañeras de trabajo, amigas, conocidas y demás núcleo familiar la cual se hará por una población aproximada de 100 personas.

- Un nivel de confianza de 95% y un grado de error de 5% en la fórmula de la muestra.

Aplicando la fórmula de la muestra:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{(Ne^2 + Z^2 pq)}$$

Nivel de confianza (Z) = 1.96

Grado de error (e) = 0.05

Universo (N) = 100

Probabilidad de ocurrencia (P) = 0.5

Probabilidad de no ocurrencia (Q) = 0.5

$$n = ((1.96)^2 (0.5) (0.5) (100)) / ((100) (0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5) (0.5))$$

Palosanto Clouthing Colombia

$$n = ((3.84) (0.25) (100)) / ((100) (0.0025) + (3.84) (0.25))$$

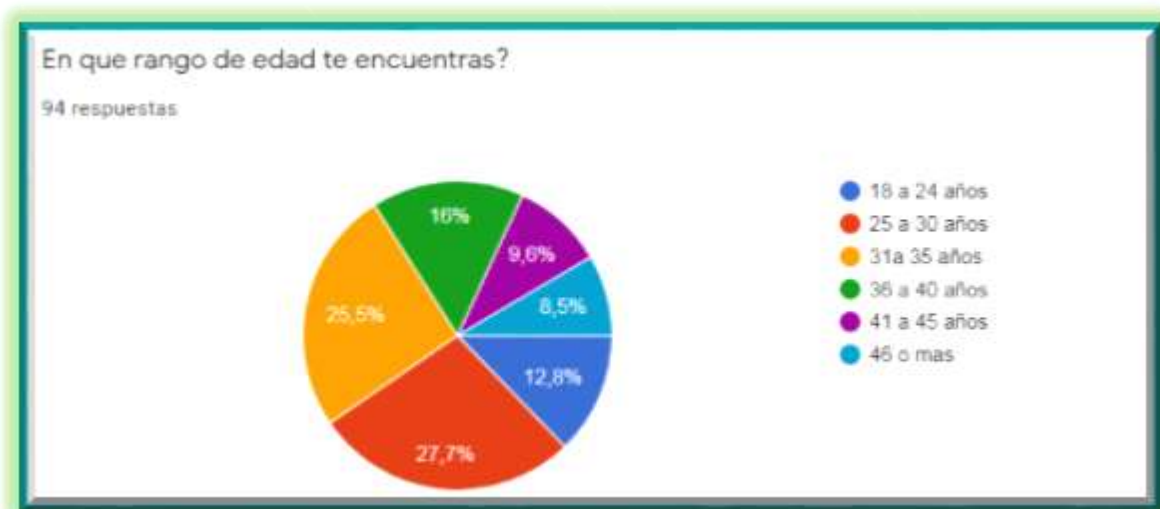
$$n = 96 / 0.25 + 0.96$$

$$n = 96 / 1.21$$

$$n = 79.3$$

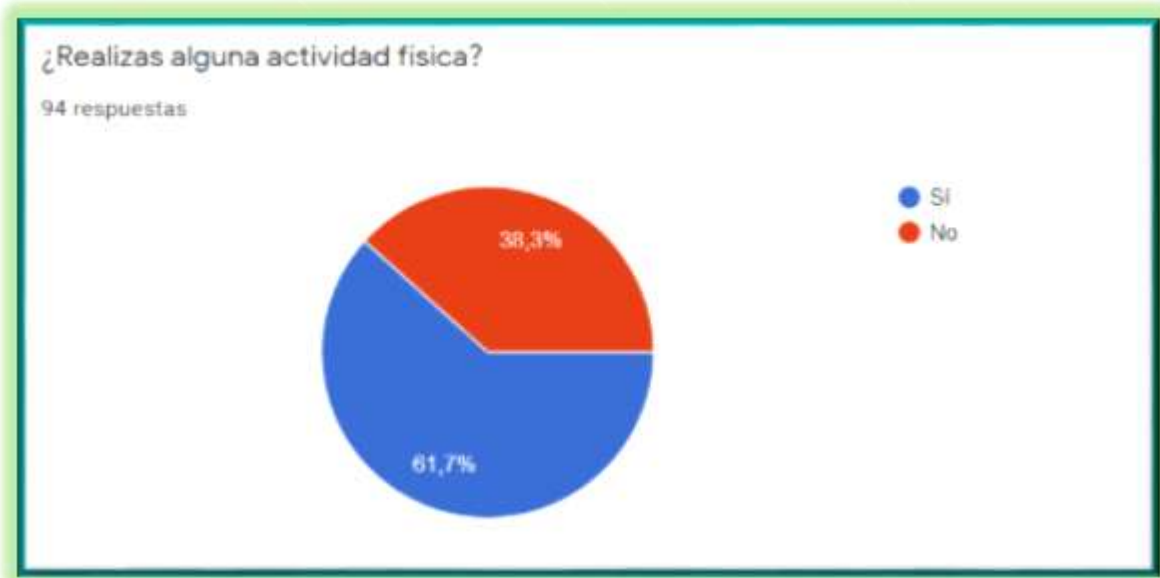
23. Tabulación y análisis de la información.

1. ¿En qué rango de edad te encuentras?



Mediante la encuesta realizada se confirma que el rango de clientes potencial se encuentra entre las edades de los 25 a los 30 años.

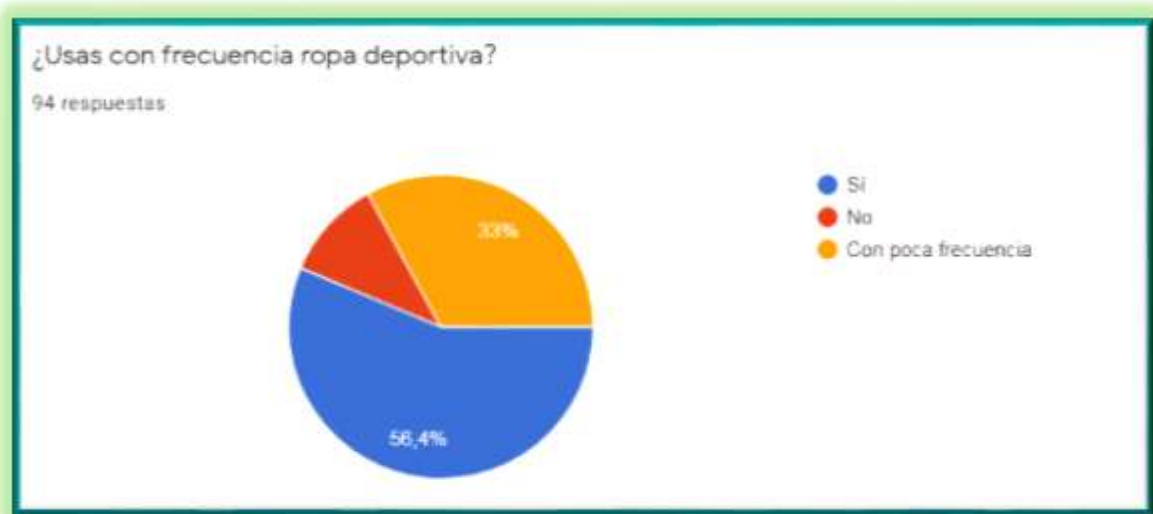
2. ¿Realizas alguna actividad física?



EDAD	No	Sí	Total general
18 a 24 años	5	7	12
25 a 30 años	11	15	26
31a 35 años	12	12	24
36 a 40 años	3	12	15
41 a 45 años	3	6	9
46 o mas	2	6	8
Total general	36	58	94

De 94 mujeres encuestadas, 58 de ellas confirman que si realizan alguna actividad física, lo que nos lleva a determinar que nuestro cliente potencia mantiene un estilo de vida saludable y activa.

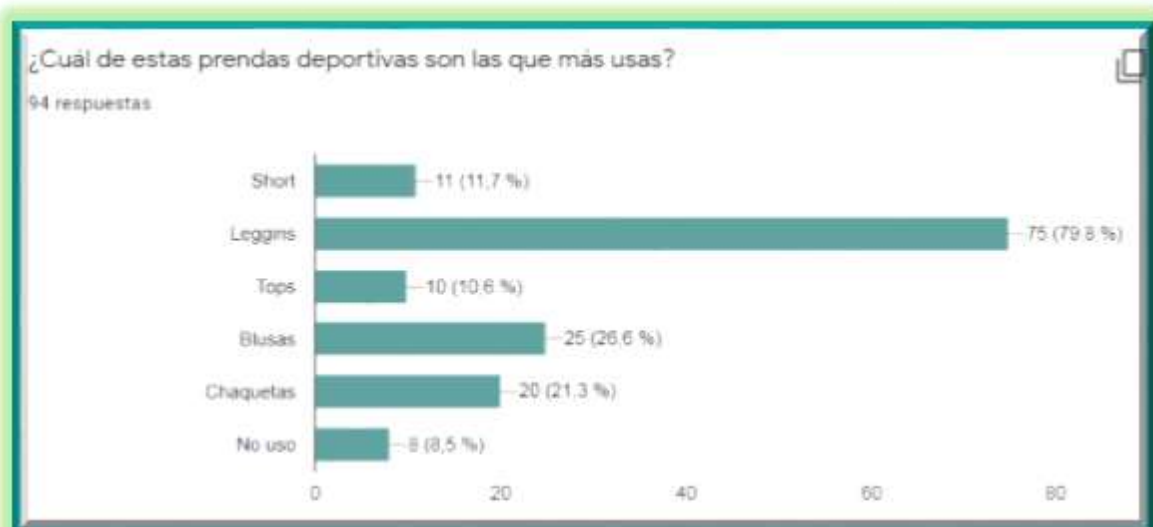
3. ¿Usas con frecuencia ropa deportiva?



De las 94 mujeres encuestadas:

- 53 usan ropa deportiva = Donde 43 de ellas realizan actividad física y 10 de ellas, aunque no realicen actividad física, si la usan.
- 31 mujeres con poca frecuencia usan ropa deportiva
- Tan solo 1 mujer que hace deporte no utiliza ropa deportiva.

4. ¿Cuál de estas prendas deportivas son las que más usas?



Palosanto Clouthing Colombia

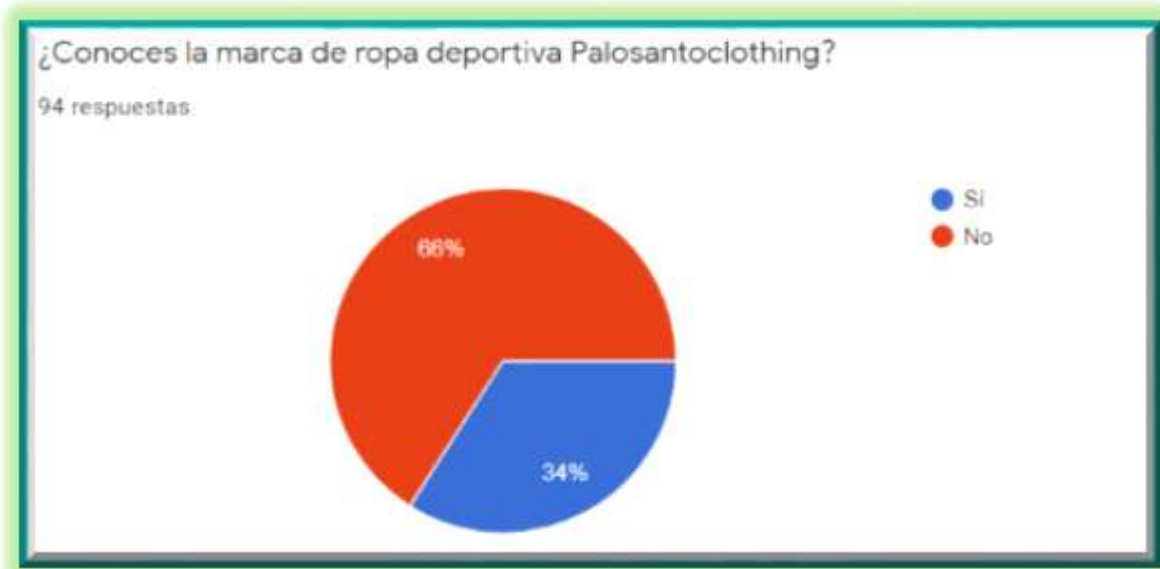
De la siguiente muestra se puede determinar que el producto con mayor preferencia son los leggins, pero a su vez encontramos mujeres que adquieren todos los productos.

Por ende se debe reforzar el mercadeo y publicidad en ofrecer el conjunto completo.

Edad	Prenda	Cant
18 a 24 años		12
	Leggins	6
	Leggins, Blusas, Chaquetas	1
	No uso	2
	Short	1
	Short, Leggins, Tops, Blusas	2
25 a 30 años		26
	Blusas	1
	Chaquetas	2
	Leggins	8
	Leggins, Blusas	2
	Leggins, Blusas, Chaquetas	3
	Leggins, Chaquetas	2
	Leggins, Tops	1
	Leggins, Tops, Blusas	1
	Leggins, Tops, Blusas, Chaquetas	1
	No uso	2
	Short	1
	Short, Leggins, Blusas	1
	Short, Leggins, Tops, Blusas	1
31a 35 años		24
	Chaquetas	1
	Leggins	14
	Leggins, Blusas	3
	Leggins, Blusas, Chaquetas	2
	Leggins, Chaquetas	2
	Leggins, Tops	1
	No uso	1
36 a 40 años		15
	Blusas	1
	Chaquetas	1
	Leggins	6
	Leggins, Blusas, Chaquetas	1
	Leggins, Chaquetas	1
	No uso	2
	Short, Leggins, Blusas	1
	Short, Leggins, Chaquetas	1
	Short, Leggins, Tops, Blusas, Chaquetas	1
41 a 45 años		9
	Blusas	1
	Leggins	3
	Leggins, Blusas	2
	Leggins, Tops	2
	No uso	1
46 o mas		8
	Chaquetas	1
	Leggins	5
	Short	1
	Short, Leggins	1
Total general		94

Palosanto Clouthing Colombia

5. ¿Conoces la marca de ropa deportiva Palosantoclothing?



Con tan poco tiempo en el mercado, de la muestra de 100 mujeres que se tomó, 36 mujeres conocen de la marca la cual se ha dado a conocer tan solo por estados de WhatsApp.

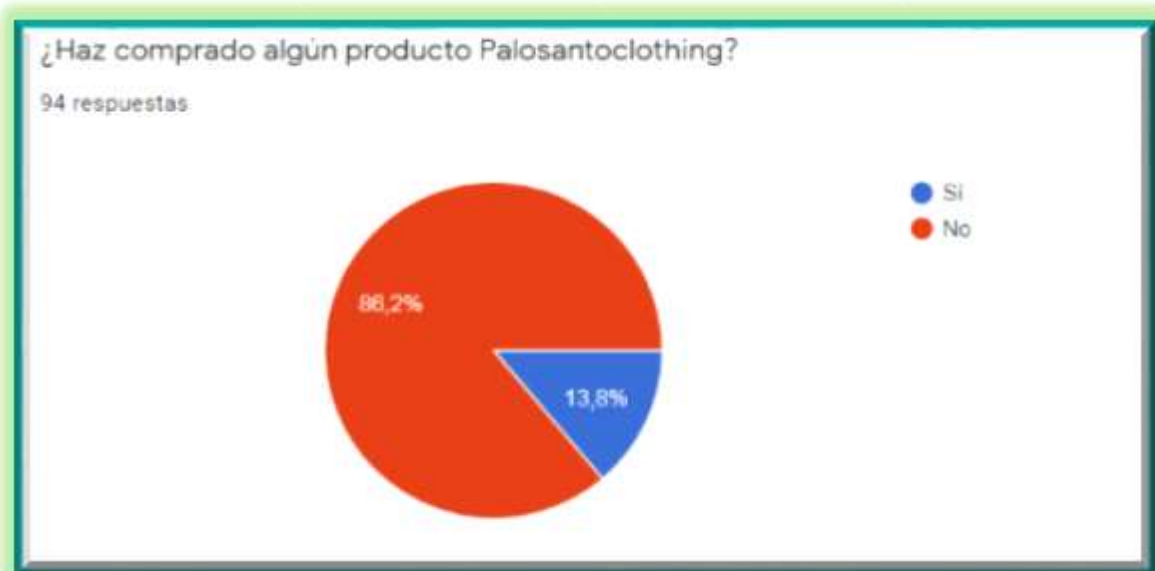
Por medio de esta pregunta logramos determinar que debemos realizar marketing con mayor fuerza en las demás redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter; generando impulso en nuestra página web.

6. ¿Has tenido la oportunidad de conocer nuestros productos mediante redes sociales?



En el tiempo que se lleva en el mercado, aunque las mujeres no asocian el nombre de la marca; de la muestra tomada; 42 mujeres ya conocen e identifican nuestros productos.

7. ¿Ha comprado algún producto Palosantoclothing?



8. ¿Si tu respuesta anterior es si, ¿te gustaría adquirir alguno de nuestros productos?

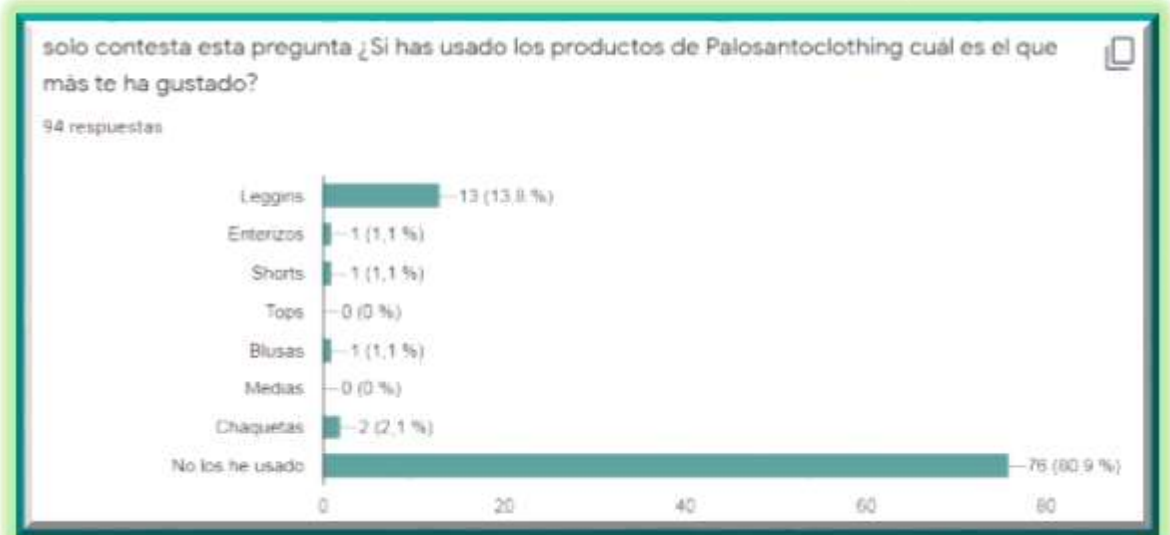


Aunque la mayoría de las mujeres entrevistadas no han adquirido nuestros productos, mas del 80% muestra interés en adquirirlo, adicional a ello de las 94 mujeres encuestadas tan solo 8 de ellas no están interesadas en adquirir nuestros productos, analizando la pregunta número 5 de estas 8 mujeres 7 no conocen la marca.

¿Haz tenido la oportunidad de conocer nuestros productos mediante redes sociales?	
No	7
Opcion de Respuesta	Cantidad
<input type="checkbox"/> No	7
18 a 24 años	1
25 a 30 años	3
31a 35 años	1
36 a 40 años	1
46 o mas	1
Total general	7

Palosanto Clouthing Colombia

9. Solo contesta esta pregunta ¿Si has usado los productos de Palosantoclothing cuál es el que más te ha gustado?



Por medio de este estudio de mercado hemos logrado determinar que se debe generar marketing con mayor fuerza en la comercialización de los tops y las medias.

10. ¿Si te dieran la oportunidad de ser imagen de la marca aceptarías?



Teniendo en cuenta que nuestro segundo cliente potencial son las embajadoras 89 mujeres les gustaría ser imagen de la marca, el 50% de ella se encuentran en un rango de edad entre los 18 a 25 años.

Etiquetas de fila	cantidad
<input type="checkbox"/> 18 a 24 años	9
Sí	6
Tal vez	3
<input type="checkbox"/> 25 a 30 años	23
Sí	16
Tal vez	7
<input type="checkbox"/> 31a 35 años	23
Sí	13
Tal vez	10
Total general	55

11. ¿Te gustaría ser empresaria de los productos de Palosantoclothing?



De las mujeres encuestadas tan solo 21 de ellas, no están interesada en hacer parte de la marca.

Mientras se logra determinar que 23 mujeres en definitiva si les gustaría ser empresarias de la marca y 53 posibles para un total de 73 clientes potenciales.

EDAD	Respuesta	Cantidad
18 a 24 años	Sí	4
	Tal vez	4
25 a 30 años	Sí	4
	Tal vez	16
31 a 35 años	Sí	7
	Tal vez	14
36 a 40 años	Sí	4
	Tal vez	7
41 a 45 años	Sí	1
	Tal vez	7
46 o mas	Sí	3
	Tal vez	2
Total general		73

24. Lecciones aprendidas y recomendaciones.

Gracias a la elaboración de este proyecto se logró consolidar una idea de negocio, la cual actualmente se encuentra desarrollándose en el mercado. A inicios del año en curso, nació una idea de negocio emprendedora; la cual gracias a todos los conocimientos adquiridos semana a semana, nos ayudaron a planificar de forma metodológica, estructurada y organizada cada uno de los procesos que conllevan una idea de negocio.

Como recomendación para emprender una idea de negocio, inicialmente se debe llevar a cabo una serie de análisis al entorno, al sector económico, político, social, ecológico, tecnológico y hasta legal; luego se debe identificar una necesidad o oportunidad la cual se puede lograr por medio de una lluvia de ideas describiendo y estructurando la idea de negocio; con lo cual nos lleva a desarrollar una serie de alternativas prometedoras e innovadoras; luego se debe desarrollar un análisis de la oferta, demanda y comercialización de proveedores permitiendo segmentar las clases de mercado y de clientes.

Determinado esta serie de aspectos se logra tener una propuesta de valor clara definida e innovadora ya que, aunque sea un producto de común se debe lograr la diferencia en el mercado. Al tener clara la idea de negocio se debe estudiar los procesos tiempos y costos que conlleva el mismo para garantizar una rentabilidad a corto, mediano y largo plazo para garantizar la estabilidad en el mercado.

Nada de esto es posible si no se cuenta con disciplina, dedicación, constancia, flexibilidad y adaptabilidad a los cambios, es importante mantener una constante preparación académica, capacitación en habilidades blandas y compromiso con el equipo de trabajo.

REFERENCIAS

UNDP. 2020. *Objetivo 8: Trabajo Decente Y Crecimiento Económico / PNUD*. [online]

Recuperado de: <<https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals/goal-8-decent-work-and-economic-growth.html>> [Accessed 25 August 2020].

UNDP. 2020. *Inicio - Programa De Las Naciones Unidas Para El Desarrollo*. [online]

Recuperado de: <<https://www.undp.org/content/undp/es/home.html>> [Accessed 25 August 2020].

World Bank. 2020. *La Construcción De Ciudades Inclusivas Y Sostenibles En El Período De Recuperación De La Pandemia No Es Un Mito Urbano*. [online]

Recuperado de: <<https://www.bancomundial.org/es/news/immersive-story/2020/06/18/no-urban-myth-building-inclusive-and-sustainable-cities-in-the-pandemic-recovery>> [Accessed 25 August 2020].

Tlc-eeuu.procolombia.co. 2020. *Ropa Deportiva / TLC Exportador*. [online]

Recuperado de: <<https://tlc-eeuu.procolombia.co/oportunidades-por-sector/prendas-de-vestir/ropa-deportiva>> [Accessed 18 September 2020].

Tlc-eeuu.procolombia.co. 2020. *Ropa Deportiva / TLC Exportador*. [online]

Recuperado de: <<https://tlc-eeuu.procolombia.co/oportunidades-por-sector/prendas-de-vestir/ropa-deportiva>> [Accessed 18 September 2020].

Efdeportes.com. 2020. *Marketing: Distribución Del Producto Deportivo*. [online]

recuperado de: <<https://www.efdeportes.com/efd136/marketing-distribucion-del-producto-deportivo.htm>> [Accessed 18 September 2020].

Palosanto Clouthing Colombia

FashionNetwork.com. 2020. *El Mercado De La Ropa Deportiva Se Activa Un 11 % En Colombia*. [online] recuperado de: <<https://pe.fashionnetwork.com/news/El-mercado-de-la-ropa-deportiva-se-activa-un-11-en-colombia,1092850.html>> [Accessed 18 September 2020].

Repository.ucatolica.edu.co. 2020. [online] recuperado de: <<https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/15625/1/CREACIÓN%20DE%20EMPRESA%20PARA%20COMERCIALIZACIÓN%20DE%20ROPA%20DEPORTIVA%20EN%20LA%20CIUDAD%20DE%20BOGOTÁ.pdf>> [Accessed 18 September 2020].

Invierta en Colombia. 2020. *Descripción Del Sector*. [online] recuperado de: <<https://www.inviertaencolombia.com.co/zonas-francas-y-otros-incentivos/zonas-francas-permanentes/124-sectores/manufacturas/textil-y-confeccion/569-descripcion-del-sector.html>> [Accessed 18 September 2020].

Empresarismo.medellindigital.gov.co. 2020. [online] recuperado de: <https://empresarismo.medellindigital.gov.co/images/inteligencia_mercados/PDF/Confeccion-de-vestidos-de-bao-y-ropa-deportiva.pdf> [Accessed 18 September 2020].

2020. [online] recuperado de: <<https://www.outcomm.es/estudio-de-mercado-para-la-venta-online/> <https://www.euromonitor.com/colombia>> [Accessed 18 September 2020].

POLIDEPORTES. 2020. *El Deporte Como Parte De La Recuperación Post Covid-19 - POLIDEPORTES*. [online] recuperado de: <<https://polideportes.poligran.edu.co/2020/07/18/el-deporte-como-parte-de-la-recuperacion-post-covid-19/>> [Accessed 18 September 2020].

2020. [online] recuperado de <<https://www.outcomm.es/estudio-de-mercado-para-la-venta-online/> <https://www.euromonitor.com/colombia>> [Accessed 18 September 2020].

Palosanto Clouthing Colombia

2020. [online] Recuperado de: <<https://www.outcomm.es/estudio-de-mercado-para-la-venta-online/> <https://www.euromonitor.com/colombia>> [Accessed 18 September 2020].

2020. [online] recuperado de : <<https://www.outcomm.es/estudio-de-mercado-para-la-venta-online/> <https://www.euromonitor.com/colombia>> [Accessed 18 September 2020]

2020. [online] recuperado de: <<https://www.outcomm.es/estudio-de-mercado-para-la-venta-online/> <https://www.euromonitor.com/colombia>> [Accessed 18 September 2020].

2020. [online] recuperado de: <<https://consumoresponsable.sipv.org/industria-textil-e-impacto-ambiental/> <http://seguridadproducto.sic.gov.co/sp/documentos/decreto679.pdf>> [Accessed 18 September 2020].

Glosz – Glosz Ropa Deportiva. (2020). Retrieved 18 September 2020, from Glosz –

Glosz Ropa Deportiva. (2020). Retrieved 18 September 2020, from

Ropa Deportiva, Vestidos de Baño, Lingerie Colombiana | Babalú Fashion.

(2020).recuperado de 18 September 2020, from Babalufashion.com. 2020. *Ropa*

Deportiva, Vestidos De Baño, Lingerie Colombiana | Babalú Fashion. [online]

recuperado de: <<https://www.babalufashion.com/>> [Accessed 6 October 2020].

2020. [online] Available at:

<[https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/15625/1/CREACI%C3%93N%20DE%20EMPRESA%20PARA%20COMERCIALIZACI%C3%93N%20DE%20ROPA](https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/15625/1/CREACI%C3%93N%20DE%20EMPRESA%20PARA%20COMERCIALIZACI%C3%93N%20DE%20ROPA%20DEPO)

[%20DEPO](https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/15625/1/CREACI%C3%93N%20DE%20EMPRESA%20PARA%20COMERCIALIZACI%C3%93N%20DE%20ROPA%20DEPO)> [Accessed 18 October 2020].

<[https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Prendas-de-](https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Prendas-de-Vestir/Noticias/2018/Marzo-2018/El-mercado-de-la-ropa-deportiva-crece-por-encima-del-15-anual-en-Colombia)

[Vestir/Noticias/2018/Marzo-2018/El-mercado-de-la-ropa-deportiva-crece-por-encima-](https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Prendas-de-Vestir/Noticias/2018/Marzo-2018/El-mercado-de-la-ropa-deportiva-crece-por-encima-del-15-anual-en-Colombia)

[del-15-anual-en-Colombia](https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Prendas-de-Vestir/Noticias/2018/Marzo-2018/El-mercado-de-la-ropa-deportiva-crece-por-encima-del-15-anual-en-Colombia)> [Accessed 6 October 2020].

Dian.gov.co. 2020. [online] Recuperado de:
<<https://www.dian.gov.co/aduanas/oea/Documents/beneficios%20OEA.pdf>> [Accessed
1 October 2020].

Dian.gov.co. 2020. [online] Recuperado de:
<<https://www.dian.gov.co/aduanas/oea/Documents/beneficios%20OEA.pdf>> [Accessed
1 October 2020].

Dian.gov.co. 2020. [online] Available at:
<<https://www.dian.gov.co/aduanas/oea/Documents/beneficios%20OEA.pdf>> [Accessed
1 October 2020].

Bogota.gov.co. 2020. El 85% De Personas Que Viven En Bogotá Practican
Actividad Deportiva O Recreativa. [online] Available at: <[https://bogota.gov.co/mi-
ciudad/cultura-deporte-y-recreacion/el-85-de-personas-que-viven-en-bogota-practican-
actividad](https://bogota.gov.co/mi-ciudad/cultura-deporte-y-recreacion/el-85-de-personas-que-viven-en-bogota-practican-actividad)> [Accessed 18 October 2020].

2020. [online] Available at:
<<https://www.medellincomovamos.org/sectores/cultura-recreacion-y-deporte>
[https://www.iberdrola.com/conocenos/deporte-femenino/otros-deportes/mujer-deporte-
actualidad](https://www.iberdrola.com/conocenos/deporte-femenino/otros-deportes/mujer-deporte-actualidad)> [Accessed 18 October 2020].

BBC News Mundo. 2020. 3 Gráficos Que Muestran Cuánto Ejercicio Se Hace
En El Mundo Y América Latina (Y Cuánto Deberías Hacer Tú) - BBC News Mundo.
[online] Available at: <<https://www.bbc.com/mundo/noticias-45434053>> [Accessed 18
October 2020].