



AWITA E' COCO

Integrantes:

Daniela Carolina Díaz Murcia

Daniela Estefany Rincón Navarrete

Tania Yulieth Franco Montaña

Contenido

Integrantes:.....	1
Misión.....	7
Visión	7
Objetivos empresariales	7
PRODUCTOS.....	9
Vestido de baño partido:	9
Figura 1	9
Vestido de baño enterizo:	10
Figura 2.....	10
Empaque de los vestidos de baño AWITA E COCO.....	11
Bolsas:	11
Figura 3.....	11
Diseño:	12
Figura 4.....	12
Objetivos de desarrollo sostenible.....	12
Valor compartido.....	13
Descripción del problema.....	13
Figura 5	14
Figura 6	15
Análisis PESTEL	16
Figura 7	16
ESCALA DE VALORACIÓN	17
Figura 8	17
Figura 9	17
PRODUCTO O SERVICIO.....	18
Figura 10	18
ESTUDIO DE LA COMPETENCIA	18
Productos / servicios similares (competencia).	18
Con respecto a la competencia se puede concluir que:	19
Fuerzas de la industria	19
Figura 11	20

Figura 12	22
Criterios para selección de proveedores	22
Nuestros criterios para la búsqueda y selección de nuestros proveedores son las siguientes.....	22
Precio.....	22
Localización geográfica:.....	22
Experiencia:	23
Posibilidad de alianzas:	23
Conocimiento del mercado:.....	23
Cumplimiento legal:	23
LEYES QUE REGULAN NUESTRO EMPRENDIMIENTO	23
Norma Técnica Colombiana NTC 2449:	23
Resolución 1950 de 2009	23
• Registro mercantil en la cámara de comercio.	24
• Ley 1014 de 2006.....	24
• CONPES 3484 de 2007.	24
Indicadores de Calidad antes de salir al mercado.	24
Cobertura.	24
Eficacia.	24
Valoración de ventas.	25
Satisfacción del cliente.	25
Competitividad.	25
Procesos de producción.	25
El precio:.....	25
Seguridad:	25
PROTORIPOS	26
Figura 13	26
Figura 14	26
Figura 15	27
Figura 16	27
SEGMENTACION DEL MERCADO	28
Figura 17 <i>El Buyer</i>	28
PROPUESTA DE VALOR.....	29
Figura 18	29

Figura 19	30
FICHA TECNICA DEL PRODUCTO.....	31
Figura 20	31
COSTOS DE ELABORACIÓN	32
Figura 21	32
Figura 22	32
Figura 23	33
Figura 24	33
Figura 25	34
Figura 26	34
DIAGRAMA DE BLOQUES.....	35
Figura 27	35
CADENA DE DISTRIBUCIÓN	36
Figura 28	36
PRECIO DE VENTA	37
Precios de los vestidos de baño.	37
Dos piezas:.....	37
Ganancias del vendedor en las ventas al mayoreo:	37
Dos piezas:.....	37
Ganancias del vendedor en las ventas al mayoreo:	37
MODELO RUNNING LEAN	38
Figura 30	38
VALIDACION DE IDEA NEGOCIO.....	39
Recolección de datos.	39
Objetivo de la investigación:	39
TABULACIÓN Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS.....	40
Figura 31	40
Figura 32	41
Figura 33	42
Figura 34	43
Figura 35 <i>Pregunta 5</i>	44
Figura 36	45
Figura 37 <i>Pregunta 7</i>	46
Figura 38 <i>Pregunta 8</i>	47

Figura 39 <i>Pregunta 9</i>	48
Figura 40	49
APRENDIZAJE.....	50
REFERENCIAS.....	51

COMPROMISO DEL AUTOR

Nosotras (Daniela Carolina Díaz Murcia) identificada con C.C (1083005840) (Daniela Estefany Rincón Navarrete) identificada con C.C (1020823635) (Tania Yulieth Franco Montaña) identificada con C.C (1020799534) estudiantes del programa de (Administración de empresas) declaramos que: El contenido del presente documento es un reflejo de nuestro trabajo personal y manifestamos que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, somos responsables directas legales, económico y administrativo 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

Tania Franco Montaña

Daniela Díaz

Daniela Rincón N.

Misión

AWITA E COCO es una empresa de vestidos de baños que le brindará a las mujeres, trajes de baño de alta calidad y diseños únicos, que satisfagan cada una de las necesidades y gustos del que lo luzca, creando al mismo tiempo comodidad en su uso. Los vestidos de baño se encontrarán en diferentes puntos de ventas situados en los principales centros comerciales de Colombia

Visión

Ser una empresa líder colombiana con un alto reconocimiento internacional, por su alta calidad en trajes de baños y la gran variedad de diseños. De esta manera generar impacto en todas las personas que porten los trajes de baño.

Objetivos empresariales

Ya que nuestra empresa está enfocada en la belleza colombiana, el objetivo principal es ofrecer productos que sean realizados con materiales que NO afecten el estado del ecosistema, apuntando a la protección del medio ambiente.

A partir de esto, se pretende crear una empresa que se convierta en una gran potencia mundial en el universo de la moda. Con su poder y conservación de los medios ambientales sería un negocio impulsador para que Colombia le apueste a sus ecosistemas y a su vez aumente de nivel en la jerarquía textil.

Por otro lado, que a futuro se posicione en los primeros puestos de las más importantes empresas, y que a partir de las capacidades de nuestros empleados se llegue a la creación de nuevas tendencias y estrategias que superen a las demás industrias en precios, calidad, innovación, durabilidad y comodidad

Algunas otras características puntuales de los objetivos de nuestra organización serían

- Ser una empresa que genere multitud de empleos para los especializados en esta rama de la moda.
- Obtener un gran número de clientas fieles por medio de la alta calidad de nuestros productos ofrecidos.
- Satisfacer al máximo la demanda de nuestras consumidoras.
- Cumplir con las éticas impuestas por nuestra organización.
- El uso de materiales reutilizables.

PRODUCTOS

Vestido de baño partido:

Este traje de baño de dos piezas de uso femenino es ideal para todas aquellas chicas que desean verse únicas. Está compuesto por un panti y un sostén con sujetadores y una braga. Este traje de baño cuenta con elásticos para mayor comodidad de su uso.

Este traje de baño está elaborado con los siguientes materiales: Elástico, hilos, sublimadas, tela power de alta calidad, accesorios de todo tipo, varillas para el sostén, copas para el sostén y algodón para máxima comodidad.

Figura 1

Vestido de baño partido



Tomada de *Traje de baño* [fotografía], Pixabay, 2015, www.pixabay.com.

Vestido de baño enterizo:

Este traje de baño de una sola pieza femenino es ideal para todas aquellas chicas que deseen sentirse con mayor seguridad y sexys a la vez. Está compuesto por una sola pieza diseñado con formas geométricas. Este traje cuenta con elásticos para mayor comodidad y también cuenta con mallatex en tela para resaltar la figura.

Este traje de baño está elaborado con los siguientes materiales: Elástico, hilos, sublimadas, tela power de alta calidad, mallatex en tela, accesorios de todo tipo, varillas para el sostén, copas para el sostén y algodón para máxima comodidad.

Figura 2

Vestido de baño enterizo



Tomada de *Vestido de baño* [fotografía], Pixabay, 2018, www.pixabay.com

Empaque de los vestidos de baño AWITA E COCO

Para nuestra empresa es esencial el cuidado del medio ambiente, por tal razón se utilizarán bolsos biodegradables con diseños relacionados al logo tropical.

Bolsas:

Figura 3

Bolsa Cambrella



Tomada de bolsa ecológica [fotografía], Cottonbro Pexels, 2020, www.pexels.com

Diseño:

Figura 4

Estilo de tela estampada



Tomada de *Ilustraciones de stock*, [Ilustración], iStock, 2018, www.istockphoto.com

Objetivos de desarrollo sostenible.

Nuestra idea de negocio puede contribuir a disminuir la contaminación que actualmente estamos viviendo, gracias a que nuestros vestidos de baño implementaran un empaque biodegradable lo que permite que no hayas más residuos plásticos incensarios en pro del compromiso del medio ambiente.

Basándonos en la ODS estaríamos cumpliendo el objetivo N° 12 que se trata de la producción y consumo responsable, teniendo en cuenta que al año se emite en “Colombia 1,2 millones de toneladas de plástico al anualmente” Cámara de Bogotá (Cámara de Comercio de Bogotá, 2019)

Valor compartido.

Nuestro valor compartido se destaca por que Nuestros diseños se prestan para que el género femenino logre sentirse realmente a gusto al usarlo, no solo queremos brindar una pieza de vestir sino también regalarles confianza y belleza a las portadoras de este, pero en especial porque en un tema tan sensible como lo es el medio ambiente, esta organización crea productos que no lo perjudiquen. Con estos aspectos positivos logramos crear un impacto y estatus ideal a la marca en donde nuestra fuerza de trabajo será acompañada de mujeres cabezas de hogar que no cuentan con facilidad de emplearse.

Descripción del problema.

Los vestidos de baño son una prenda para que las mujeres se sientan cómodas al momento de lucir sus hermosas curvas un factor fundamental es brindar seguridad esto con la finalidad de siempre prevenir los posibles accidentes ya que estos podrían rasgarse , ser transparentes y con diseños aburridos por ello es primordial manejar buenos estándares en la calidad ya que esto puede marcar negativamente a nuestras clientas y la intención es garantizar una excelente experiencia y adaptarnos a el gusto personal .

Figura 5

Árbol de problema



Fuente: Elaboración propia emprendimiento AWITA E' COCO

Se puede observar el problema principal ubicado en la parte central del árbol y las posibles causas que lo generan de forma ascendentes.

Figura 6

Árbol de objetivos



Fuente: Elaboración propia emprendimiento AWITA E' COCO

Se puede observar el objetivo principal ubicado en la parte central del árbol y los posibles efectos que lo generan de forma ascendentes.

Análisis PESTEL**Figura 7***Análisis Pestel*

Nombre del factor	Causas	Estrategias
Político	Restricciones comerciales Políticas gubernamentales	Estar actualizados frente a reformas de normatividad vigentes que puedan afectar la industria textil, como establecer el respectivo etiquetado correspondiente a la confección y fabricación para la debida comercialización en Colombia.
Económico	Inflación Tasas de interés Tasa de desempleo	Dependiendo su variación puede afectarnos tanto negativa como positivamente y esto se verá reflejado en el costo final.
Sociales	Opinión y actitud del consumidor Publicidad	Velar por tener un excelente servicio al cliente que impacten siempre de manera positiva.
Tecnológico	Plataformas digitales Medios de pago	Hacer uso de todos los recursos tecnológicos es decir Instagram, Facebook, Página web, Tik Tok, con el fin de estar presentes en el mercado y llegar a ese cliente objetivo.
Ecológico	Empaque	Tener compromiso con el medio ambiente y de esta forma contribuir a la disminución de este.
Legal	Antimonopolio Contrabando	Optimizar los recursos para mantener los estándares de calidad.

Fuente: Elaboración propia emprendimiento AWITA E' COCO

ESCALA DE VALORACIÓN

Figura 8

Escala de valoración

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 dedicar 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

Fuente: Elaboración propia con base en la tabla de la guía metodológica de creación de empresas I

Figura 9

Calificación de escala de valoración.

	A		B	=	C
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:	1	X	3	=	3
Total de afirmaciones valoradas en 4:	2	X	4	=	8
Total de afirmaciones valoradas en 5:	1	X	5	=	5
PUNTAJE TOTAL					16

Fuente: Elaboración propia con base en la tabla de la guía metodológica de creación de empresas I

PRODUCTO O SERVICIO

Figura 10

Producto o servicio

¿Cuál es el producto o servicio?	AWITA E' COCO
¿Quién es el cliente potencial?	Aquella mujer entre 16-50 años amante a los vestidos de baño que le guste lucir sus maravillosas curvas.
¿Cuál es la necesidad?	Sentirse cómoda con sus diferentes tipos de prendas dejando atrás cualquier tipo de estereotipo donde la mujer pueda usar esta prenda sin importar su talla y se vea hermosa aumentando su autoestima.
¿Cómo funciona el producto o servicio?	La utilidad de nuestros vestidos de baño tiene un valor que no va a variar. Están hechos con gran empeño, pero no significa que estarán por encima de los precios que en realidad deban tener
¿Por qué lo preferirían?	Le brindamos seguridad y comodidad ya que contamos diseños exclusivos lo que le permitirá que se ajuste a sus curvas.

Fuente: Elaboración propia con base en la tabla de la guía metodológica de creación de empresas I

ESTUDIO DE LA COMPETENCIA

Productos / servicios similares (competencia).

En el mercado hay variedad frente a la compra de vestidos de baños, pero no garantizan que las prendas realmente se ajusten a las necesidades de los clientes respecto a sus tallas y aquellos que cumplan con lo mencionado anteriormente manejan precios elevados y materiales sin beneficios para aquellas mujeres con grandes curvas.

Los vestidos de Baño Awita E' Coco realmente desea que nuestras clientas puedan utilizar nuestras prendas y se sienta cómodas y bellas adicionalmente que los mismos realcen y estilicen sus cuerpos, y podamos brindarles nuevas alternativas para que puedan usarlas y combinarlas a su gusto no como una prenda más, todo lo contrario, buscamos que nuestras piezas que están hechas con mucho amor les brinden libertad, seguridad e impacto positivo al lucir empoderadas y sentirse de la misma forma.

Con respecto a la competencia se puede concluir que:

Se creará una página en Instagram en la cual todos los días se generará publicaciones de los productos para impactar a los posibles compradores, este será un canal de venta muy importante ya que por este medio se generarán grandes ofertas para motivar los pagos electrónicos.

El principal motor será el equipo de trabajo conformado por madres cabeza de hogar esto permite que la mano de obra sea colombiana por lo tanto se impulsara la economía, nos permitirá manejar unos precios muy competitivos en el mercado.

Buena relación con los clientes y proveedores esto permitirá manejar un tiempo de entrega adecuado para que los usuarios se sientan satisfechos tanto con del producto como tiempo de respuesta.

Puntos estratégicos de venta y producción al lograr esto se brindará la posibilidad que a las personas que no le guste comprar por métodos electrónicos encontrara en los puntos de venta físicos donde encontraran de igual forma un amplio catálogo del producto con grandes ofertas.

Fuerzas de la industria

Los vestidos de baño AWITA E COCO tiene como finalidad llegar a todo tipo de mujeres, sin importar su talla abarcando edades desde los 16 hasta los 50 años. Nuestros diseños se prestan para que el género femenino logre sentirse realmente a gusto al usarlo, no solo queremos brindar una pieza de vestir sino también regalarles confianza y belleza a las portadoras de este.

Según la Cámara de Comercio de Bogotá nuestra actividad económica está regida por el código CIIU 1410 de la descripción confecciones de prendas de vestir, excepto prendas de

piel, estamos ubicados en el sector terciario como una pequeña empresa la cual confecciona y comercializa prendas de vestido de baño.

Figura 11

Cámara de comercio de Bogotá Código CIU



Fuente: Tomada de la cámara de comercio. [Captura de pantalla]. (Cámara de Comercio de Bogotá).2020.

Nuestros vestidos de baños están en la capacidad de ser prendas que se adaptan a los diferentes gustos y personalidades de las mujeres satisfaciendo sus necesidades y brindándole actualidad, asequibilidad en el precio y a su vez gran variedad de tallas, con productos que están pensados en telas de alta calidad que logren ser duraderos.

Actualmente el negocio de los vestidos de baño es muy competitivo, gracias a su inmediatez en producción que lo vuelve rentable. Es por ello que se deben tener en cuenta características que logran hacer que nuestro producto resalte de los demás; la empresa AWITA E COCO por ejemplo, se destaca por su excelente servicio en cuestiones de calidad, horario

extendido para los compradores y se encuentra ubicada en la ciudad de Bogotá con envíos nacionales, para este emprendimiento es primordial demostrar nuestro interés hacia el trato y relación con el cliente, esta organización crea productos que no perjudiquen esto es crucial porque en un tema tan sensible como lo es el medio ambiente al cual debemos contribuir, con estos aspectos positivos logrando crear un impacto y estatus ideal a la marca.

Estamos dirigidas a esas mujeres que desean lucir y sentirse hermosas con sus curvas buscamos que nuestras piezas que están hechas con mucho amor les brinden libertad, seguridad e impacto positivo al lucir empoderadas y sentirse de la misma forma. Ya que actualmente encontramos mujeres que se sienten incómodas al momento de mostrar su cuerpo debido a sus inseguridades y paradigmas en la sociedad imponiendo ideas erróneas del uso del vestido de baño en el género femenino.

Nos encontramos en un mercado globalizado en donde contamos con el aprovechamiento de las herramientas tecnológicas y la interconectividad la cual nos brinda un mayor alcance a nuestros productos permitiéndonos tener presencia en este amplio mercado que es el de la industria textil de los vestidos de baños.

Al analizar nuestros competidores podemos observar que marcas como Onda del mar, Leonisa y Touché cuenta con un 39% de presencia en el mercado de vestidos de baños en Colombia (Portafolio, 2019)

Figura 12*Característica de la oferta*

Nombre del competidor	Producto	Precio	Servicio (Ventaja competitiva)	Ubicación
Leonisa	Vestido de baño, dos piezas y enterizo.	Dos piezas \$52.900- \$145.990 Enterizo \$49.900- \$190.900	Marca reconocida a nivel nacional e internacional con 64 años en el mercado.	Colombia
Onda del Mar	Vestido de baño, dos piezas y enterizo.	Enterizo \$62.450- \$299.99 Top \$30.000- \$169.900 Pantys \$30.000- \$159.900	Marca que cuenta con 20 años de trayectoria en el mercado y con presencia en 37 países.	Colombia

Fuente: Elaboración propia con base en la tabla de la guía metodológica de creación de empresas I

CRITERIOS PARA SELECCIÓN DE PROVEEDORES**Nuestros criterios para la búsqueda y selección de nuestros proveedores son las siguientes.**

Precio. Acorde a relación calidad precio lo cual nos garantice una materia prima satisfactoria en donde el proveedor cuenta con buenos estándares y procesos adecuados.

Localización geográfica: Preferiblemente estén ubicados en la ciudad de Bogotá para disminuir costos de logística y desplazamiento lo cual permitirá acortar los plazos de entrega y evitar retrasos o demora en la producción

Experiencia: nos brindara confianza en la reputación de la marca y nos posibilita una buena acogida en el mercado minimizando las coyunturas frente a las marcas que llevan más trayectorias en el mercado.

Posibilidad de alianzas: Esto nos ayudaría a expandirnos y tener la oportunidad de llegar a un mercado más amplio en cuanto a canales de distribución fortaleciendo la imagen de la marca, poniendo en práctica la venta de nuestros vestidos de baño al por mayor para así estar más presentes en las distintas partes del país.

Conocimiento del mercado: Al conocer nuestro nicho en el mercado podremos ajustarnos en la demanda de estos, nuestros proveedores serán acordes a nuestro valor de marca.

Cumplimiento legal: Nuestros proveedores deberán contar con el registro mercantil el cual garantiza que es un establecimiento que los acredita como una empresa con la normativa legal vigente la cual nos emitirá la factura correspondiente como respaldo.

LEYES QUE REGULAN NUESTRO EMPRENDIMIENTO

Norma Técnica Colombiana NTC 2449:

1. TEXTILES Y CONFECCIONES. VESTIDOS DE BAÑO 1. OBJETO Esta norma establece los requisitos que deben cumplir y los ensayos a los cuales deben someterse los vestidos de baño, elaborados con telas de tejido plano o con telas de tejido de punto compuestas de cualquier fibra textil o mezcla de fibras textiles, para niños, hombres y mujeres. (Icontec norma internacional, 1993)

Resolución 1950 de 2009

Que se requirió modificar y adicionar textos del reglamento técnico sobre etiquetado de confecciones con el fin de clarificar su interpretación, mejorar el procedimiento de evaluación de la conformidad, para facilitar la operatividad comercial de los productos, así como de las

actividades realizadas por las entidades de vigilancia y control, por ello, se expidió la Resolución Modificatoria 3207 del 26 de diciembre de 2007, publicada en el (Sin Jurisco, 2009)

- **Registro mercantil en la cámara de comercio.** En donde nos registramos como personas naturales y más adelante como persona jurídica, y ellos serán los encargados de vigilar nuestras actividades comerciales en nuestro rol de comerciantes.
- **Ley 1014 de 2006** Política Nacional de Emprendimiento, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ha asumido importantes retos relacionados con la aplicación de la Ley 1014 de 2006 de Fomento a la Cultura del Emprendimiento, la cual lo compromete como actor responsable de la política pública en la materia. (Secretaria de senado, 2006)
 - **CONPES 3484 de 2007.** Política Nacional para la Transformación Productiva y la Promoción de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas: un esfuerzo público y privado. (Ministerio de comercio, 2007).

Indicadores de Calidad antes de salir al mercado.

Cobertura. Nuestra cobertura está pensada para alcanzar a nuestros clientes en toda Colombia haciendo uso de las plataformas digitales y teniendo presencia física por medio de nuestros aliados en los diferentes almacenes adicionalmente contaremos con la presencia de distribuidores los cuales tendrán un alcance en cada rincón de Colombia y esto nos permitirá tener este indicador de manera positiva.

Eficacia. Nos enfocaremos en poder brindar la disponibilidad de nuestros vestidos de baño de acuerdo con las necesidades requeridas por nuestros clientes logrando así la satisfacción de este en su adquisición siendo atendida la necesidad en relación con el producto ofrecido por nuestra empresa.

Valoración de ventas. Nuestra finalidad será dirigir, analizar las cifras vendidas mensualmente y no enfocarnos únicamente en la calidad de nuestros vestidos de baño y la acogida en el mercado para así obtener una relación entre precio calidad y medir nuestra

Satisfacción del cliente. En nuestras líneas de producción trabajaremos en el servicio al cliente en donde nuestro seguimiento post venta aleatorio será crucial para verificar si nuestro producto está cumpliendo con lo requerido del cliente.

Competitividad. Estudiaremos las diferentes demandas del mercado con el fin de establecer

Procesos de producción. Nuestra calidad y durabilidad en la confección de los vestidos de baño y los tiempos en los procesos de producciones nos permiten verificar e identificar los procesos de mejora.

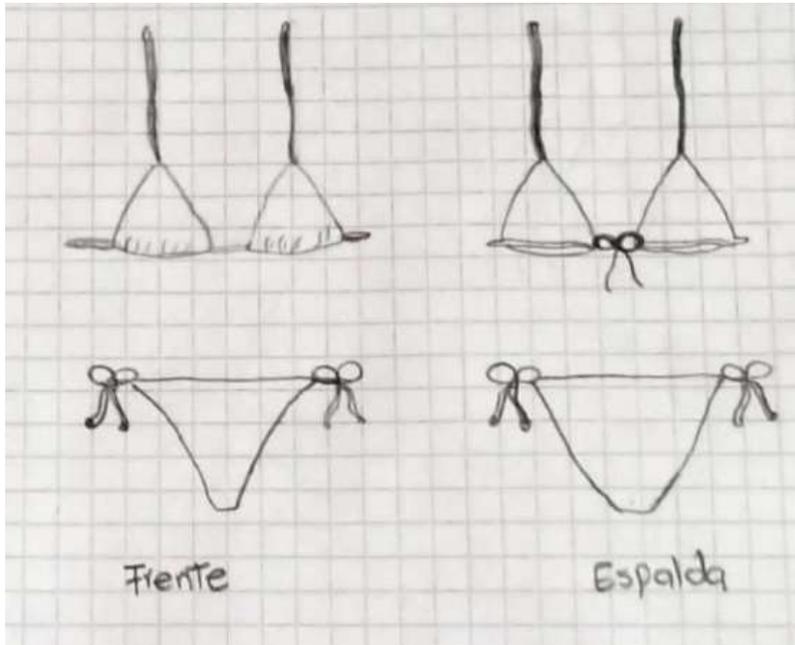
El precio: Nuestros vestidos de baños serán asequibles ya que nuestro objetivo es que tiene un valor que no va a variar. Están hechos con gran empeño, pero no significa que estarán por encima de los precios que en realidad deban tener.

Seguridad: Nuestra empresa quiere brindar un producto de calidad que garantice plena seguridad al usuario que lo porte así mismo este indicador será determinante para lograr fidelizar nuestros clientes y posicionarnos en el mercado.

PROTORIPOS

Figura 13

Diseño del producto vestido de baño dos piezas



Fuente: Elaboración propia emprendimiento AWITA E' COCO

Figura 14

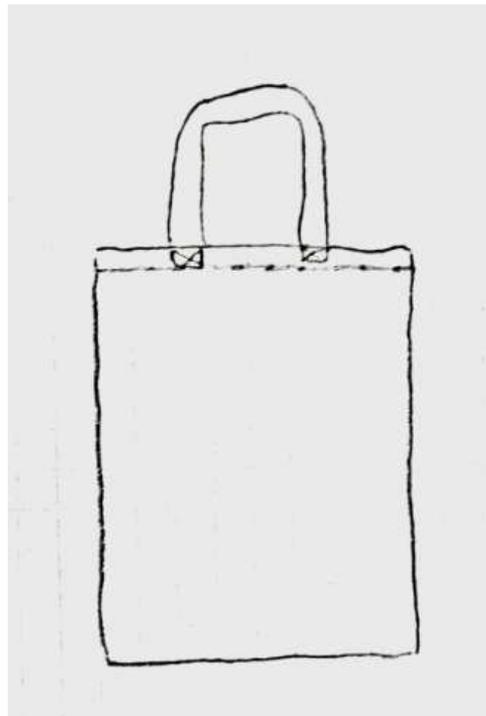
Diseño del producto vestido de baño enterizo.



Fuente: Elaboración propia emprendimiento AWITA E' COCO

Figura 15

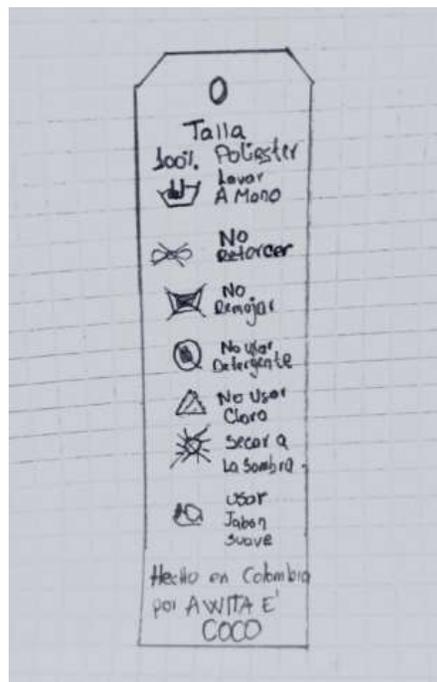
Diseño de bolsa cambrella.



Fuente: Elaboración propia emprendimiento AWITA E' COCO

Figura 16

Diseño del etiqueta.



Fuente: Elaboración propia emprendimiento AWITA E' COCO

A continuación, dejamos el enlace correspondiente al video del prototipo de AWITA E' COCO haz clic aquí <https://youtu.be/aBX0sQicMKc>

SEGMENTACION DEL MERCADO

Figura 17

El Buyer

<p>Insertar una foto de cliente: Carolina</p> 	<p>Describe los miedos, frustraciones y ansiedades. Inseguridad de su cuerpo, el cómo me ven las demás personas, ver a otras mujeres con un cuerpo más armonioso.</p>	<p>Desea, necesita, anhela y sueña. verse en un espejo y sentirse bella, deseada, segura de sí misma, cómoda y a la moda</p>
<p>Demográficos y geográficos. Estratos 2, 3, 4, 5 Ideales para uso de zonas húmedas.</p>	<p>¿Qué están tratando de hacer y porqué es importante para ellos? Buscan una prenda que se adapte a su cuerpo y gusto la cual la haga sentir cómoda.</p>	<p>¿Cómo alcanzan esas metas hoy? ¿Hay alguna barrera en su camino? Buscando y probando la variedad de opciones que hay, la inseguridad al no conocer su cuerpo o que no haya disponibilidad de su tallaje.</p>
<p>Frases que mejor describen sus experiencias</p>	<p>Diseños sofisticados y pocos comunes en el mercado. Que contengan variedad en tallas incluyendo la talla plus</p>	
<p>¿Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta?</p>	<p>Los diseños a la hora de implementar una nueva colección, que se pueda adaptar a todos nuestros diferentes tipos de clientas y finalmente se puedan sentir a gusto</p>	

Fuente: Elaboración propia con base en la tabla de la guía metodológica de creación de empresas I

Teniendo en cuenta nuestro mercado potencial y luego de haber identificado nuestro cliente ideal podemos ver como resaltar ante la competencia ya descrita anteriormente. Nuestro objetivo será posicionarnos como una marca que busca generar una sensación positiva en cuanto

a belleza y cuidado de sí mismas apostándole al medio ambiente. Por ello consideramos que nuestra organización va de la mano con la sostenibilidad social, por su impacto porque se le apuesta a la responsabilidad colectiva y medioambiental por el rumbo que le damos a nuestros objetivos.

PROPUESTA DE VALOR

Figura 18

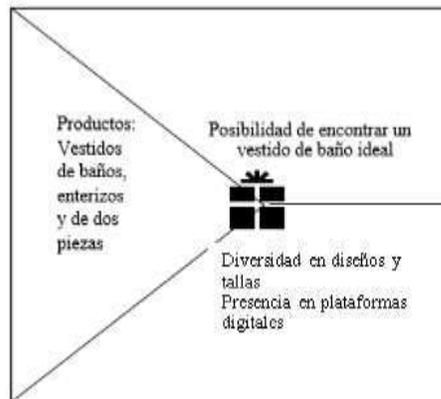
Perfil del cliente



Fuente: Elaboración propia con base en la tabla de la guía metodológica de creación de empresas I

Figura 19

Mapa de valor



Fuente: Elaboración propia con base en la tabla de la guía metodológica de creación de empresas I.

“Sentirte bien es verte bien” frase que identifica nuestro mapa de valor.

FICHA TECNICA DEL PRODUCTO**Figura 20***Ficha técnica.*

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO / SERVICIO	
A. Nombre del producto ó servicio	AWITA E' COCO
B. Composición del producto (materias primas) / líneas de servicio o portafolio.	Elástico, Tela power, Hilos, Varillas, Copas, Algodón. Vestido de baño: Enterizo y dos piezas
C. Normas de calidad	ISO 9001
D. Presentaciones comerciales (litro, kilo, ml) / combos, paquetes especiales	Kilo (kg). Combos y paquetes especiales
E. Tipo de empaque o embalaje (Diseño, tamaño, material) / canal de información.	Bolsa, 21.5 cm * 14 cm, material Cambrella. Etiqueta
F. Material de empaque / publicidad, brochute.	Bolsa Cambrella. Buzón PQR, Facebook, Instagram, Tik Tok, página WEB, WhatsApp.
G. Condiciones de conservación.	No planchar, Lavar a mano, No secar al sol.
H. Vida útil estimada / garantía.	2 años a 5 años. Garantía 1 mes por defecto de fabricación
I. Porción recomendada, servicios adicionales / recomendaciones por tipo de cliente.	Revisar tabla de medidas para saber su talla exacta.
ELABORÓ	AWITA E' COCO
REVISÓ	AWITA E' COCO
APROBÓ	AWITA E' COCO

Fuente: Elaboración propia con base en la tabla de la guía metodológica de creación de empresas I.

COSTOS DE ELABORACIÓN**Figura 21***Relación de Costos – Primer Producto: Vestidos de baño partidos (20 trajes de baño)*

Materia Prima	Unidades	Costos
Elástico	20 Metros	\$40.000
Tela Power	20 Metros	\$400.000
Hilos	2 Unidades	\$40.000
Varillas	40 Unidades	\$80.000
Copas	40 Unidades	\$20.000
Algodón	20 Unidades	\$80.000
TOTAL		\$660.000

Fuente: Elaboración propia emprendimiento AWITA E' COCO

Figura 22*Mano de obra*

Mano de obra	Cantidad	Costos
Modista – Semanal	5	\$500.000
Vendedor - Semanal	3	\$300.000
TOTAL		\$800.000

Fuente: Elaboración propia emprendimiento AWITA E' COCO

Figura 23*Relación de Costos – Segundo Producto: Vestidos de baño enterizos. (20 trajes de baño)*

Materia Prima	Unidades	Costos
Elástico	60 Metro	\$120.000
Tela Power	40 Metro	\$800.000
Hilos	2 Unidad	\$60.000
Accesorios (piedras, lentejuelas, botones)	150 Unidad	\$100.000
Varillas	40 Unidad	\$80.000
Copas	40 Unidad	\$80.000
Algodón	20 Unidad	\$80.000
TOTAL		\$1.320.000

Fuente: Elaboración propia emprendimiento AWITA E' COCO

Figura 24*Mano de obra*

Mano de obra	Cantidad	Costos
Modista X Semana	5	\$1.000.000
Vendedor X Semana	5	\$1.000.000
TOTAL		\$2.000.000

Fuente: Elaboración propia emprendimiento AWITA E' COCO

Figura 25

Relación de Gastos: Vestidos de baño partidos y vestidos de baño enterizos.

Publicidad	Cantidad	Costos
Pancarta	2	\$200.000
Vallas	2	\$200.000
Tarjetas	200	\$50.000
Plataformas digitales (Influencers)	2	\$500.000
Medios de Comunicación (Radio, prensa, TV)	3	\$200.000
TOTAL		\$1.150.000

Fuente: Elaboración propia emprendimiento AWITA E' COCO

Figura 26

CIF

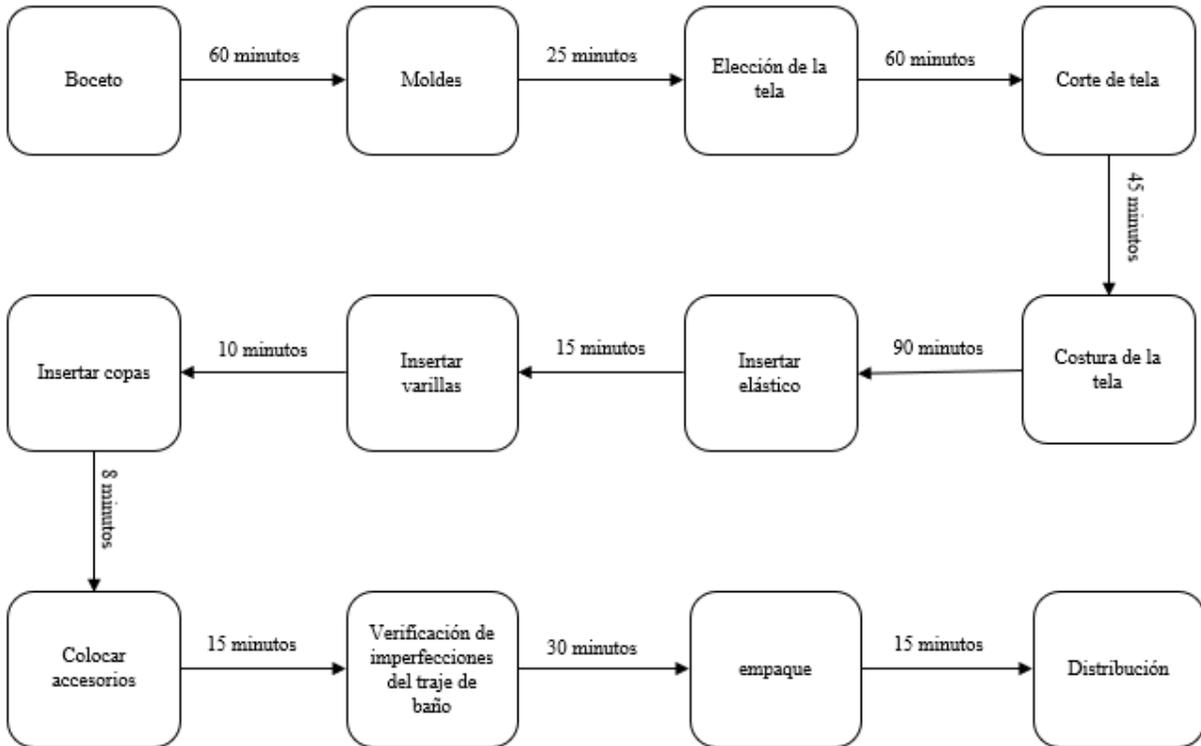
Costos Indirectos de Fabricación	Cantidad	Costos
Transporte de materia prima X semana	2	\$1.000.000
Máquinas de coser	2	\$500.000
Empaque del producto (Reciclable)	30	\$200.000
Luz (Recibo al mes)	1	\$100.000
Agua (Recibo al mes)	1	\$80.000
TOTAL		\$1.880.000

Fuente: Elaboración propia emprendimiento AWITA E' COCO

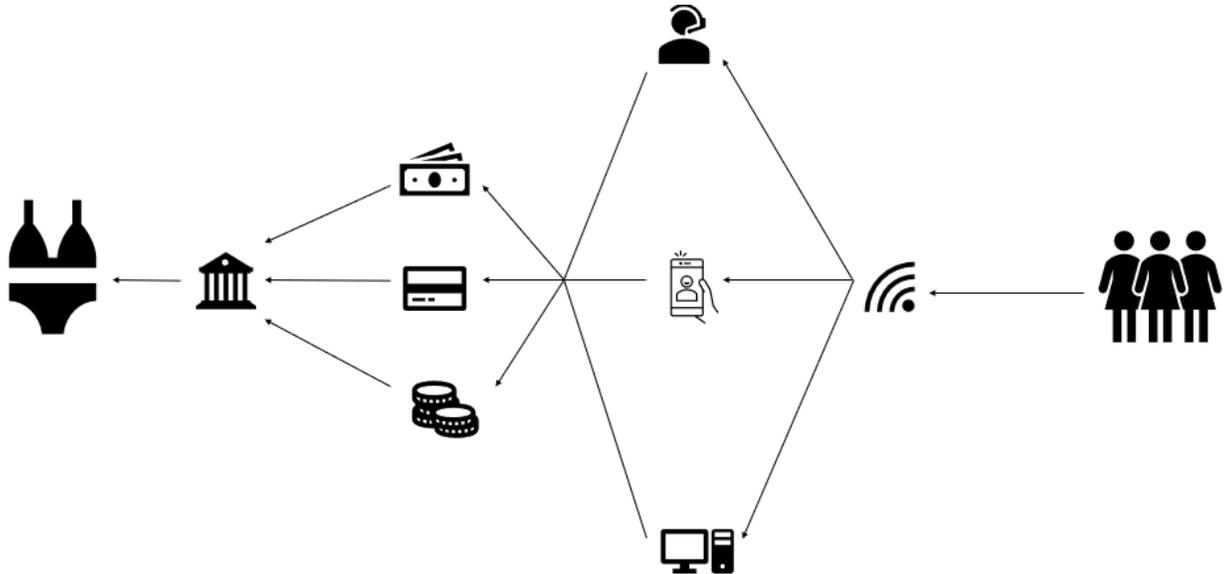
DIAGRAMA DE BLOQUES

Figura 27

Diagrama de bloques AWITA E' COCO



Fuente: Elaboración propia emprendimiento AWITA E' COCO

CADENA DE DISTRIBUCIÓN**Figura 28***Canales de distribución*

Fuente: Elaboración propia emprendimiento AWITA E' COCO

Nuestros canales de distribución pretenden alcanzar a nuestros clientes en toda Colombia haciendo uso de las plataformas digitales y teniendo presencia física por medio de nuestros aliados en los diferentes almacenes con la finalidad de fortalecer la imagen de la marca. Ya que vivimos en un mundo globalizado donde los recursos tecnológicos es decir Instagram, Facebook, Página web, Tik Tok, son una herramienta de fácil acceso la cual nos permite estar presentes en el mercado y llegar a ese cliente objetivo que busca el emprendimiento AWITA E' COCO.

PRECIO DE VENTA**Precios de los vestidos de baño.***Dos piezas:* \$40.000*Enterizo:* \$80.000

El vendedor del producto se gana el 20% del precio a todo costo.

Ganancias del vendedor en las ventas al mayoreo:*Dos piezas:* \$40.000*Enterizo:* \$80.000

El vendedor del producto se gana el 20% del precio a todo costo.

Ganancias del vendedor en las ventas al mayoreo:*Dos piezas*

$$660.000 \xrightarrow{\times 0,2} 132.000 \rightarrow 20\%$$

$$660.000 + 132.000 = 792.000$$

$$792.000 \div 20 = 39.600$$

Enterizo

$$1'320.000 \xrightarrow{\times 0,2} 264.000 \rightarrow 20\%$$

$$1'320.000 + 264.000 = 1'584.000$$

$$1'584.000 \div 20 = 79.200$$

MODELO RUNNING LEAN

Figura 30

Lienzo leans canvas.

<p>Problema: En el comercio se encuentra poca variedad de diseños, los productos no son de muy buena calidad esto depende del tipo de silueta que tenga la mujer.</p>	<p>Solución: Brindar productos de buena calidad con variedad de diseños para que sin importar la silueta de la mujer se sienta cómoda y atractiva mejorando su autoestima</p>	<p>Propuesta de valor única: "Sentirte bien es verte bien" Estamos dirigidas a esas mujeres que desean lucir y sentirse hermosas con sus curvas buscamos que nuestras piezas que están hechas con mucho amor les brinden libertad, seguridad e impacto positivo al lucir empoderadas y sentirse de la misma forma.</p>	<p>Ventaja injusta: ofrecer productos que sean realizados con materiales que NO afecten el estado del ecosistema, apuntando a la protección del medio ambiente.</p>	<p>Segmento de clientes: Mujeres entre los 16 años hasta los 50 años</p>
	<p>Métricas claves: Ubicación geográfica de los nuevos clientes. Tipo de vestido de baño más vendido según demanda.</p>		<p>Canales: Plataformas digitales es decir: Instagram, Facebook, WhatsApp, Tik Tok, Pagina web, tienda física, alianzas comerciales</p>	
<p>Estructura de costos: Transporte de materia prima X semana: \$1.000.000 Máquinas de coser: \$500.000, Empaque del producto (Reciclable) \$200.000, Luz (Recibo al mes) \$100.000, Agua (Recibo al mes) \$80.000, Modista X Semana \$1.000.000, Vendedor X Semana \$1.000.000.</p>		<p>Fuentes de ingresos: En nuestro flujo de ingresos se puede determinar que serán pagos puntuales de nuestros clientes y nuestros precios son fijos adicionalmente de nuestra fuente de ingreso referente al presupuesto inicial es inyectado de dinero propio.</p>		

Fuente: Elaboración propia con base en la tabla de la guía metodológica de creación de empresas I

VALIDACION DE IDEA NEGOCIO

Recolección de datos.

Objetivo de la investigación: Saber con qué frecuencia y cuanto estaría dispuesta a pagar una mujer por un vestido de baño el cual le brindara seguridad, comodidad y confianza. Se lograra por medio de una encuesta cuantitativa la cual está compuesta de 10 preguntas con una muestra de 100 mujeres entre los 16 a los 50 años las cuales buscamos que sean nuestro cliente final puesto que nuestros diseños están pensados en ellas; Estas preguntas se elaboraron con el fin de conocer más a fondo los gustos, pensamientos y preferencias de las consumidoras finales.

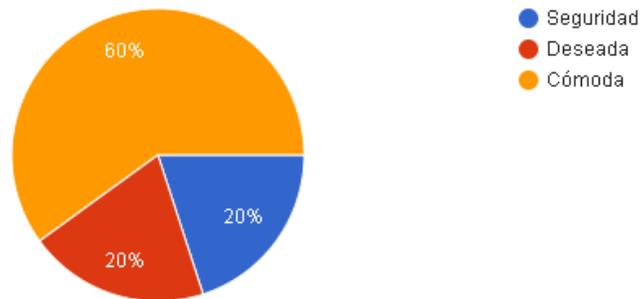
TABULACIÓN Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS

Figura 31

Pregunta 1

¿Qué buscas sentir cuando te pones un vestido de baño?

100 respuestas



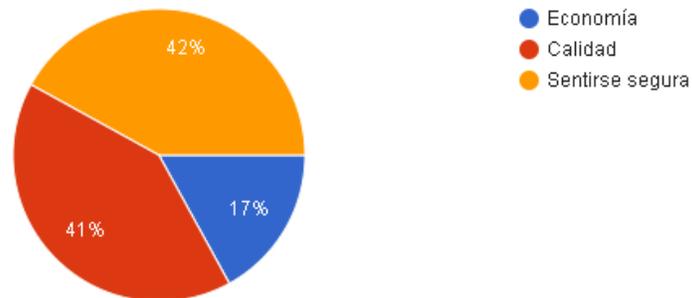
Fuente: Elaboración propia emprendimiento AWITA E' COCO

Según la encuesta realizada podemos evidenciar que el 60% de las mujeres encuestadas al momento de comprar un vestido de baño buscan inicialmente sentirse cómoda, el 20% de estas mujeres quieren sentirse deseadas al usar el vestido de baño y el restante del 20% desea que el vestido de baño le brinde seguridad, estos resultados son según muestra de 100 mujeres.

Figura 32*Pregunta 2*

¿Cuándo compras un vestido de baño que buscas?

100 respuestas



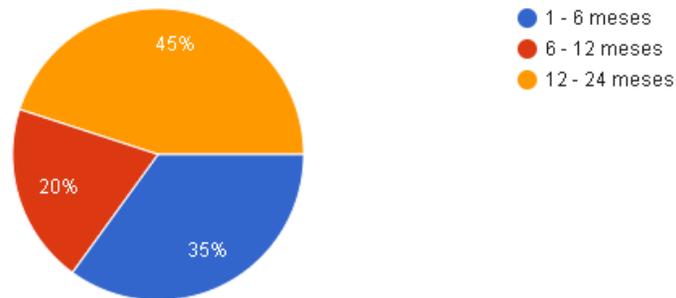
Fuente: Elaboración propia emprendimiento AWITA E' COCO

Según la encuesta realizada podemos evidenciar que el 42% de las encuestadas buscan en un vestido de baño al momento de comprarlo sentirse segura, el 41% de las encuestadas optan por tener una buena calidad y el 17% de las encuestadas se enfocan en buscar economía al momento de realizar su compra, estos resultados son según muestra de 100 mujeres encuestadas.

Figura 33*Pregunta 3*

¿Con que frecuencia compras vestido de baño?

100 respuestas



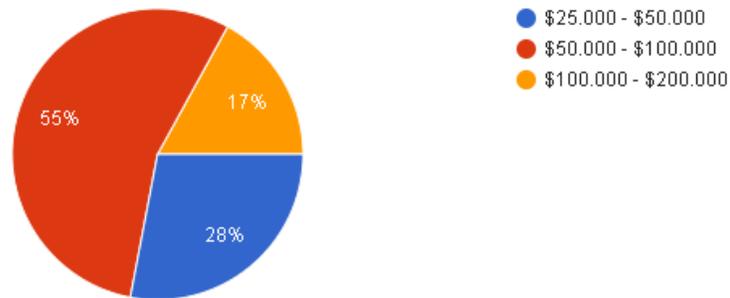
Fuente: Elaboración propia emprendimiento AWITA E' COCO

Según la encuesta realizada podemos evidenciar que el 45% de las mujeres encuestadas al momento de comprar un vestido de baño tienen una frecuencia de compra de 12 – 24 meses en promedio, el 35% de estas mujeres compran de 1- 6 meses en promedio y el restante del 20% tiene una frecuencia de compra de 6 – 12 meses en promedio, estos resultados son según muestra de 100 mujeres encuestadas.

Figura 34*Pregunta 4*

¿En promedio cuanto pagarías por un traje de baño?

100 respuestas



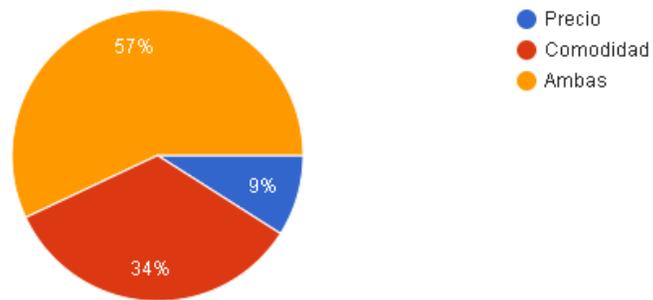
Fuente: Elaboración propia emprendimiento AWITA E' COCO

Según la encuesta realizada podemos evidenciar que el 55% de las encuestadas gastarían en un vestido de baño de \$50.000 - \$100.000 pesos Colombianos, el 28% de las encuestadas gastarían en un vestido de baño de \$25.000 - \$50.000 pesos Colombianos y el 17% de las encuestadas gastarían de \$100.000 a \$200.000 pesos Colombianos, estos resultados son según muestra de 100 mujeres encuestadas.

Figura 35***Pregunta 5***

¿Al comprar un vestido de baño si tienes que elegir entre precio y comodidad cual prefieres?

100 respuestas



Fuente: Elaboración propia emprendimiento AWITA E' COCO

Según la encuesta realizada podemos evidenciar que el 57% de las encuestadas al momento elegir entre precio y comodidad buscarían encontrar un equilibrio entre ambas, el 34% de las encuestadas elegirían comodidad sobre el precio y el 9% de las encuestadas optarían por precio antes que comodidad, estos resultados son según muestra de 100 mujeres encuestadas.

Figura 36

Pregunta 6

¿Cuál vestido de baño prefieres?

100 respuestas



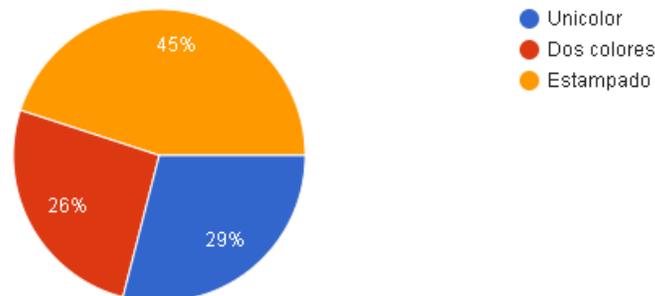
Fuente: Elaboración propia emprendimiento AWITA E' COCO

Según la encuesta realizada podemos evidenciar que el 53% de las encuestadas prefieren el vestido de baño de dos piezas, el 44% de las encuestadas elegirían el vestido de baño enterizo como su preferido y el 3% de las encuestadas indica que probarían con otros tipos de estilos de vestidos de baño como por ejemplo: vestido de baño con tres piezas, vestido de baño semi enterizos el cual cubra el abdomen pero aun siga siendo corte de dos piezas en su diseño y por último elegirían un vestido de baño de dos piezas con un diseño de una abertura en el panty con diseño de falda, estos resultados son según muestra de 100 mujeres encuestadas.

Figura 37**Pregunta 7**

¿Qué diseño prefieres en un vestido de baño?

100 respuestas



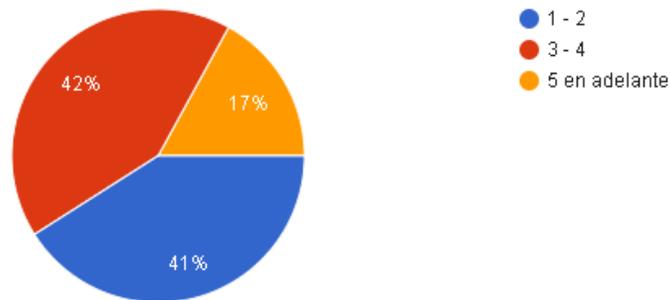
Fuente: Elaboración propia emprendimiento AWITA E' COCO

Según la encuesta realizada podemos evidenciar que el 45% de las encuestadas prefieren un vestido de baño estampado, el 29% de las encuestadas elegirían vestidos de baño unicolor y 26% de las encuestadas elegirían un vestido de baño con dos tonalidades diferentes colores, estos resultados son según muestra de 100 mujeres encuestadas.

Figura 38*Pregunta 8*

¿Cuántos vestidos de baño consideras que deberías tener?

100 respuestas



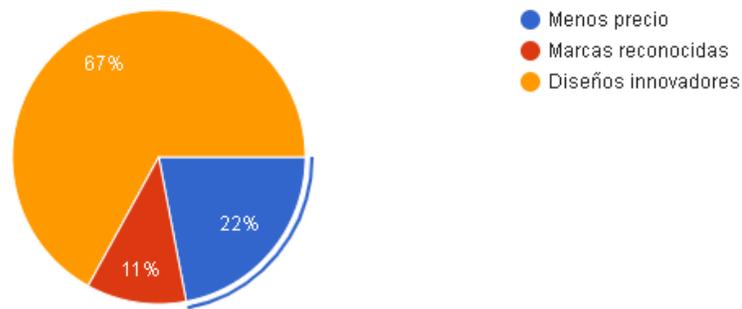
Fuente: Elaboración propia emprendimiento AWITA E' COCO

Según la encuesta realizada podemos evidenciar que el 42% de las encuestadas indican que en su guarda ropa deberían tener de 3 – 4 vestidos de baño, el 41% de las encuestadas consideran que deberían tener entre 1 -2 vestidos de baño y 17% de las encuestadas indican que deberían tener un aproximado de 5 vestidos de baño en adelante, estos resultados son según muestra de 100 mujeres encuestadas.

Figura 39*Pregunta 9*

¿Cuáles características buscas al comprar vestidos de baño?

100 respuestas



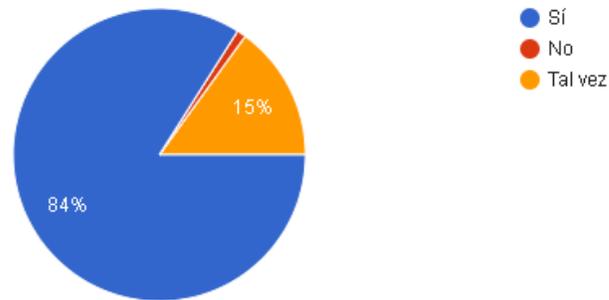
Fuente: Elaboración propia emprendimiento AWITA E' COCO

Según la encuesta realizada podemos encontrar que el 67% de las encuestadas buscan al momento de adquirir un vestido de baño con un diseño innovador, el 22% de las encuestadas buscan que al comprar el vestido de baño precios bajos y 11% de las encuestadas prefieren comprar vestidos de baño con marcas reconocidas, estos resultados son según muestra de 100 mujeres encuestadas.

Figura 40*Pregunta 10*

¿Estarías dispuesta apoyar nuestro emprendimiento?

100 respuestas



Fuente: Elaboración propia emprendimiento AWITA E' COCO

Según la encuesta realizada podemos encontrar que el 84% de las encuestadas estarían dispuestas a apoyar nuestro emprendimiento de AWITA E' COCO, el 15% de las encuestadas indican que tal vez intentarían apoyar el proyecto conociéndolo de manera más cercana y 1% de las encuestadas no estaría dispuesta apoyar el emprendimiento por desconocer el producto, estos resultados son según muestra de 100 mujeres encuestadas.

APRENDIZAJE

Utilizando el método de la investigación cuantitativa logramos realizala con el fin de investigar e identificar las conductas de compra de las mujeres entre los 16 – 50 años siendo este nuestro grupo objetivo adicionalmente nos permitió ver el tipo de tendencias que tienen las mismas y así poder apuntar a la demanda ideal de nuestro producto para así satisfacer a nuestras compradoras con todo lo que esperan encontrar en un vestido de baño, solo el hecho de satisfacer a nuestra clientela nos hará una propaganda de un voz a voz esto lograremos ser más exitosas cumpliendo con el nivel de expectativa que nuestro público buscara al encontrar y obtener nuestros productos porque podrán reconocer que cada uno de ellos está pensado e inspirado en ellas proporcionándoles excelencia en la calidad, precio, comodidad y sobre todo seguridad y belleza a quien lo porte luciendo y amoldándose a sus siluetas.

REFERENCIAS

- Cámara de Comercio de Bogotá . (2020). *Actividad economica CIU*[Captura de pantalla]. Obtenido de Cámara de Comercio de Bogotá :
<https://linea.ccb.org.co/descripcionciiu/Errores/Error.aspx?aspxerrorpath=/descripcionciiu/https://linea.ccb.org.co/descripcionciiu/>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2019). *uso de plastico en colombia* [Articulo]. Obtenido de Cámara de Comercio de Bogotá: <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Comunicacion->
- iStock. (16 de Febrero de 2018). *Tropical seamless leaves pattern*[Ilustración]. Obtenido de iStock: <https://www.istockphoto.com/es/vector/tropical-hojas-patr%C3%B3n-ilustraci%C3%B3n-de-vector-gm918463052-252645806>
- Pexels. (03 de abril de 2020). *cottonbro* [Fotografía]. Obtenido de Pexels: <https://www.pexels.com/es-es/foto/mano-planta-maqueta-compras-4068314/>
- Pixabay. (6 de Agosto de 2015). *Traje de baño* [fotografía]. Obtenido de Pixabay: <https://pixabay.com/es/illustrations/bikini-trajes-de-ba%C3%B1o-traje-de-ba%C3%B1o-875246/>
- Pixabay. (19 de julio de 2018). *Vestido de baño* [fotografía]. Obtenido de Pixabay: <https://pixabay.com/es/photos/modelo-mujeres-playa-3545426/>
- Portafolio. (27 de mayo de 2019). *El mercado de vestidos de baño crecerá 41% al 2023*[pagina web]. (V. C. Martinez, Editor) Obtenido de Portafolio: <https://www.portafolio.co/negocios/el-mercado-de-vestidos-de-bano-crecera-41-al-2023-529994>
- Sin Jurisco. (17 de julio de 2009). Obtenido de <http://www.suin-juriscal.gov.co/viewDocument.asp?id=4026128>
- SIC. (2013). *Normatividades de confecciones actualizado* obtenido de SIC: [pdf]
https://www.sic.gov.co/recursos_user/documentos/normatividad/res_195009_confecciones_actualizado_abril_2013.pdf
- Cámara de comercio. (2020). *Información general para creación de empresa* [página web]. Obtenido de: <https://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa/Informacion-general-para-creacion-de-empresa>
- Secretaria senado. (25 de noviembre de 2020). *Ley 1014 de 2006*. [pagina web]. Obtenido de: http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1014_2006.html
- Ministerio de comercio. (2007). *Política nacional para la transformación productiva y la política nacional para la transformación productiva y la promoción de las micro, pequeñas y medianas empresas: un esfuerzo público-privado*. [página web]. Obtenido de: <http://www.mipymes.gov.co/politica-de-desarrollo-productivo>