

REGISTRATION FORM

Student Entrepreneurship and Innovation

Competition LACCEI 2022

Leading students: Andrés Barrios

- e-mail address: saltarina@utb.edu.co

- WhatsApp number: 3177471087

Faculty member endorsing the project: LUIS CARLOS ARRAUT CAMARGO

- e-mail address: larraut@utb.edu.co

University: Universidad Tecnológica de Bolívar.

Program of studies: Comunicación social, Ingeniería mecatrónica, Ambiental y Biomédica.

- **Team member:** Yesid Castrillón Jiménez
- **Team member:** Isabella Montalvo Díaz
- **Team member:** Alvaro Salgado
- **Team member:** Jorge Gamarra

Resumen:

La industria de la moda, durante los últimos siglos ha logrado consolidarse como una de las industrias más fuertes, productivas y con mayores ganancias; lo que la posiciona como una industria poderosa económicamente. Sin embargo, esta misma industria se ha dado a conocer por el daño que ha ejercido sobre el ambiente, la contaminación de la industria de la moda ha pasado a ser foco de conversaciones importantes alrededor del mundo; por lo tanto, muchas empresas han optado por tener o hacer moda alternativa: muchas promoviendo la compra y uso de ropa de segunda mano, ropa vegana, accesorios sin daño o asesinatos a animales y demás.

Por lo tanto, frente a la necesidad de prendas de ropa de calidad y exclusividad cuyo proceso de producción mitigue los impactos negativos al ambiente; diseñamos ropa y accesorios de estilo cuerina a base de fibra de residuos vegetales. Productos que además de estar caracterizado por favorecer al medio ambiente, buscamos la exclusividad a la hora de la entrega

de cada uno de los productos producidos, lograr una experiencia única en la búsqueda se seguir construyendo el mercado de la moda sostenible.

Definición del problema:

Antes que cualquier cosa, este proyecto nace de la investigación, selección y justificación de una serie de problemáticas seleccionadas, las cuales mediante el tratamiento y creación de objetivos decidimos tomar. En primera instancia seleccionamos unos Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS):

Vida sostenible, la cual busca construir una sociedad más amigable con el medio ambiente, la cual vaya en pro de un desarrollo que sea objetivo para la sociedad y a la vez, sano y ambientalmente idílico; Industria, innovación e infraestructura, con la intención de mejorar el mercado y la industria, implementamos métodos alternativos a materiales para innovar la infraestructura de nuestro producto; Producción y consumo responsable: En pro de mejorar el consumo responsable y su relación con la producción, la creación y utilización de más eficientes sistemas, está directamente ligado con el desafío de *“Introducción de nuevos materiales y métodos de fabricación para una cadena de suministro eficiente”*; finalmente, Vida de ecosistemas terrestres: Sin ecosistemas terrestres sanos y productivos no hay materia prima para ningún tipo de producción, es decir, incursionar en la motivación y trabajo para una vida de ecosistemas terrestres productivos y sanos, es un reto para el suministro eficiente.

Ahora bien, en la selección de objetivos partimos de una pregunta problema la cual le da pie para justificar la definición de problema seleccionado: ¿Cómo podemos crear y desarrollar una estrategia que nos permita reducir la contaminación y destrucción ambiental?; para esto se seleccionó esta pregunta luego de una discusión, observación y socialización de las diversas formas en las que podemos o podríamos crear en pro de un bien para el desarrollo general de la sociedad y en búsqueda de ayudar a la situación *“Introducción de nuevos materiales y métodos de fabricación para una cadena de suministros eficientes”*.

Asimismo, sabemos que, dentro de toda cadena de suministros, existe una serie de gastos y forma de producción que afectan negativamente el ambiente y lo que se relaciona con la materia prima, por lo tanto, si lo que se quiere es contribuir de manera eficiente a la búsqueda de nuevos materiales para una mejor y menos dañina forma de fabricación, es necesario crear estrategias que permitan reducir la contaminación y destrucción ambiental.

De esta manera es como dimos y seleccionamos nuestro problema, es por ello que queremos seguir en la construcción de una sociedad más amigable con el planeta, de una forma donde se

integran diversos conocimientos y trabajos con industrias donde se puedan facilitar, acortar y diversificar fuentes de energía, materia primera y demás. La industria de la moda, sin duda alguna es una de las problemáticas por su contaminación, esto agregado al poco uso o uso inadecuado de recursos se convierte en un problema socio/ambiental el cual buscamos tratar.

Mercado a conquistar:

Al ofrecer productos de vestir que busquen suplir una necesidad al momento de adquirir el producto ofrecido por la marca, nuestro objetivo es el mercado consumidor. De igual forma, teniendo en cuenta que la estructura de producción física de nuestra marca es con base a un conjunto de recursos naturales que ayuden a mitigar los daños causados por la industria de la moda; buscamos el mercado de la moda sostenible, que a la vez demuestra la exclusividad de la moda artesanal frente a productos del mercado competitivo.

Perfiles de los clientes:

El producto está dirigido a las personas que hacen uso de prendas de vestir estilo cuerina (carteras, cinturones, bolsos, zapatos, chaquetas) en busca de un estilo diferenciador y destacado. Cualquier persona entre el rango de edad de 15-30 años con el poder adquisitivo a la compra de los productos de la marca.

Así mismo, el conjunto de personas interesadas en productos verdes y amigables con el medioambiente.

Funcionalidad del servicio:

El objetivo principal de nuestro producto es brindarle a los usuarios y a la sociedad en generar una alternativa de consumo de ropa y moda, darles la oportunidad de decidir por algo que no le haga daño al ambiente, luzca bonito, llame la atención, sea algo casi que único por el factor exclusividad/diseño propio, un lugar donde no solamente puedan comprar sino aprender y enterar se cómo funciona la industria de la moda y lo que hacemos.

De la misma forma, el servicio busca contribuir al cambio de la moda como la conocemos hoy en día, a una moda sostenible con el medio ambiente, donde los procesos de fabricación sean distintos, desde la utilización de energía renovables, hasta el transporte y manos de obra local. Un producto original, propio, sano, exclusivo y para todos.

Socios Clave



Proveedores de materia prima.
Diseñadores de modas enfocados al diseño del modelo de las prendas.
Asesores de emprendimiento.
Accionistas.
Servicios de marketing y publicidad enfocados en impulsar el nombre de la marca.

Actividades Clave



Procesamiento de residuos vegetales.
Engrase, secado, refinamiento.
Diseño de prendas.
Clasificación de las prendas para su futura distribución.
Actividades de marketing.

Recursos Clave



Fabricación: Maquinaria encargada de los procesos. Residuos vegetales (materia prima).
Venta: Adecuación de los puntos de venta físico.
Empleados.
Financiero: capital.

Propuesta de Valor



Frente a la necesidad de prendas de ropas de calidad y exclusividad cuyo proceso de producción mitigue los impactos negativos al ambiente; diseñamos prendas de ropa y accesorios de estilo cuernina a base de fibra de residuos vegetales.
Nuestros productos se destacan por:

- Brindar diseños personalizables que garantizan un estilo diferenciador y cómodo.
- Presentar un precio acorde a la alta calidad.



Relación con el cliente

Página web que brinda un servicio de personalización acompañada de catálogos digitales.
Redes sociales (Instagram, TikTok).
Comunicación directa.
Relación calidad-precio.
Realización de descuentos para clientes que han realizado un número estimado de compra.

Canales



- Punto de venta físico.
- Página web.
- Redes sociales (Publicidad impulsada por influencers de interés en la moda y el ambiente).
- Catálogos de moda.
- Publicidad impulsada por anuncios y comerciales.

Segmento de clientes

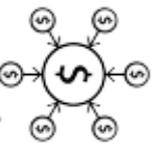


Personas de edad entre 15-30 años que hacen uso de prendas de estilo cuernina (carteras, cinturones, bolsos, zapatos, chaquetas).

Personas en busca de un estilo diferenciador y destacado.

Personas interesadas en productos amigables con el ambiente.

Estructura de costos



Costos fijos
Servicios públicos, renta de locales, renta de fábrica, sueldos, costo de materia prima, impuestos.

Costos variables.
Transporte de envío, publicidad.

Ingreso efectivo por la venta de productos en tiendas físicas.

Pagos por crédito y debito.

Transferencias de apps bancarias digitales (Nequi, Bancolombia a la mano, Daviplata).

El costo de los productos dependerá del producto(s) adquirido(s).

Fuente de ingreso

