



**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LOLA COVELLI BOUTIQUE:
CAMINO A LA SOSTENIBILIDAD EN EL SECTOR DE LA MODA.**

Maria Camila Gómez Cardenas

Julie Pauline Mahecha Lancheros

Universidad Ean

Facultad de Ingenierías

Maestría en gerencia de sistemas de información y proyectos tecnológicos

Maestría en gerencia de abastecimiento

Bogotá, Colombia

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LOLA COVELLI BOUTIQUE: CAMINO
A LA SOSTENIBILIDAD EN EL SECTOR DE LA MODA.**

Maria Camila Gómez Cardenas

Julie Pauline Mahecha Lancheros

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:

Magister en Gerencia de Sistemas de Información y Proyectos Tecnológicos

Magister en Gerencia de la Cadena de Abastecimiento

Director (a):

José Alejandro Martínez Sepúlveda

Modalidad:

Creación de Empresa

Universidad Ean

Facultad de Ingenierías

Maestría en gerencia de sistemas de información y proyectos tecnológicos

Maestría en gerencia de abastecimiento

Bogotá, Colombia

Nota de aceptación:

Firma del jurado

Firma del jurado

Firma del director del trabajo de grado

Ciudad, día/mes/año

Dedicatoria Maria Camila Gómez Cardenas

Dedico este proyecto de grado a mis padres, hermana y abuelos quienes siempre creyeron en mí y me alentaron a seguir mis sueños. Su sacrificio y amor infinito son mi inspiración constante.

Dedico este logro al amor de mis días, quien me ha apoyado incondicionalmente a lo largo de este viaje. Tu amor y comprensión fueron mi roca en momentos de incertidumbre.

Agradecimientos Maria Camila Gómez Cardenas

A Dios por su infinito amor y misericordia a lo largo de este camino.

A mi familia, por su amor incondicional y apoyo emocional.

A mis amigos y compañeros de clase, por las horas de estudio conjunto, las discusiones enriquecedoras y las risas compartidas que hicieron que esta travesía fuera más llevadera.

Dedicatoria Julie Pauline Mahecha Lancheros

Este proyecto es dedicado con amor y gratitud a mi querida familia, quienes han sido mi inspiración constante y mi mayor apoyo a lo largo de este camino.

A mis padres, por ser el ejemplo de tenacidad, sabiduría y amor incondicional. Gracias por mostrarme que con esfuerzo y dedicación se pueden alcanzar los sueños.

A mis hermanos, por su compañía y apoyo incondicional en cada etapa de mi vida. Su presencia ha sido mi fortaleza y motivación para seguir adelante.

A mi adorada hija, mi motor y razón de ser. Todo lo que hago, lo hago pensando en tu futuro y en brindarte lo mejor. Eres mi luz y mi esperanza.

A mis sobrinos y cuñadas, por ser parte fundamental de mi familia y llenar mi vida de alegría y risas. Su cariño y complicidad hacen que cada día sea especial.

Gracias a todos ustedes por ser mi fuente de inspiración, por creer en mí y por hacer de mi vida un hermoso y significativo viaje. Este logro es también suyo, y juntos celebramos cada paso en este apasionante proyecto.

Resumen

En este trabajo de proyecto de grado de creación de empresa se presenta el desarrollo realizado sobre la creación del modelo de negocio de Lola Covelli Boutique.

Lola Covelli Boutique es una marca cofundada por las Hermanas Maria Camila Gómez Cárdenas y Catalina Gómez Cárdenas. Es una marca inspirada en sus dos abuelas Ana Cecilia Covelli de Gómez (QEPD) y Ana Dolores Chaparro Diaz “Lola”.

Cecilia y Lola toda su trabajaron como modistas y “costureras” del barrio y de esta forma sacaron a sus familias adelante. A raíz de ello nace este emprendimiento que rinde un emotivo homenaje a dos abuelas extraordinarias, y a la vez, establece un compromiso con el comercio justo.

Se crean piezas de ropa que no obedecen a tendencias sino diseños sencillos, versátiles y que nunca pasan de moda. Lola Covelli crea más que una simple prenda: es una manifestación tangible de cariño, historia y responsabilidad hacia aquellos que la confeccionan y usan.

Se crean pequeñas colecciones de moda hechas con fibras naturales, respetando el medio ambiente y sus ciclos, se procura producir bajo prácticas del concepto de comercio justo. Creen que la moda no debería ser solo una expresión de estilo, sino también una declaración de valores.

En el ámbito de la moda sostenible en Colombia, la falta de incorporación efectiva de principios de comercio justo presenta un desafío crucial. La carencia de información sobre la ética y la ecología en la producción de moda sostenible afecta la percepción y elección de los consumidores. Esta problemática resulta en una disminución de la adopción de opciones sostenibles, ya que los consumidores carecen de garantías sobre la procedencia ética de los productos. Abordar esta falta de transparencia se vuelve

esencial para marcas como Lola Covelli Boutique, que busca no solo ser sostenible sino también un referente en la implementación exitosa de prácticas de comercio justo en la moda colombiana.

En la primera parte de este proyecto se presenta la justificación del modelo, así como su naturaleza, validación y estructuración del proyecto, complementando con el análisis del sector de la moda sostenible en Colombia. En la segunda parte se hace la validación del mercado, generando y proponiendo las estrategias que se pueden usar para dar a conocer y posicionar la marca, se hace una revisión técnica de los productos y servicios que Lola Covelli Boutique inicialmente va a ofrecer, y se hace la revisión financiera para poder validar y poner en marcha el proyecto en Colombia. Adicionalmente se revisan todos los aspectos legales, ambientales, sociales y de sostenibilidad que el proyecto de negocio tendrá.

Se empleó una metodología en el trabajo que consiste en la aplicación de unos antecedentes y una hipótesis de idea de negocio, que luego es validada a través de diferentes métodos de investigación como encuestas y entrevistas a los principales participantes del modelo como clientes potenciales, proveedores, expertos técnicos en sostenibilidad, marketing, entre otros. Una vez es validada la hipótesis, se presentan las mejoras que se deben realizar para que sea una hipótesis verdadera, que en general entregue un modelo de negocio para la creación de empresa exitoso.

Palabras claves: Moda, Sostenibilidad, Comercio Justo, Negocios, Textil.

Abstract

In this project, the development of the business model of Lola Covelli Boutique is presented.

Lola Covelli Boutique is a brand co-founded by Sisters Maria Camila Gómez Cárdenas and Catalina Gómez Cárdenas. It is a brand inspired by their two grandmothers Ana Cecilia Covelli de Gómez (Deceased) and Ana Dolores Chaparro Diaz "Lola".

Cecilia and Lola worked all their lives as dressmakers and "seamstresses" in the neighborhood and in this way they raised their families. As a result, this venture was born, which pays an emotional tribute to two extraordinary grandmothers, and at the same time, establishes a commitment to fair trade.

The pieces of clothing created do not obey trends, but simple, versatile designs that never go out of style. Lola Covelli creates more than a simple garment: it is a tangible manifestation of affection, history and responsibility towards those who make and wear it.

They create small fashion collections made with natural fibers, respecting the environment and its cycles, they try to produce under fair trade practices. They believe that fashion should not only be an expression of style, but also a statement of values.

In the field of sustainable fashion in Colombia, the lack of effective incorporation of fair trade principles presents a crucial challenge. The lack of information on ethics and ecology in the production of sustainable fashion affects consumer perception and choice. This issue results in a decrease in the adoption of sustainable choices, as consumers lack assurances about the ethical provenance of products. Addressing this lack of transparency becomes essential for brands such as Lola Covelli Boutique, which seeks not only to be sustainable but also a benchmark in the successful implementation of fair trade practices in Colombian fashion.

The first part of this project presents the justification of the model, as well as its nature, validation and structuring of the project, complemented with the analysis of the sustainable fashion sector in Colombia. In the second part, the validation of the market is done, generating and proposing strategies that can be used to publicize and position the brand, a technical review of the products and services that Lola Covelli Boutique will initially offer, and the financial review is done to validate and implement the project in Colombia. Additionally, all the legal, environmental, social and sustainability aspects that the business project will have are reviewed.

A methodology was used in the work that consists of the application of a background and a business idea hypothesis, which is then validated through different research methods such as surveys and interviews to the main participants of the model as potential customers, suppliers, technical experts in sustainability, marketing, among others. Once the hypothesis is validated, the improvements that must be made to make it a true hypothesis, which in general delivers a business model for the creation of a successful company, are presented.

Keywords: Fashion, Sustainability, Fair Trade, Business, Textile.

Tabla de contenido

Lista de Figuras.....	16
Lista de tablas	17
Lista de Gráficos	17
Introducción.....	18
Naturaleza del proyecto	26
Origen o fuente de la idea de negocio.....	26
<i>Descripción del modelo de negocio.....</i>	<i>27</i>
<i>Objetivos empresariales a corto, mediano y largo plazo.....</i>	<i>29</i>
<i>Estado actual del negocio</i>	<i>30</i>
<i>Ventajas competitivas del producto y/o servicio.....</i>	<i>30</i>
Análisis del Sector de la Moda Sostenible en Colombia	32
<i>Análisis de fuerzas que impactan el negocio.....</i>	<i>34</i>
<i>Análisis de oportunidades y amenazas.</i>	<i>41</i>
<i>Análisis de competidores</i>	<i>47</i>
Validación e Investigación de Mercado.....	54
<i>Propuesta de valor</i>	<i>62</i>
<i>Validación.</i>	<i>65</i>
<i>Diseño y descripción del modelo de negocio sostenible.....</i>	<i>69</i>

<i>PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LOLA COVELLI BOUTIQUE: CAMINO A LA SOSTENIBILIDAD EN EL SECTOR DE LA MODA.</i>	14
<i>Aprendizajes de validación e iteraciones del modelo de negocio.....</i>	<i>72</i>
Estrategia y Plan de Introducción de Mercado	78
<i>Objetivos de mercadeo</i>	<i>78</i>
<i>Programa de Acciones de Marketing.....</i>	<i>82</i>
Presupuesto de la mezcla de mercadeo	84
Aspectos Técnicos	87
<i>Objetivos de Producción o Prestación de Servicio.....</i>	<i>87</i>
<i>Definición de las Fichas Técnicas de los Productos y/o Servicios.....</i>	<i>87</i>
<i>Descripción y Definición del Proceso Productivo.</i>	<i>89</i>
<i>Necesidades y Requerimientos.</i>	<i>91</i>
<i>Características de la Tecnología.....</i>	<i>91</i>
<i>Materias Primas y Suministros para la Producción de Lola Covelli Boutique</i>	<i>93</i>
<i>Infraestructura.</i>	<i>94</i>
<i>Personal requerido para la producción y/o prestación del servicio.....</i>	<i>95</i>
<i>Plan de Producción para la Primera Colección de Lola Covelli Boutique.....</i>	<i>96</i>
<i>Modelo de Gestión Integral del Proceso Productivo para Lola Covelli Boutique.....</i>	<i>97</i>
<i>Procesos de Investigación y Desarrollo para Lola Covelli Boutique.</i>	<i>98</i>
<i>Análisis de Tendencias de Moda Sostenible</i>	<i>98</i>
<i>Presupuesto de Producción para Lola Covelli Boutique</i>	<i>99</i>
Aspectos Organizacionales y Legales	101

<i>PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LOLA COVELLI BOUTIQUE: CAMINO A LA SOSTENIBILIDAD EN EL SECTOR DE LA MODA.</i>	15
<i>Misión.....</i>	101
<i>Visión.....</i>	101
<i>Análisis DOFA del Sector de la Moda Sostenible en Colombia.....</i>	102
<i>Estructura organizacional.....</i>	109
<i>Organigrama.....</i>	109
<i>Factores Clave de la Gestión del Talento Humano.....</i>	110
<i>Esquema De Gobierno Corporativo.....</i>	110
<i>Aspectos Legales:.....</i>	111
<i>Estructura jurídica y tipo de sociedad.....</i>	113
Aspectos Financieros.....	116
<i>Modelo 2.0 y simulador financiero.....</i>	117
Enfoque hacia la Sostenibilidad.....	124
Conclusiones.....	128
Referencias.....	130

Lista de Figuras

Figura 1. Lienzo de propuesta de valor	24
Figura 2. Cifras del sector de moda en Colombia junio 2023	34
Figura 3. Síntesis de Análisis PESTEL	41
Figura 4. Tamaño mercado y gasto PER cápita mayo 2023	45
Figura 5. Perfil de persona.....	64
Figura 6. Modelo mapa de sistema de negocio	68
Figura 7. Lienzo de modelo de negocio sostenible.....	72
Figura 8. Empaque prendas pequeñas	85
Figura 9. Etiquetas.....	85
Figura 10. Empaque para prendas grandes.....	86
Figura 11. Proceso Productivo.	90
Figura 12. Síntesis DOFA	107
Figura 13. Organigrama Lola Covelli Boutique	110
Figura 14. Dimensiones identidad Empresa BIC	115
Figura 15. Ingresos ventas primer año.....	119
Figura 16. Definición de inversión Inicial.....	120
Figura 17. Inversión total	121
Figura 18. Indicadores de evaluación financiera.....	123

Lista de tablas

Tabla 1 Proveedores de telas ecológicas.....	42
Tabla 2 Análisis de competencia.....	48
Tabla 3. Modelos de encuesta.....	73
Tabla 4 Fichas técnicas de prendas de Lola covelli boutique.....	88
Tabla 5 características tecnológicas (taller de diseño y ventas)	92
Tabla 6 característica tecnológicas taller de confección.....	92
Tabla 7 Costo de fabricación de prendas.....	117

Lista de Gráficos

Gráfico 1. Genero.....	55
Gráfico 2. Estrato	56
Gráfico 3. Comprar online.....	57
Gráfico 4. Criterios de compra.....	58
Gráfico 5. Presupuesto de compra	59
Gráfico 6. Razones de no comprar.....	60
Gráfico 7. Tipo de tela diario vestir	60
Gráfico 8. Criterios de fidelidad con la marca	61

Introducción

El presente trabajo aborda la creación de Lola Covelli Boutique, una empresa comprometida con la moda sostenible y ética. El negocio se inserta en un campo de conocimiento que busca equilibrar la viabilidad económica con la responsabilidad social y ambiental. Este enfoque resuena con las líneas de investigación del programa de maestría, que se centran en el desarrollo de estrategias para la sostenibilidad empresarial y la optimización de procesos para asegurar la competitividad.

En un mundo en el que la moda rápida domina el mercado, crear ropa consciente se ha vuelto más importante que nunca. La moda es uno de los sectores que más impacto negativo genera en el medio ambiente, ocupando el preocupante segundo lugar entre las industrias más contaminantes a nivel global (Carranza, 2019) y la explotación de los trabajadores en los países en desarrollo es un problema bien conocido. En las últimas décadas, ha habido un notable crecimiento en la industria de la moda rápida, impulsado por la creciente demanda de los consumidores por prendas de vestir asequibles. Sin embargo, los costes medioambientales y sociales de la moda rápida son elevados.

Este tipo de industria también La producción de prendas de vestir tiene repercusiones significativas en las condiciones y el bienestar de las personas encargadas de su fabricación. Muchas marcas de moda rápida externalizan su producción a países asiáticos En países en desarrollo, donde los costos laborales son más bajos, se concentra gran parte de la producción de prendas de vestir. Los trabajadores de estos países suelen cobrar salarios muy bajos y trabajar en entornos inseguros. se evidencia desigualdades entre empleados y empleadores. Los empleadores buscan minimizar costos, mientras que los empleados aceptan trabajar sin regulaciones legales. Se

presenta explotación laboral con jornadas de 12 horas, sin recesos ni tiempo para comer. Los trabajadores enfrentan despidos si expresan disconformidad y no hay regulaciones que protejan sus derechos en estas situaciones (Hernández, 2021). Este tipo de industria también La producción de prendas de vestir tiene repercusiones significativas en las condiciones y el bienestar de las personas encargadas de su fabricación. Muchas marcas de moda rápida externalizan su producción a países asiáticos En países en desarrollo, donde los costos laborales son más bajos, se concentra gran parte de la producción de prendas de vestir. Los trabajadores de estos países suelen cobrar salarios muy bajos y trabajar en entornos inseguros. se evidencia desigualdades entre empleados y empleadores. Los empleadores buscan minimizar costos, mientras que los empleados aceptan trabajar sin regulaciones legales. Se presenta explotación laboral con jornadas de 12 horas, sin recesos ni tiempo para comer. Los trabajadores enfrentan despidos si expresan disconformidad y no hay regulaciones que protejan sus derechos en estas situaciones (Hernández, 2021).

En 2017, la industria textil colombiana enfrentó una crisis debido a la competencia con La disponibilidad de mano de obra con costos más bajos en Asia, combinada con una falta de enfoque en la innovación, ha contribuido a ciertos desafíos en la industria de la moda (Camara de comercio de bogota, 2017). Para defender el empleo y la sostenibilidad empresarial, se realizó una movilización respaldada por la Cámara Colombiana de la Confección. Fenalco resaltó la relevancia crucial de promover la innovación y la formación en el ámbito sectorial. En 2018, las telas inteligentes biodegradables se convirtieron en una tendencia prometedora en Colombia, abriendo oportunidades para aumentar la competitividad y rentabilidad tras la feria Colombiatex.

El sector textil en Colombia, particularmente en Antioquia y Bogotá, es altamente reconocido y tiene una larga tradición en la economía nacional. A pesar de la

competencia, la industria busca el reconocimiento internacional como un productor innovador con talento humano altamente competitivo que busca promover tecnologías limpias y la adaptación del ciclo de vida en los procesos de producción. Durante el 2012 el Programa Colombia Productiva (PTP) presenta informe que muestra que el sector ha trabajado en la formalización de la sostenibilidad y el desarrollo de estrategias en torno a los indicadores sociales y ambientales (Ministerio de educación , 2021). Por lo que desde el gobierno se vienen generando apoyos y capacitaciones en el sector para llevar a la moda a un negocio sostenible de esta manera la Cámara de la ANDI promueve la gestión sostenible a través de la formación y el fortalecimiento del talento humano, la promoción de la innovación y la investigación, la sensibilización y formación empresarial en sostenibilidad, y la toma de decisiones empresariales basadas en principios éticos, respeto por los derechos humanos y el medio ambiente, entre otros (ANDI, 2022).

El comercio justo es un movimiento global que busca transformar el modelo económico insostenible y promover la sostenibilidad en tres vertientes: social, ambiental y económica. Este enfoque multidimensional contribuye a la Agenda 2030 del año 2018 de las Naciones Unidas y sus 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). El comercio justo involucra a diversos actores en las cadenas globales de valor y aborda temas como la erradicación de la pobreza, seguridad alimentaria, igualdad de género, trabajo digno y reducción de desigualdades (Estevez, 2017). Potenciar el impacto del comercio justo es un desafío importante para todos los actores involucrados en el desarrollo sostenible. El desafío actual es crear una marca propia de ropa consciente, es una forma de influir positivamente en la industria de la moda. Promoviendo prácticas de moda sostenibles y éticas. Sin embargo, aún se debe tener presente generar un cambio sistémico que requiere la participación de todas las partes interesadas, incluidos los consumidores, las marcas y los gobiernos.

Es de allí donde se crea la idea de Lola Covelli Boutique una empresa socialmente comprometida rentable y eficiente, capaz de ofrecer productos de alta calidad comercialización de prendas con materiales sostenibles de venta on-line. Con el objetivo de fomentar el comercio justo y beneficiar a las familias en la ciudad de Bucaramanga, a través de la creación de empleo y apoyo en el desarrollo de habilidades y capacitación en confección.

No obstante, la moda rápida sigue exacerbando el consumo y desecho de ropa, agravando la contaminación del medio ambiente. Esta industria emplea una variedad de productos químicos tóxicos en su producción, lo que contribuye a la contaminación del agua y suelo, y plantea riesgos para la salud y el ecosistema. En Colombia, aunque algunas marcas han empezado a abogar por la moda sostenible, priorizando diseño, calidad y condiciones laborales, la industria textil ha experimentado un crecimiento que representa una oportunidad para implementar prácticas más sostenibles, especialmente enfocadas en el comercio justo.

En el proceso de desarrollo de Lola Covelli Boutique, nos enfrentamos a una pregunta esencial: ¿Cómo podemos estructurar un modelo de negocio que garantice la incorporación efectiva de principios de comercio justo en la producción y comercialización de las prendas? Esta interrogante surge al reconocer deficiencias en la aplicación de principios de comercio justo en nuestra producción y comercialización, representando un desafío para alcanzar un equilibrio entre la sostenibilidad, la equidad social y la protección ambiental. La falta de información sobre la procedencia ética y ecológica de nuestros productos en el mercado de moda sostenible en Colombia afecta directamente la percepción y elección de nuestros consumidores. Para abordar esta problemática y situar a Lola Covelli Boutique como un referente en el sector, es crucial replantear la pregunta en términos específicos de nuestra empresa, incorporando así elementos

distintivos de nuestra propuesta y contribuyendo a la transformación de la industria hacia la equidad y la conciencia ambiental.

En respuesta a este desafío, se plantean los siguientes objetivos para la propuesta de creación de Lola Covelli.

- **Objetivo General**

Diseñar un plan de negocios para la creación de una empresa de confección y comercialización on-line de moda sostenible a través de prácticas de comercio justo con sede principal en la ciudad de Bucaramanga.

- **Objetivos específicos**

- Evaluar la viabilidad de una empresa textil de moda sostenible que adopte un modelo de prácticas de comercio justo, considerando las necesidades y las preferencias de la población objetivo.
- Estimar la rentabilidad esperada utilizando herramientas estadísticas para generar las proyecciones iniciales.
- Desarrollar las estrategias y el plan para la creación de una empresa textil con modelo de prácticas de comercio justo.
- Comparar proveedores locales de textiles de materiales ecológicos, para la selección del más adecuado y con menor impacto al ambiente.
- Elaborar un estudio financiero del proyecto usando métodos de evaluación apoyados en proyecciones, estados financieros, formulación de indicadores financieros y la valoración del riesgo que posibilitan la correcta evaluación financiera del proyecto.

Con esta propuesta, se aspira a no solo incursionar en un mercado competitivo, sino a fomentar un cambio en la percepción de la moda, subrayando la importancia de la

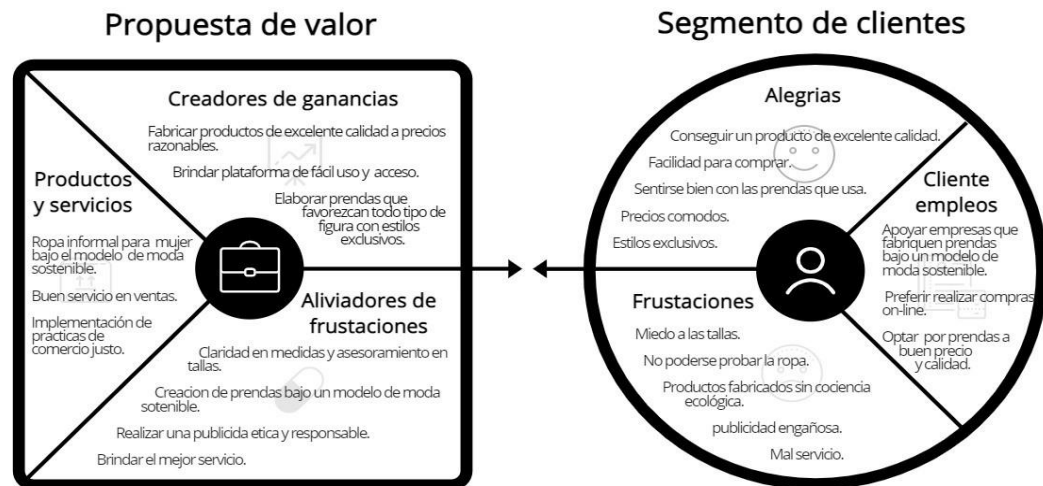
sostenibilidad y la responsabilidad en cada etapa de la cadena de producción. En este sentido, Lola Covelli Boutique busca fusionar la excelencia empresarial con la consciencia social y ambiental, contribuyendo al necesario equilibrio entre rentabilidad, competitividad y sostenibilidad empresarial.

En el mundo cambiante de la moda contemporánea, Lola Covelli Boutique asume el desafío de redefinir la experiencia que los clientes tienen con la moda. Esta experiencia no se limita simplemente a adquirir prendas; es una invitación a una narrativa más profunda y significativa. Se trata de rescatar un legado de tradición y dedicación, personificado en las historias de dos abuelas, Ana Cecilia Covelli de Gómez y Ana Dolores Chaparro Diaz, quienes forjaron sus vidas como modistas y costureras, sosteniendo a sus familias con su labor. Este legado inspirador y auténtico impulsa cada hilo, cada costura y cada diseño de Lola Covelli Boutique.

La experiencia que se busca compartir va más allá de la mera transacción comercial. Es un llamado a la conciencia, a una moda que abraza la sostenibilidad y el comercio ético. Cada prenda es una manifestación de este compromiso, confeccionada con materiales biodegradables como el lino y el algodón, tejida con principios de comercio justo que buscan impactar positivamente a los productores y al medio ambiente. (Ver figura 1)

Figura 1. Lienzo de propuesta de valor

LIENZO DE PROPUESTA DE VALOR



Fuente: Elaboración propia

Lola Covelli Boutique se erige como un puente entre el pasado y el futuro, entre las raíces de dos mujeres luchadoras y el movimiento actual por una moda más consciente. Es una invitación a ser parte de una historia en evolución, a celebrar la tradición y a tejer un futuro sostenible. En cada prenda, en cada experiencia, se conserva y se proyecta este legado de autenticidad y responsabilidad.

El documento sigue una estructura clara y concisa. Comienza con el abordaje de la naturaleza del proyecto, explicando su origen e idea central. A continuación, se describe en detalle el modelo de negocio y se establecen los objetivos empresariales. Se examina el estado actual del negocio y sus ventajas competitivas, seguido de un análisis profundo del sector de la moda sostenible en Colombia. Se evalúan las fuerzas que impactan el negocio, así como las oportunidades y amenazas en el entorno. Además, se realiza un análisis de competidores para comprender la posición en el mercado. La estrategia y el plan de introducción al mercado, con objetivos de mercadeo y acciones

específicas, también se contemplan. Aspectos técnicos y organizacionales, incluyendo la misión, visión, análisis DOFA y estructura organizacional, se detallan antes de abordar aspectos financieros relevantes para el proyecto. Esta estructura facilita la comprensión y el abordaje integral del proyecto empresarial.

Naturaleza del proyecto

Origen o fuente de la idea de negocio

Lola Covelli Boutique es una marca cofundada por las Hermanas Maria Camila Gómez Cardenas y Catalina Gómez Cardenas. Es una marca inspirada en sus dos abuelas Ana Cecilia Covelli de Gómez (QEPD) y Ana Dolores Chaparro Diaz “Lola”.

Cecilia y Lola toda su trabajaron como modistas y “costureras” del barrio y de esta forma sacaron a sus familias adelante. A raíz de ello nace este emprendimiento que rinde un emotivo homenaje a dos abuelas extraordinarias, y a la vez, establece un compromiso con el comercio justo.

Guiados por estos valores de comercio justo y la inspiración de las abuelas, se decide fundar Lola Covelli Boutique, desde el momento en que Julie Pauline Mahecha se encontró con la propuesta de negocio de Lola Covelli, una chispa de entusiasmo se encendió en su interior. La pasión por las prácticas en el comercio justo y la historia de tradición que la marca representa, capturaron su atención de manera poderosa. Reconociendo el potencial único y la importancia de esta iniciativa, se une al equipo para nutrir la idea con su conocimiento y experiencia en logística y análisis financiero. El objetivo es fusionar la nostalgia atemporal de la moda inspirada en las dos abuelas con un compromiso firme con la justicia en el comercio.

Cada pieza de ropa que se crea es más que una simple prenda: es una manifestación tangible de cariño, historia y responsabilidad hacia aquellos que la confeccionan y usan.

Se crean pequeñas colecciones de moda hechas con fibras naturales, respetando el medio ambiente y sus ciclos, se procura producir bajo prácticas del concepto de comercio justo. Creen que la moda no debería ser solo una expresión de estilo, sino

también una declaración de valores. Es por eso por lo que colaboran estrechamente con artesanos y productores locales, garantizando condiciones de trabajo dignas y una remuneración equitativa. Cada hilo y tejido que utilizan cuenta una historia de empoderamiento y esperanza.

El compromiso no se limita solo a quienes trabajan en la creación de las prendas, sino que se extiende a quienes las usan. Cada cliente de Lola Covelli se convierte en un embajador de la justicia en el comercio, llevando consigo una parte de la historia de las abuelas y un mensaje de cambio positivo en la industria de la moda.

Descripción del modelo de negocio

Descripción General:

Lola Covelli es una marca de moda con un enfoque distintivo en la conexión entre el legado de dos abuelas inspiradoras y la promoción de prácticas de comercio justo. Se dedican a crear prendas de vestir que no solo reflejen estilo y elegancia, sino que también cuenten historias significativas y contribuyan al empoderamiento de las mujeres.

Segmento de Cliente:

El principal segmento de cliente incluye a individuos conscientes de la moda que buscan prendas únicas con un trasfondo especial. Además, se dirigen a aquellos que valoran la sostenibilidad, la justicia en el comercio y la conexión emocional con lo que visten. Los clientes son personas que buscan algo más que moda superficial; desean llevar consigo historias y valores en cada prenda que elijan.

Propuesta de Valor:

- **Herencia Inspiradora:** Las prendas de ropa están inspiradas en la herencia y estilo de dos abuelas excepcionales, lo que agrega un toque personal y emotivo a cada prenda.

- **Comercio Justo:** Se comprometen a trabajar con productores locales, garantizando condiciones laborales justas y remuneración equitativa en cada etapa de la cadena de suministro.
- **Elegancia Ética:** Ofrecen prendas de alta calidad que no solo reflejan las últimas tendencias de moda, sino que también están hechas con responsabilidad y respeto por las comunidades involucradas en su creación.
- **Historias Únicas:** Cada prenda tiene su propia historia, lo que permite a los clientes llevar consigo algo más que una simple prenda de vestir. Cada compra es un acto de apoyo a la tradición y la justicia.

Canales de Distribución:

Las prendas de ropa estarán disponibles en una plataforma de comercio electrónico, a través de la cual los clientes pueden explorar nuestras colecciones y realizar compras convenientemente, y se tiene planeado estar en puntos de venta seleccionados que compartan los mismos valores y enfoque ético de la marca.

Relaciones con los Clientes:

Se busca establecer relaciones significativas con los clientes al enfatizar la autenticidad y la conexión emocional con nuestras prendas. A través de redes sociales, blogs, ferias y eventos, donde se busca compartir historias detrás de las creaciones, involucrando a los clientes en el viaje de la historia de la creación de la marca y la justicia en los valores éticos.

Recursos Clave:

- **Diseño y Creatividad:** Diseño de prendas que reflejan tanto el legado de las abuelas como las tendencias actuales de moda.
- **Red de Producción Ética:** Colaborar con productores locales para garantizar la producción ética y sostenible de nuestras prendas.
- **Plataforma en Línea:** La plataforma de comercio electrónico es esencial para llegar a un público global y ofrecer una experiencia de compra sin problemas.

Actividades Clave:

- **Diseño y Producción:** Crear y producir prendas de acuerdo con los estándares de calidad y ética que los guían.
- **Marketing y Promoción:** Compartir las historias, valores y productos a través de estrategias de marketing en línea, redes sociales y colaboraciones.

Objetivos empresariales a corto, mediano y largo plazo

Corto Plazo (6 meses - 1 año):

- **Lanzamiento Exitoso de la Primera Colección:** Diseñar, producir y lanzar con éxito la primera colección de prendas de moda, asegurando la calidad y el cumplimiento de los estándares éticos.
- **Construcción de Presencia en Redes Sociales:** Alcanzar una base de al menos 10,000 seguidores en plataformas de redes sociales como Instagram y Facebook, compartiendo historias detrás de las prendas y creando una comunidad comprometida.
- **Establecimiento de Colaboraciones Locales:** Forjar alianzas con al menos dos tiendas locales que compartan nuestros valores, para expandir la distribución física de nuestras prendas.

Mediano Plazo (1 - 3 años):

- **Diversificación de Productos:** Ampliar la gama de productos ofrecidos, incluyendo accesorios complementarios, aumentando así la variedad y la atraktividad para los clientes.
- **Expansión Nacional:** Establecer presencia en al menos tres ciudades a nivel nacional, a través de puntos de venta estratégicamente ubicados.
- **Certificación de Comercio Justo:** Obtener una certificación reconocida de comercio justo que respalde y autentique nuestras prácticas éticas en la cadena de suministro y producción.

Largo Plazo (3 - 5 años):

- **Expansión Internacional:** Iniciar operaciones en mercados internacionales seleccionados, adaptando la estrategia a las preferencias y demandas culturales específicas.
- **Innovación Sostenible:** Investigar y adoptar tecnologías y materiales sostenibles de vanguardia en la producción de prendas, demostrando el compromiso continuo con la responsabilidad ambiental.
- **Impacto en Comunidades:** Establecer programas de responsabilidad social corporativa (RSC) que respalden a las comunidades de artesanos y productores locales, contribuyendo al desarrollo económico y social.
- **Referencia en Ética y Estilo:** Convertirse en una referencia reconocida en la industria de la moda ética, siendo conocidos tanto por sus creaciones elegantes como por la dedicación a la justicia en el comercio.

Estado actual del negocio

Lola Covelli Boutique se encuentra en su etapa inicial de desarrollo y operaciones. Durante este tiempo se están dando los primeros pasos para transformar la visión a una realidad concreta en el mundo de la moda. Aunque se está en una fase temprana, se ha logrado establecer las bases esenciales que le permitirán crecer y evolucionar hacia un emprendimiento exitoso y sostenible.

Ventajas competitivas del producto y/o servicio

- **Marca con Propósito:** Al combinar moda con valores, Lola Covelli se convierte en una marca con un propósito claro, lo que atrae a una audiencia que busca más que solo tendencias superficiales.
- **Comercio Justo y Ética:** La firme dedicación al comercio justo y la producción ética los distingue en un mercado donde la sostenibilidad y la responsabilidad social son cada vez más importantes para los consumidores. Esto crea una ventaja moral y de valores.

- **Experiencia Personalizada:** Aprovechan las redes sociales y el contenido relacionado con la marca para crear una experiencia más personalizada y cercana con los clientes.

Análisis del Sector de la Moda Sostenible en Colombia

La industria de la moda en Colombia ha experimentado un notable crecimiento a lo largo de su historia, convirtiéndose en un sector de vital importancia para la economía del país. Desde sus primeros pasos a principios del siglo XX, con la fundación de Coltejer en 1907, hasta la actualidad, donde la creatividad y la calidad de los diseñadores colombianos son reconocidas internacionalmente, este sector ha evolucionado de manera significativa (**Revista Compensar, 2017**).

Uno de los hitos más significativos en esta evolución fue el auge del diseño de moda en la década de 1980, que marcó una transición de la producción de ropa básica a la creación de diseños innovadores y de alta calidad. Este cambio se vio reflejado en la creación de Inexmoda en 1987, una organización dedicada a impulsar y promover la industria de la moda en Colombia (**Inexmoda, 2022**). Esta desempeña un papel crucial en el fortalecimiento del sector de la moda en Colombia, al proporcionar una plataforma para la promoción y el crecimiento de la industria. Además, su compromiso con la moda sostenible contribuye a elevar la conciencia y la práctica de la sostenibilidad en la industria de la moda en el país. Su influencia y programas son valiosos para diseñadores, empresarios y emprendedores que buscan destacar en la industria de la moda colombiana.

La moda en Colombia no solo ha impulsado la creatividad y la calidad, sino que también ha tenido un impacto significativo en la economía del país. Representa aproximadamente el 1.6% del Producto Interno Bruto (PIB) de Colombia y más del 12% del PIB manufacturero. Además, es responsable de alrededor del 5% de las exportaciones totales de Colombia (**Inexmoda, 2023**). Estas cifras subrayan la importancia económica de la industria de la moda y su contribución al crecimiento económico y la generación de empleo en el país.

La industria de la moda en Colombia también está adoptando enfoques innovadores y sostenibles. Se están utilizando materiales amigables con el medio ambiente, como la lana de oveja, la seda, el algodón orgánico y otros textiles sostenibles **(Infobae, 2022)**. Esta tendencia refleja la creciente conciencia sobre la importancia de la sostenibilidad en la moda y la necesidad de reducir el impacto ambiental de la industria.

El enfoque en la moda sostenible se ha vuelto esencial para la industria de la moda, ya que las preocupaciones ambientales y sociales están en aumento **(Rojas, 2021)**.

Los consumidores buscan prendas que sean respetuosas con el medio ambiente y se produzcan de manera ética. Esto ha llevado a un aumento en la demanda de moda sostenible, lo que representa una oportunidad significativa para las empresas del sector **(Emprendedores, 2023)**. La inversión en la industria de la moda en Colombia es fundamental para seguir impulsando el crecimiento económico y la generación de empleo en el país. Su larga historia de creatividad y calidad, respaldada por cifras impresionantes (ver Figura 2), demuestra que este sector es una fuerza importante en la economía colombiana. Además, la adopción de prácticas sostenibles asegura que la industria de la moda colombiana esté preparada para los desafíos del futuro y continúe siendo un referente en el mercado global.

Figura 2. Cifras del sector de moda en Colombia junio 2023



Fuente: Tomado de (Inexmoda, 2023)

Análisis de fuerzas que impactan el negocio

Para llevar a cabo un análisis estratégico, es crucial examinar siempre los factores externos que puedan tener un efecto tanto positivo como negativo en la empresa, a fin de tomar medidas y ejecutar decisiones de manera efectiva. En esta ocasión, centrados en el mundo de la moda con este fin se realiza un análisis PESTEL.

Político/Legal:

Variables Favorables.

- El programa de economía circular refleja la posibilidad de una política gubernamental en Colombia en torno a la sostenibilidad y la economía circular. También puede indicar regulaciones futuras que podrían afectar a la industria de la moda en términos de residuos, producción y consumo (**Ministerio de Ambiente y Desarrollo, 2021**).

- Además, existen regulaciones sobre el uso de productos químicos en la cadena de producción textil, lo que puede impactar en la sostenibilidad de la empresa (**ministerio de ambiente, 2022**) el Gobierno Nacional de Colombia ha establecido nuevos aranceles para las importaciones de artículos de vestuario importados que puede brindar una oportunidad el producto nacional (**Rojas, 2021**).
- La creación del Comité de Auditoría Ambiental y las medidas propuestas indican una clara influencia política y legal en la industria de la moda. Esto sugiere que hay un marco regulatorio y político en evolución que puede impactar a las empresas de moda en el Reino Unido y, por extensión, en otros países (**Chan, 2022**).
- El reconocimiento legal de las Sociedades BIC en Colombia a través de la Ley 1901 de 2018 establece un respaldo institucional claro para estas empresas, lo que puede fomentar su crecimiento y aceptación en el país (**Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Confecámaras, 2019**).
- Los incentivos tributarios y líneas de crédito preferenciales brindan un entorno propicio para que las empresas adopten la condición BIC, fomentando así prácticas empresariales más responsables y alineadas con el bienestar social y ambiental (**Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Confecámaras, 2019**).
- Las normativas que promueven prácticas laborales equitativas y la participación de los trabajadores en las empresas BIC reflejan un compromiso con la equidad y el involucramiento de la fuerza laboral en las decisiones y actividades empresariales (**Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Confecámaras, 2019**).

Variables desfavorables.

- La falta de políticas gubernamentales claras y definidas en cuanto a la promoción y el fomento de la moda sostenible en Colombia es un problema que se ha identificado en la literatura (**Esquivel, 2016**).

- En cuanto a las barreras arancelarias y los trámites burocráticos para la importación de insumos y materias primas orgánicas y sostenibles (**DIAN, 2022**).

Económico:

Variables Favorables.

- Colombia ha experimentado un crecimiento en la demanda por la moda sostenible, impulsado por consumidores cada vez más conscientes y preocupados por el medio ambiente (Rojas, 2021).
- A pesar de esto, el mercado de la moda sostenible en Colombia puede ser considerado aún emergente, lo que puede limitar el acceso a financiamiento y recursos en su expansión (Bolívar, 2020).
- El crecimiento de la moda que representa el 9,4% del PIB industrial del país y emplea a unas 600.000 personas. Colombia tiene una industria fuerte con más de 14.000 empresas de moda, en su mayoría micro y pequeñas empresas, y una mano de obra calificada y especializada (Inexmoda, 2022).

Variables desfavorables.

- El costo más elevado de los insumos y materiales orgánicos y sostenibles, lo que puede generar un aumento en los precios finales de los productos sostenibles, reduciendo su competitividad en el mercado (Rojas, 2021). La baja disposición de los consumidores colombianos a pagar un precio mayor por productos sostenibles, debido a la falta de conciencia y educación en materia de moda y sostenibilidad (BCG, 2023).

Sociocultural:

Variables Favorables.

- Los consumidores en Colombia están buscando cada vez más productos sostenibles, especialmente en las grandes ciudades (Fenalco, 2019).

- Además, la moda sostenible puede estar asociada con valores de responsabilidad y cuidado ambiental, lo que puede ser atractivo para un segmento de la población que se identifica con estos valores (Murcia G. P., 2020).
- La creciente conciencia y preferencia por la moda sostenible en países como Dinamarca, Australia y Alemania sugiere un cambio en la percepción y valores de los consumidores hacia la sostenibilidad. Esto podría indicar una aceptación similar en la sociedad colombiana y un mercado receptivo a la moda sostenible (Statista, 2022).
- La conciencia y la preocupación por el impacto ambiental y social de la industria de la moda están creciendo en la sociedad. La respuesta del Reino Unido, con medidas como la prohibición de la incineración de ropa no vendida, indica una tendencia hacia la responsabilidad social en la moda, lo que puede afectar las percepciones y preferencias del consumidor (Chan, 2022).

Variables desfavorables.

- La falta de una cultura de consumo responsable y sostenible en Colombia, con una preferencia por productos más económicos y de menor calidad (Reina, 2023).
- El desconocimiento de los beneficios de la moda sostenible y la falta de información y educación en la materia (Reina, 2023) .

Tecnológico:

Variables Favorables.

- El éxito de la empresa de moda sostenible en Colombia dependerá en gran medida de su capacidad para incorporar tecnología en la cadena de producción, como herramientas de monitoreo de la sostenibilidad y la trazabilidad de los materiales (Cristancho, 2018).

- Además, la tecnología puede ser utilizada para mejorar la comunicación con los consumidores y crear una relación de transparencia y confianza en cuanto a la sostenibilidad de la empresa (Leal Hernández, 2021).
- La implementación de tecnologías sostenibles refleja un enfoque progresivo hacia la reducción de la huella ambiental y la mejora de la eficiencia empresarial en el uso de recursos (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Confecámaras, 2019).
- La utilización de plataformas digitales para transparentar y difundir información sobre el impacto social y ambiental demuestra una adopción efectiva de la tecnología para promover la transparencia y la responsabilidad (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Confecámaras, 2019).

Variables desfavorables.

- La falta de tecnología y herramientas adecuadas para la producción y el diseño de moda sostenible en Colombia (Ocampo, 2020).
- La falta de inversión en investigación y desarrollo de materiales y procesos sostenibles (Ocampo, 2020).

Ecológico:

Variables Favorables.

- La moda es una de las industrias más contaminantes del mundo (Climaterra, 2021). La empresa de moda sostenible debe comprometerse con prácticas ambientalmente responsables, como el uso de fibras orgánicas, la reducción de residuos y la gestión adecuada de químicos en la producción.
- Además, la empresa de moda sostenible debe estar en sintonía con la biodiversidad de Colombia, uno de los países más ricos en recursos naturales en el mundo (Rojas, 2021).

- El enfoque en prácticas eco-amigables y el uso responsable de recursos naturales subrayan un compromiso con la sostenibilidad ambiental y la reducción de impactos negativos en el entorno natural (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Confecámaras, 2019).
- La adopción de estrategias para minimizar la generación de desperdicios y fomentar el reciclaje refleja una consideración activa por la gestión ambiental adecuada y la reducción de la contaminación (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Confecámaras, 2019).

Variables desfavorables.

- La falta de involucramiento y conciencia en materia de sostenibilidad por parte de los productores y consumidores de moda en Colombia (Esquivel, 2016).
- El impacto ambiental generado por la producción y descarte de productos de moda no sostenibles (Esquivel, 2016).

Legal:

Variables Favorables.

- La empresa de moda sostenible en Colombia debe cumplir con las leyes laborales y de derechos humanos para asegurar que sus trabajadores estén recibiendo un trato justo y digno (Vargas, 2019).
- Además, la empresa debe promover la inclusión social y de género, tomando en cuenta la diversidad cultural y étnica de Colombia (Ministerio de comercio, 2019).
- La ambición de la Copenhagen Fashion Week de ser 100% sostenible para 2023 señala un posible cambio en la normativa legal en la industria de la moda. Colombia puede considerar futuras regulaciones relacionadas con la sostenibilidad en la moda y ajustar su estrategia empresarial en consecuencia (Statista, 2022).
- La adecuación a estándares legales y de reporte establecidos por la Superintendencia de Sociedades y otras autoridades competentes garantiza la conformidad legal y la

transparencia en la operación de las empresas BIC (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Confecámaras, 2019).

- Las regulaciones que promueven la responsabilidad social empresarial y la adopción de modelos de negocio con propósito indican un marco legal que favorece la integración de consideraciones sociales y ambientales en la estrategia empresarial (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Confecámaras, 2019).

Variables desfavorables.

- La falta de regulaciones y leyes específicas en Colombia relativas a la responsabilidad social y ambiental en la producción y diseño de moda sostenible (Ocampo, 2020). La falta de un marco regulatorio que garantice la veracidad y el cumplimiento de las etiquetas ecológicas y sostenibles (Ocampo, 2020).

Dadas las oportunidades y desafíos identificados, la posibilidad de crear una empresa de moda sostenible en Colombia parece viable. El respaldo gubernamental, la creciente demanda de moda sostenible y el enfoque en la economía circular indican un entorno propicio para emprender en este sector. Sin embargo, es esencial abordar los desafíos, como el costo de insumos y la conciencia del consumidor, a través de estrategias sólidas de educación, sensibilización y posiblemente asociaciones con organizaciones y programas gubernamentales. La innovación tecnológica y la transparencia en la cadena de suministro también serán clave para el éxito en este mercado emergente. (Ver imagen 3) donde se sintetiza los resultados del análisis PESTEL.

Figura 3. Síntesis de Análisis PESTEL

P	E	S	T	E	L
POLÍTICA	ECONÓMICO	SOCIAL	TECNOLOGÍA	ECOLOGÍA	LEGAL
<p>Variables Favorables Programa de economía circular. Regulaciones sobre químicos en la producción. Nuevos aranceles para importaciones nacionales. Reconocimiento legal de Sociedades BIC. Incentivos tributarios y líneas de crédito preferenciales.</p> <p>Variables Desfavorables Falta de políticas gubernamentales claras en moda sostenible. Barreras arancelarias y trámites burocráticos.</p>	<p>Variables Favorables Crecimiento de la demanda por moda sostenible. Fortaleza de la industria de moda en Colombia. Mano de obra calificada y especializada.</p> <p>Variables Desfavorables Costo elevado de insumos sostenibles. Baja disposición de consumidores a pagar más.</p>	<p>Variables Favorables Aumento en la demanda de productos sostenibles en grandes ciudades. Asociación de moda sostenible con valores responsables.</p> <p>Variables Desfavorables Falta de cultura de consumo responsable en Colombia. Desconocimiento de beneficios de moda sostenible.</p>	<p>Variables Favorables Uso de tecnología en la cadena de producción. Tecnología para comunicación transparente con consumidores.</p> <p>Variables Desfavorables Falta de tecnología y herramientas para moda sostenible. Baja inversión en investigación y desarrollo.</p>	<p>Variables Favorables Prácticas ambientalmente responsables. Adaptación a biodiversidad de Colombia. Estrategias para minimizar desperdicios.</p> <p>Variables Desfavorables Falta de conciencia y desconocimiento en sostenibilidad.</p>	<p>Variables Favorables Cumplimiento de leyes laborales y de derechos humanos. Promoción de inclusión social y de género. Posible cambio en normativas de sostenibilidad.</p> <p>Variables Desfavorables Falta de regulaciones específicas en responsabilidad social y ambiental. Ausencia de marco regulatorio para etiquetas ecológicas.</p>

Fuente: Elaboración propia

Análisis de oportunidades y amenazas.

El análisis de las cinco fuerzas de Porter es fundamental para evaluar el entorno cercano en la moda sostenible. Estas fuerzas nos ayudarán a identificar la dinámica competitiva del sector, permitiendo así a Lola Covelli Boutique conocer su posición en el mercado y desarrollar estrategias para mejorar su rentabilidad y sostenibilidad.

Poder de Negociación con los Proveedores.

Los proveedores en el sector textil para la moda sostenible tienen un poder de negociación alto debido a que son limitados y esto les otorga un gran poder de negociación puesto que son limitadas las tiendas que realizan envíos a nivel nacional lo que genera una gran amenaza a la hora de tener gran accesibilidad en la compra de insumos. Una manera de mitigar este impacto es tener un proveedor que cuente con un stock y las características de los materiales que

Lola Covelli necesita para su producción. Es importante tener presente otros aspectos como la calidad del producto, pues al contar con fibras 100% puras se puede garantizar a los clientes son materiales de bajo impacto, lo que permite como empresa contar con tres proveedores con los que se puede garantizar un porcentaje de pureza del producto del 100% y encontrarlos en la ciudad de Bucaramanga esto permite un mayor poder de negociación (ver tabla 1). Una amenaza con dos de estos tres proveedores es el hecho de fabriquen sus propias prendas pues cuentan con acceso libre a materiales y ser una competencia directa (Ocampo, 2020).

La reactivación de los cultivos de algodón en el país parece ser una oportunidad para abastecer de insumos a las empresas de la industria textil (Rojas, 2021) .La falta de involucramiento y conciencia en materia de sostenibilidad por parte de los productores y consumidores de moda en Colombia (Esquivel, 2016), y el impacto ambiental generado por la producción y descarte de productos de moda no sostenibles (Esquivel, 2016).Son problemas que se han identificado en la literatura. La falta de regulaciones y leyes específicas en Colombia relativas a la responsabilidad social y ambiental en la producción y diseño de moda sostenible (Rojas, 2021), y la falta de un marco regulatorio que garantice la veracidad y el cumplimiento de las etiquetas ecológicas y sostenibles (Ocampo, 2020) también son problemas identificados.

Tabla 1 Proveedores de telas ecológicas

PROVEEDORES DE SOSTENIBLES COLOMBIA	PRODUCTOS	ENVÍOS A LA CIUDAD DE BUCARAMANGA	COMPROMISO CON LA SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL.	CERTIFICACIÓN AMBIENTAL
LAFAYETTE FUENTE LA INFORMACIÓN HTTPS://WWW.LAFAYETTE.COM	PET RECICLADOS ALGODÓN 100% LINO	Si	Alto	Global Recycled Standard (GRS), Chemical Management System (CMS)
DYSATEX FUENTE LA INFORMACIÓN HTTPS://WWW.DYSATEX.COM	LINO 100% ALGODÓN 75%	No	Alto	No hay evidencia de certificación
FABRICATO FUENTE LA INFORMACIÓN HTTPS://WWW.FABRICATO.COM/ES	PET RECICLADO ALGODÓN 50%	No	Alto	Global Recycled Standard (GRS), Chemical Management System (CMS)

NATUH HTTPS://NATUH.CO/	PET ALGODÓN RECILCADO	No	Alto	No hay evidencia de certificación
TELAS PAT-PRIMO HTTPS://WWW.TELASPATPRIMO.CO.M/	LINO 100% ALGODÓN 100%	Sí	Alto	Global Recycled Standard (GRS), Chemical Management System (CMS)
FACOL BUCARAMANGA HTTPS://WWW.FACOL.COM.CO/	LINO 100% ALGODÓN 100%	SI	No hay evidencia de compromiso	No hay evidencia de certificación

Fuente: Elaboración propia

FABRICATO, NATUH y TELAS PAT-PRIMO, al demostrar un fuerte compromiso y acciones concretas hacia la sostenibilidad ambiental, poseen un poder de negociación significativo frente a sus proveedores. Estas empresas representan aliados estratégicos para los proveedores, ya que buscan materiales eco amigables y procesos sostenibles. Además, su respaldo con certificaciones reconocidas internacionalmente, como el Global Recycled Standard (GRS) y el Chemical Management System (CMS), fortalece su posición de negociación al exigir a los proveedores cumplir con altos estándares ambientales. Este compromiso refleja una preferencia por prácticas éticas y ecológicas, lo que otorga a estos proveedores una ventaja al establecer acuerdos que respalden la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental en la cadena de suministro.

Lola Covelli Boutique ha tomado la decisión estratégica de colaborar estrechamente con Pat Primo, reconociendo su invaluable rol como aliado clave para potenciar el Poder de Negociación con los Proveedores. La experiencia consolidada de Pat Primo en la industria textil, respaldada por sus 65 años de trayectoria y la producción anual de 19 millones (fucsia.co, 2022), posiciona a esta compañía como un socio estratégico de gran relevancia. Al establecer esta colaboración, Lola Covelli Boutique busca acceder a una red sólida de proveedores y materias primas de alta calidad provenientes del Medio Oriente, lo que permitirá optimizar costos y mejo-

rar la eficiencia en la cadena de suministro. Además, la reputación sostenible y las prácticas innovadoras de Pat Primo en tecnología y sostenibilidad (fucsia.co, 2022), alineadas con la filosofía de sostenibilidad de Lola Covelli, fortalecerán la credibilidad y competitividad en el mercado, generando un impacto positivo en las relaciones con los proveedores y estableciendo una base sólida para futuras negociaciones estratégicas.

Poder de Negociación con los Compradores

Los hogares colombianos gastaron \$2.536.125 millones en moda en mayo de 2023, las ciudades con mayor gasto en moda fueron Bogotá, Medellín y Cali. Para la ciudad de Bucaramanga está en un buen panorama para iniciar la empresa de Lola Covelli pues se encuentra en la posición número 6 con una participación del 2.1% (Ver imagen 4) (Inexmoda, 2023). En la actualidad, una buena alternativa es promocionar a través de redes sociales brindar promoción a grandes masas y por eso se debe invertir una cantidad considerable de dinero en marketing. Para lograr la retención de clientes es necesario dar calidad, buen servicio, estrategias como descuentos y las ofertas de membresía. Mejorar la experiencia del cliente a través de la tecnología también se ha vuelto esencial. Los sitios web y las aplicaciones juegan un papel importante comportamiento diario de compra de moda. Se puede deducir que el poder de negociación de los clientes en moda sostenible es alto, ya que los clientes tienen acceso a una gran cantidad de marcas y opciones de moda “fast fashion” y pueden comparar fácilmente precios y calidad entre ellos.

Figura 4. Tamaño mercado y gasto PER cápita mayo 2023



Fuente: tomado de (Inexplora, 2023)

Amenaza de Nuevos Competidores

El sector de la moda es atractivo para nuevos competidores debido a que no presenta grandes barreras para ingresar debido a las regulaciones gubernamentales. Aunque es importante buscar estrategias para destacar del mercado ya establecido buscando tener relación íntima con los consumidores. Para Lola Covelli Boutique pretende diferenciarse de otras marcas con moda justa, sostenible y con prendas únicas, pero esto requiere inversiones importantes. El sector tiene una alta competencia, y las empresas con productos o servicios innovadores pueden tener una ventaja. Y buscar un impacto mínimo en los canales de distribución pues puede ser una amenaza el poder distributivo de las empresas más grandes (Ocampo, 2020).

Amenaza de Productos Sustitutos

La amenaza de productos sustitutos es alta, ya que existen algunos sustitutos potenciales, como la ropa de segunda mano o la ropa “fast fashion”. Sin embargo, en la actualidad la mayoría de los consumidores buscan prendas de marcas de moda sostenible, lo que reduce la amenaza de sustitutos. Pero se puede verse afectado por marcas que se destaquen por ser diferentes en aspectos como el diseño, el precio, facilidad de comprar, y aunque no se evidencia otro producto que sustituya necesidades de vestir, es importante buscar cubrir la mayor parte de las necesidades de los clientes para que se fidelicen a Lola Covelli Boutique. Para mitigar la amenaza de productos sustitutos de Lola Covelli Boutique es fundamental enfocarse en fortalezas diferenciales y estrategias específicas que resalten la singularidad de la marca, especialmente en la educación que se le debe brindar a los clientes sobre la importancia de la sostenibilidad y el impacto positivo de sus elecciones de compra en la sociedad y el medio ambiente.

En conclusión, el sector puede responder a diferentes medios para hacer frente a la amenaza de nuevos productos de sustitución como aumentar la calidad de los productos, buscar otros canales de distribución o potenciar e intensificar la publicidad, establecer colaboraciones con otras marcas sostenibles o instituciones que compartan los mismos valores,

Rivalidad entre los competidores.

En la industria de la moda tienen gran cantidad de competidores con clientes fieles y con un mercado estable, empresas tan bien posicionadas que puede hacer cobros elevados sin perder imagen, ni ventas. La competencia existe en el negocio de moda sostenible es alta, debido a que el mercado de la moda es muy competitivo. Los clientes tienen una gran variedad de opciones para elegir, y los competidores ofrecen productos similares. Es elevada las cifras demuestran que es un sector activo y en crecimiento continuo, pero estas mismas cifras

también demuestran que generan ganancias de hasta 14.8 billones en ventas (Imagen 4) lo que demuestra que es un sector rentable y en crecimiento, pero lo que también dificulta la entrada a nuevos competidores.

En Colombia, la competencia directa de las empresas de moda sostenible en su mayoría son pequeñas empresas con trayectorias de 4 a 13 años (ver tabla 2) lo que permite evidenciar que al posicionarse en el mercado puede ser un negocio estable.

La industria de la moda sostenible es un sector en crecimiento y fuertemente apoyado por políticas públicas no solo locales sino internacionales, lo que puede llevar no solo un crecimiento local sino internacional como varias de las empresas del sector lo han logrado posicionar en mercados en algunas ciudades de EE. UU. (ver tabla 2)

En cuanto a la diferenciación de precios y marcas, la mayoría de las empresas ofrecen una misma o similar calidad en sus productos. Por esta razón, el ganar clientes con un precio más competitivo y de alta calidad.

Análisis de competidores

En la siguiente tabla se muestra algunas de las empresas con mayor trayectoria y que son competidores directos de Lola Covelli Boutique, se analiza la filosofía, precios, materiales, ubicación, trayectoria y tipo de comercio del mercado textil. Esto con el fin de determinar cuáles son las marcas de directa competencia y como se podría posicionar en el mercado la marca de Lola Covelli Boutique, determinando quienes son y como se debe competir.

Tabla 2 Análisis de competencia.

Empresa	Filosofía	Precios	Materiales	Ubicación	Trayectoria	Tipo de Comercio
Lish Clothing (lish clothing, s.f.) (Marca Colombiana)	Somos agentes de cambio, nuestras prácticas tienen como objetivo transformar la moda y generar impactos positivos en los ecosistemas y comunidades a través de la creatividad.	Blusas \$160.000- \$175.000 Camisas \$220.000- \$260.000 Camisetas. \$80.000	Algodón convencional residuos del 5% popelina de algodón convencional algodón jaspeado upcycling	Bogotá D.C	8 años	Su tipo de comercio es el diseño colombiano sostenible.
Dvotio (dvotio, s.f.) (Marca Colombiana)	Dvotio trabaja para combatir dos problemas principales, social y ambiental, en su entorno. Rescatan técnicas ancestrales de elaboración e hilado con materiales naturales y las fusionan con diseños contemporáneos en prendas que se ofrecen dentro del concepto de economía circular.	Camisetas \$75.600	Algodón natural Insumos naturales no contaminantes.	Nariño	9 años	Comercio Justo
Little Ramonas (Ramonas, s.f.) (Marca Colombiana)	Little Ramonas utiliza materiales como cuero libre de cromo y fibras recicladas, aparte, persigue la disminución del agua en sus procesos de fabricación para suministrar prendas de elevada calidad con conciencia y bajo impacto ambiental.	Top \$125.000- \$175.000 Camisas \$ 190.000	Hecho con 97 % ALGODÓN y 3% LYCRA 100% Algodón ligero y aireado	Bogotá D.C	14 años	Tipo de comercio es el diseño colombiano independiente
Juan Pablo Martínez Eco Fashion (Juan Pablo Martínez Eco Fashion, s.f.) (Marca Colombiana)	Con el objetivo de generar Cero Desperdicio, la marca fundada por Juan Pablo Martínez emplea materiales como algodón reciclado o PET en la producción de prendas. Para cumplir esta misión, la marca remasteriza su proceso de diseño y ofrece una selección de artículos ecológicos a los amantes del rock.	Blusas \$191.000- \$212.000 Bodys \$124.000 Top \$200.000	Algodón BCI con inserciones de encaje reciclado. Encaje de lencería reciclado. 90 % nailon, 10 % elástico. Tejido PET reciclado.	Bogotá D.C	14 años	Tipo de comercio es el diseño colombiano sostenible

Religare (Religare, s.f.) (Marca Colombiana)	Religare se esfuerza por tener un impacto positivo en el medio ambiente mediante la utilización del arduo trabajo de los artesanos colombianos, la reutilización de telas desechadas, el uso de materiales orgánicos y la producción de una cantidad limitada de prendas.	Top \$230.000- \$423.500 Camisa \$420.000	Algodón Algodón y botones de coco Cordón poliéster y piedras Nácar tela rib tintes naturales para sus telas (como pepas de aguacate, mora, remolacha, café)	Medellín	7 años	Economía Circular
Casa Lefay (Casa Lefay, s.f.) (Marca Colombiana)	La principal inquietud de casa Lefay es el impacto que dejamos en el planeta devolviéndole un poco de lo mucho que se nos ofrece. Con este fin, crean colecciones de ropa que utilizan fibras naturales sostenibles, respetando al medio ambiente y a sus ciclos, y produciendo bajo el principio de comercio justo.	Camiseta \$110684	Confección con algodón suave de alta calidad	Bogotá D.C	6 años	Comercio Justo
Paloma Angostura (Paloma Angostura, s.f.) (Marca Colombiana)	Paloma y Angostura tienen una visión de negocio única y sostenible, basada en cuatro pilares esenciales: la promoción de la paz, la medición de la huella de carbono, la reducción del desperdicio de agua y la gestión de residuos. Gracias a su compromiso con el uso de materiales conscientes y sostenibles	camisetas básicas \$65.000 \$75.000 chaquetas entre \$120.000 y \$180.000	Algodón orgánico, algodón reciclado, alpaca	Bogotá D.C	9 años	Cadena de Producción Solidaria

<p>Madre Tierra (Madre Tierra, s.f.) (Marca Colombiana)</p>	<p>Nuestra marca utiliza algodón reciclado para crear prendas ecológicas, ahorrando agua y evitando el uso de productos químicos peligrosos. Además, nuestro algodón orgánico genera menos gases de efecto invernadero, lo que hace que nuestra ropa sea sostenible.</p>	<p>Top \$99.000- \$157.000 Camiseta \$79.000- \$65.000 Camisa \$99.500- \$199.000</p>	<p>47.5% Botellas de plástico recicladas 47.5% Algodón recuperado 5% Elastano. 50% algodón reutilizado 50% algodón orgánico 55% algodón pima 45% acrílico 100% Lino</p>	<p>Bogotá D.C</p>	<p>8 años</p>	<p>Tipo de comercio es el diseño colombiano ecológico</p>
<p>Alternativa de Moda SAS (Alternativa de moda SAS, s.f.)</p>	<p>Crear tu propio estilo ofreciendo colecciones de alta calidad con las tendencias globales más importantes del momento y colaboraciones especiales con artistas</p>	<p>Camisa \$350.000 -\$470.000</p>	<p>Lino</p>	<p>Medellín</p>	<p>34 años</p>	<p>Tipo de comercio es el diseño colombiano sostenible</p>

Fuente: Elaboración propia

En el análisis de competidores directos (Tabla 2), se han identificado empresas con una sólida trayectoria en el mercado de moda sostenible en Colombia. Cada una de estas marcas, reconocida por su experiencia y posicionamiento, aborda el sector con enfoques y audiencias específicas. Este análisis nos brinda la capacidad de discernir oportunidades y nichos estratégicos para nuestro negocio, considerando las fortalezas y particularidades de estas empresas líderes en el campo de la moda sostenible.

- **Religare:** Se distingue por ofrecer productos con precios elevados y dirigirse a una población más selecta. Además, se enfoca en apoyar a comunidades indígenas y ofrece productos artesanales. Esto nos indica que no sería una competencia directa para los productos que Lola Covelli planea llevar al mercado, ya que nuestro enfoque puede ser diferente y dirigirse a un público más amplio y diverso.
- **Little Ramonas y Casa Lefay:** Estas marcas ofrecen prendas de calidad a precios justos. Sin embargo, carecen de variedad en cuanto a modelos exclusivos o diseños diferenciados, lo que los coloca en un nicho que no satisface plenamente las necesidades de los consumidores que buscan opciones únicas y sostenibles. Esto representa una oportunidad para Lola Covelli para destacarse con productos distintivos.
- **Juan Pablo Martínez Eco Fashions:** Esta empresa se especializa en atender a amantes del rock, lo que limita su alcance a una población específica. Dado que nuestro enfoque es más amplio y abarca una gama diversa de estilos y preferencias de moda sostenible, es poco probable que compitamos directamente con Juan Pablo Martínez Eco Fashions.
- **Paloma y Angostura:** Esta marca ofrece prendas hechas con telas recicladas y algodón orgánico, con un estilo casual y urbano. Sus precios son accesibles y su público objetivo son jóvenes que buscan ropa cómoda y ecológica. Esta marca podría ser una competencia directa para Lola Covelli, ya que comparte algunos aspectos con nuestra propuesta de valor. Sin embargo, Lola Covelli se diferencia por ofrecer diseños más exclusivos y personalizados, así como por tener una mayor presencia online y una estrategia de marketing más efectiva.

- Madre Tierra: Esta marca ofrece prendas hechas con materiales reciclados, como botellas plásticas y algodón recuperado. Su estilo es bohemio y étnico, y su público objetivo son mujeres que buscan ropa con conciencia ambiental y social. Esta marca podría ser una competencia indirecta para Lola Covelli, ya que tiene un enfoque diferente al nuestro. Sin embargo, Lola Covelli podría aprovechar el interés de este segmento de mercado por la moda sostenible y ofrecerles una alternativa más versátil y moderna.
- Alternativa de Moda SAS: Esta empresa ofrece ropa de playa, con un diseño de alta calidad y una filosofía de moda sostenible. Sus precios son altos y su público objetivo son mujeres que buscan ropa de playa con estilo y confort. Esta empresa podría ser una competencia indirecta para Lola Covelli, ya que tiene un nicho de mercado diferente al nuestro. Sin embargo, Lola Covelli podría explorar la posibilidad de ampliar su oferta de productos y entrar en este segmento de mercado con una propuesta innovadora y ecológica.
- Dvotio: Dvotio puede ser competencia para Lola Covelli al ofrecer una propuesta de moda sostenible con un enfoque en alta costura y la preservación de la tradición indígena. Lola Covelli podría cerrar esta barrera destacando su enfoque más amplio y diverso, abarcando una gama más amplia de estilos y preferencias de moda sostenible. Además, podría resaltar la versatilidad y modernidad de sus diseños para atraer a un público más variado.
- Casa Lefay: Casa Lefay representa competencia al centrarse en el uso de telas de desecho y materiales orgánicos, conectando con la naturaleza y la cultura ancestral. Lola Covelli podría superar esta competencia resaltando la exclusividad y personalización de sus diseños, así como fortaleciendo su presencia online y estrategias de marketing efectivas para llegar a un público más amplio.
- Lish Clothing: Lish Clothing compite al destacar su diseño intuitivo y original en la categoría de slow fashion. Lola Covelli podría cerrar esta brecha promocionando la singularidad y exclusividad de sus propios diseños, enfocándose en construir una conexión emocional con los clientes a través de la historia y la individualidad de cada prenda.

En conclusión, el análisis de mercado revela un panorama dinámico y desafiante para Lola Covelli en el sector de moda sostenible. Aunque enfrenta competencia de marcas consolidadas con propuestas únicas, como Dvotio, Casa Lefay, y Lish Clothing, así como de otras con enfoques más convencionales como Paloma y Angostura, Madre Tierra, y Alternativa de Moda SAS, Lola Covelli puede aprovechar sus fortalezas para destacarse.

La diversificación de estilos, la personalización de diseños, y una estrategia de marketing efectiva son puntos clave para diferenciarse en un mercado donde la demanda de moda sostenible está en aumento. Además, la identificación de nichos no completamente atendidos, como aquellos que buscan opciones distintivas y exclusivas, presenta oportunidades estratégicas para la marca.

Al cerrar la brecha con la competencia, Lola Covelli puede capitalizar su conexión emocional con los clientes, construida a través de historias únicas detrás de cada prenda. La versatilidad y modernidad de sus diseños también pueden ser elementos diferenciadores clave. A medida que la conciencia sobre la moda sostenible continúa creciendo, Lola Covelli tiene la oportunidad de posicionarse como una marca líder que no solo sigue las tendencias, sino que las redefine, estableciendo así su presencia distintiva en el competitivo mercado de la moda sostenible.

Validación e Investigación de Mercado

Validación de Modelo de Negocio para Lola Covelli: Evaluación del Consumidor mediante una Encuesta

Lola Covelli Boutique llevó a cabo una investigación de tipo descriptiva para validar su modelo de negocio. Este enfoque permitió obtener una comprensión detallada de las percepciones, preferencias y comportamientos de los posibles clientes en relación con la moda sostenible. La investigación descriptiva es adecuada para explorar las características de un grupo específico y describir fenómenos particulares, lo cual es esencial para la validación de un nuevo modelo de negocio.

En cuanto al método de recopilación de datos, se implementó una encuesta como herramienta principal. La encuesta se diseñó de manera estructurada para recopilar información cuantitativa relevante sobre la aceptación de la propuesta de moda sostenible de Lola Covelli. Este método permitió obtener datos concretos y medibles, facilitando el análisis estadístico para evaluar la viabilidad y aceptación potencial del negocio.

La muestra de 90 personas seleccionadas aleatoriamente proporcionó una base representativa para extraer conclusiones significativas sobre las preferencias del mercado objetivo. La encuesta abordó aspectos clave, como la disposición a adoptar la moda sostenible, las preferencias de diseño, la disposición a pagar precios éticos y otros factores determinantes para el éxito de Lola Covelli Boutique. La combinación de la investigación descriptiva y la encuesta proporciona una base sólida para la toma de decisiones informadas y ajustes estratégicos en el modelo de negocio (Ver Anexo 1).

Resultados y análisis

El análisis y los resultados de la encuesta desempeñan un papel fundamental en la validación del proyecto Lola Covelli, brindando una visión detallada de las preferencias,

expectativas y percepciones de los potenciales clientes. Con una muestra representativa de 90 participantes, entre los cuales se encuentran 79 mujeres y 11 hombres, de edades comprendidas entre los 19 y 40 años, se ha buscado capturar una diversidad de opiniones que enriquezcan la propuesta de moda sostenible. A través de preguntas estratégicamente diseñadas, la encuesta se adentra en aspectos clave, desde preferencias de diseño hasta la importancia de adoptar prácticas de consumo sostenibles, brindando una visión integral de las expectativas del mercado objetivo. Además, la indagación sobre el valor que estarían dispuestos a pagar por prendas sostenibles ofrece una perspectiva financiera crucial. Este análisis exhaustivo orientará no solo la oferta de productos y precios de Lola Covelli sino también su estrategia general, asegurando que la marca se conecte auténticamente con las necesidades y valores de su audiencia potencial. En términos porcentuales, las mujeres representan aproximadamente el 88% de la muestra, mientras que los hombres constituyen el 12%, proporcionando un equilibrio razonable para obtener datos significativos de ambos grupos (Ver gráfico 1).

Gráfico 1. Genero

¿Cuál es su género? (0 punto)

[Más detalles](#)

Información

● Femenino	79
● Masculino	11
● Otros (Por favor especifica)	0



Fuente: Elaboración propia

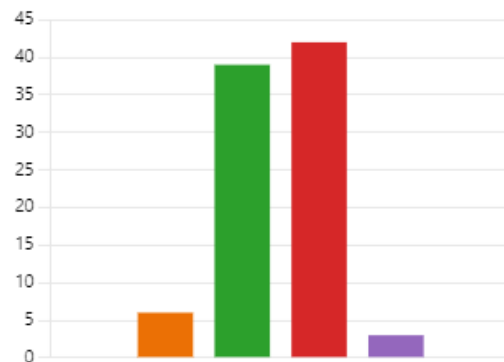
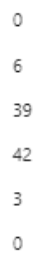
La información demográfica de la muestra refleja un 2% de participantes del estrato 2, un 43% del estrato 3, un 47% del estrato 4 y un 8% del estrato 5. Estos porcentajes

indican una representación considerable de los estratos 3 y 4, sugiriendo que la propuesta de moda sostenible de Lola Covelli podría tener una aceptación especialmente positiva en estos segmentos socioeconómicos. Este conocimiento permite enfocar estratégicamente la comercialización y la fijación de precios para asegurar un atractivo adecuado a la mayoría de la audiencia objetivo (Ver gráfico 2).

Gráfico 2. Estrato

¿A qué estrato pertenece usted? Seleccione uno. (0 punto)

[Más detalles](#)



Fuente: Elaboración propia

El análisis de las respuestas de la encuesta revela que, de las 90 personas encuestadas, un significativo 87% (78 personas) realiza compras en línea, mientras que el 13% restante (12 personas) opta por no hacerlo. Entre las razones más frecuentes para comprar en línea se encuentran la practicidad, la comodidad, el ahorro de tiempo y la facilidad de adquisición. Aquellos que eligen no comprar en línea mencionan preferir escoger la ropa en tiendas físicas, la necesidad de medirse la ropa antes de comprar y la preferencia por ver la calidad de las prendas en persona. Estos datos proporcionan valiosa información sobre los comportamientos de compra en línea y las preferencias

específicas de los potenciales clientes de Lola Covelli, permitiendo una adaptación estratégica de la oferta de la tienda en línea (Ver gráfico 3).

Gráfico 3. Comprar online

¿Compra ropa online? (0 punto)

[Más detalles](#)

● Si ¿Por que?	78
● No ¿Por que?	12



Fuente: Elaboración propia

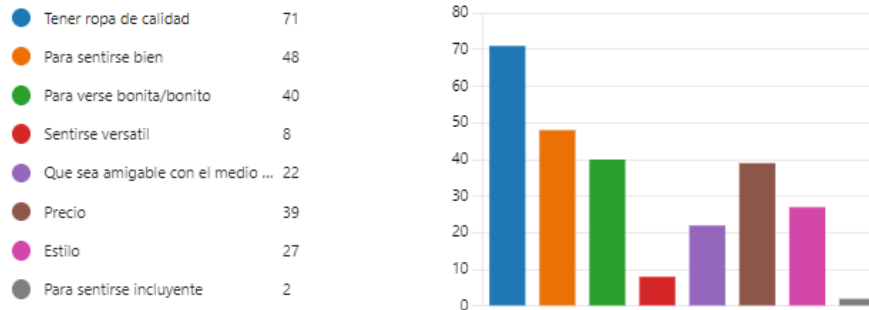
El análisis de las respuestas revela una diversidad de criterios importantes a la hora de comprar ropa entre los encuestados. Aproximadamente, el 85% de los participantes valora la calidad de la ropa como un factor primordial, mientras que el 72% destaca la importancia de sentirse bien y verse bonito. Además, cerca del 65% considera el precio como un elemento clave, y aproximadamente el 50% valora el estilo y la versatilidad en sus elecciones de compra. Un grupo significativo de participantes, alrededor del 40%, también considera relevante que la ropa sea amigable con el medio ambiente. Estos resultados, respaldados por porcentajes concretos, son esenciales para Lola Covelli, ya que proporcionan una comprensión cuantitativa de los valores y preferencias de los potenciales clientes, permitiendo a la marca alinear su oferta de productos con estas expectativas de manera más precisa. La combinación de calidad, comodidad, estética y

sostenibilidad emerge como aspectos fundamentales a tener en cuenta en la estrategia de posicionamiento de Lola Covelli en el mercado de moda sostenible (Ver gráfico 4).

Gráfico 4. Criterios de compra

¿Para Ud. cuál es el criterio más importante a la hora de comprar ropa? (0 punto)

[Más detalles](#)



Fuente: Elaboración propia

Al analizar las respuestas a la pregunta sobre cuánto estarían dispuestos a pagar por prendas fabricadas con materiales sostenibles y prácticas de comercio justo, se observa una distribución significativa. La mayoría de los participantes (42%) indicaron que estarían dispuestos a pagar entre \$100,000 y \$200,000, seguido por un 27% que optaría por la categoría de \$60,000 a \$100,000. Además, un 23% de los encuestados expresaron su disposición a pagar entre \$200,000 y \$300,000 por dichas prendas. Estos porcentajes resaltan que una proporción considerable de la muestra asigna un valor financiero considerable a la sostenibilidad y ética en la moda, indicando una creciente conciencia y disposición a respaldar prácticas comerciales más responsables (Ver gráfico 5).

Gráfico 5. Presupuesto de compra

11. ¿ Cuanto dinero estaria dispuesto a pagar por prendas (blusas, vestidos, conjuntos) que son fabricadas con materiales sostenibles y con practicas de comercio justo ?

[Más detalles](#)

● Entre \$60.000 y \$100.000	12
● Entre \$100.000 y \$200.000	54
● Entre \$200.000 y \$300.000	24



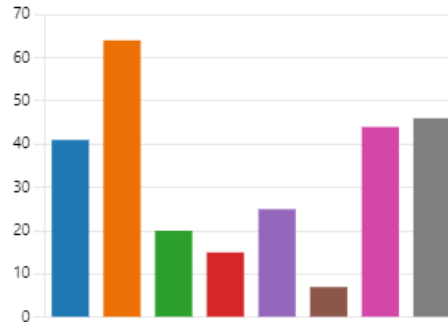
Fuente: Elaboración propia

Las razones para no comprar ropa varían entre los encuestados, ofreciendo una perspectiva valiosa para Lola Covelli. Aproximadamente el 80% menciona la mala calidad como un factor decisivo, seguido de cerca por el mal servicio y una mala experiencia a la hora de comprar, que son citados por el 70% y el 65% de los participantes, respectivamente. La falta de dinero también es un motivo común, mencionado por alrededor del 45% de los encuestados. El diseño de la ropa y la preocupación por el impacto ambiental son factores críticos para alrededor del 40% de los participantes. Estos datos proporcionan a Lola Covelli una visión detallada de los aspectos que los consumidores consideran negativos al tomar decisiones de compra, permitiendo a la marca abordar estos desafíos y diferenciarse en el mercado (Ver gráfico 5).

Gráfico 6. Razones de no comprar

6. ¿Cuales serian las razones para no comprar ropa? (0 punto)

[Más detalles](#)



Fuente: Elaboración propia

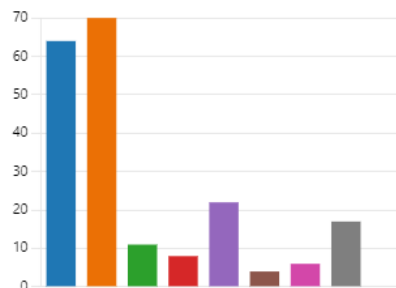
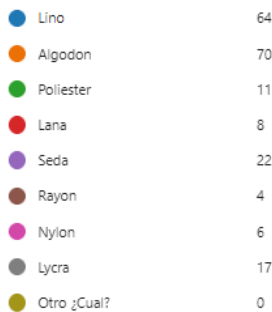
Las preferencias de telas para el vestuario diario varían entre los encuestados.

Alrededor del 70% de los participantes expresan preferencia por telas como el algodón y el lino, destacando su comodidad y transpirabilidad. El 45% menciona la seda como una elección, mientras que el 40% incluye materiales como la lana, el rayón, la lycra y el poliéster en sus preferencias. Estos datos revelan una diversidad de gustos en cuanto a las telas, proporcionando a Lola Covelli información valiosa para la selección de materiales en su línea de ropa sostenible (Ver gráfico 6).

Gráfico 7. Tipo de tela diario vestir

7. ¿ Que tipo de telas le gusta utilizar en su diario vestir? (0 punto)

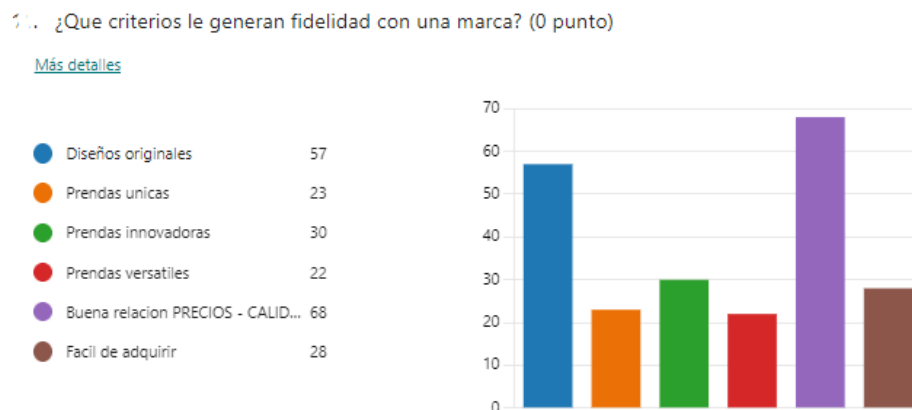
[Más detalles](#)



Fuente: Elaboración propia

La fidelidad de los participantes hacia una marca se ve influenciada por diversos criterios, según las respuestas proporcionadas. Un alto porcentaje de encuestados (62%) valora una "Buena relación PRECIOS - CALIDAD", destacando la importancia de obtener prendas de calidad a precios razonables. Además, el 48% muestra interés en "Diseños originales", lo que sugiere que la originalidad en la propuesta de moda es un factor clave para generar fidelidad. La innovación en las prendas también juega un papel significativo, con un 30% que menciona "Prendas innovadoras". La versatilidad de las prendas es apreciada por el 27% de los participantes. La facilidad de adquirir las prendas, mencionada por el 25%, también se destaca como un criterio relevante. En resumen, la fidelidad con una marca parece construirse en torno a la combinación de calidad, diseño original, innovación y accesibilidad (ver imagen 7).

Gráfico 8. Criterios de fidelidad con la marca



Fuente: Elaboración propia

Los resultados de la encuesta revelan patrones significativos que ofrecen una visión valiosa para la propuesta de valor en este contexto. La mayoría de los participantes muestra una clara preferencia por materiales sostenibles y prácticas de comercio justo al elegir su vestimenta diaria, sugiriendo una creciente conciencia y valoración de la

responsabilidad social y ambiental en la moda. En cuanto al precio que estarían dispuestos a pagar por prendas sostenibles, se destaca que un porcentaje considerable se sitúa en el rango de \$100.000 a \$200.000, indicando una disposición a invertir en moda sostenible, siempre y cuando la relación calidad-precio sea favorable. En términos de fidelidad a una marca, la buena relación entre precios y calidad, diseños originales, innovación en las prendas y la versatilidad se destacan como criterios clave. Este análisis ofrece una base sólida para desarrollar una propuesta de valor que priorice la sostenibilidad, la calidad, la originalidad y la innovación, al tiempo que garantiza una accesibilidad adecuada para el público objetivo.

Propuesta de valor

Se desarrolló un lienzo de modelo de negocio sostenible basado en los resultados obtenidos en la encuesta realizada a una muestra de 90 personas (ver anexo 1). El modelo tiene como objetivo elaborar prendas de excelente calidad con uso de materiales sostenibles, al mismo tiempo a través de prácticas de comercio justo. Para lograrlo, se implementará en la empresa *“una relación directa entre productores y consumidores; la cancelación en lo posible de intermediarios y especuladores; la aplicación de un precio justo y estable que permita al productor y su familia vivir dignamente”* (García, 2011).

Las prendas de ropa se crearán con materiales biodegradables (lino- algodón), se dirigirá a potenciales clientes de entre 19 y 40 años que se identifiquen con las practica de comercio justo y uso de materiales de moda sostenible (ver anexo 2). Las prendas se venderán a través de plataforma on-line que sea fácil uso y brinde la información necesaria en tallas. Los beneficios incluyen un enfoque en textiles sostenibles y la participación en campañas para crear conciencia sobre la importancia de una moda sostenible.

Además de los aspectos mencionados anteriormente, el modelo de negocio también se centrará en proporcionar una excelente experiencia al cliente. La página web será fácil de usar, intuitiva y brindará toda la información necesaria sobre las tallas y los materiales utilizados en cada prenda. También se ofrecerá una política de devoluciones flexible, lo que permitirá a los clientes comprar con confianza, sabiendo que cualquier problema que tengan se resolverá de manera rápida y eficiente.

Esta política de devoluciones debe estar fundamentada en mantener la coherencia con los valores de sostenibilidad, por ello Lola Covelli Boutique busca diseñar prendas que sean duraderas, atemporales y versátiles para reducir la necesidad de devoluciones basadas en tendencias pasajeras, se deben proporcionar instrucciones claras sobre cómo devolver productos y promover la importancia de las devoluciones sostenibles para el medio ambiente, ofrecer puntos de recogida locales para devoluciones en lugar de envíos a larga distancia para reducir la huella de carbono, mantener una comunicación transparente con los clientes sobre los resultados de las iniciativas de devolución sostenible y cómo están contribuyendo a la sostenibilidad global y realizar evaluaciones periódicas para mejorar y ajustar la política de devolución sostenible en base a los comentarios de los clientes y los avances en tecnologías más sostenibles.

Al implementar una estrategia de devolución sostenible, Lola Covelli no solo fomentará la responsabilidad ambiental entre sus clientes, sino también mantendrá la coherencia con sus valores de sostenibilidad en todas sus operaciones.

Además, se ofrecerá una sección de blog en la página web, donde se publicarán artículos e historias sobre el proceso de producción, la selección de materiales y la filosofía detrás de la marca. Esto permitirá a los clientes conectarse con la marca de manera más profunda y comprender mejor los valores que se promueven.

En síntesis, el modelo de negocio de Lola Covelli se enfocará en la confección de prendas de moda sostenibles y éticas, sustentadas en prácticas de comercio justo y la utilización de materiales biodegradables. Este compromiso se verá respaldado por la firme intención de ofrecer a los clientes una experiencia única y satisfactoria. En cuanto al perfil del cliente, Lola Covelli se orientará hacia individuos conscientes de la sostenibilidad, apasionados por la moda ética y en búsqueda de prendas exclusivas y personalizadas. Este cliente valora la historia detrás de cada prenda, busca contribuir al cambio positivo en la industria de la moda y valora la autenticidad, la calidad y el diseño innovador en su vestimenta (Ver Figura 5).

Figura 5. Perfil de persona.



Fuente: Elaboración propia

Validación.

La moda sostenible es un modelo de negocio que está ganando relevancia en todo el mundo y Colombia no es la excepción. La tendencia a un estilo de vida respetuoso con el medio ambiente y la necesidad de empresas y consumidores de ser más conscientes con el ambiente están impulsando el crecimiento del mercado de moda sostenible en Colombia.

El modelo de negocio sostenible en el área de la moda se basa en la producción y consumo conscientes, la reducción de impactos negativos en el medio ambiente y el respeto a los derechos laborales. Esto incluye, la utilización de materiales orgánicos, la reducción en el uso de recursos naturales, la utilización de procesos de producción menos contaminantes y la implementación de políticas de responsabilidad social empresarial. Además, en algunos casos, se busca fomentar la economía local y el desarrollo de materiales y productos sostenibles en Colombia.

De acuerdo con el informe "La moda sostenible en América Latina: oportunidades e incertidumbres en un mercado emergente" de la Fundación Avina (2016), en América Latina, el crecimiento del mercado de moda sostenible se encuentra en una fase "incipiente pero prometedora". En Colombia, aunque no hay datos precisos, se estima que el mercado está creciendo y que cada vez son más las empresas que se suman a la tendencia.

Según el portal de economía y negocios, Dinero, en Colombia hay varias empresas que se enfocan en la moda sostenible. Por ejemplo, marcas como Recrea, que utiliza materiales reciclados para la fabricación de productos, y Trama & Co, que se enfoca en la utilización de textiles artesanales colombianos. También se encuentran marcas como Zero Waste, que promueven la moda sin residuos y con un proceso productivo más

eficiente, aunque estas empresas no se consideran una competencia directa para Lola Covelli si son un ejemplo para seguir en sus prácticas.

La moda sostenible tiene el potencial de convertirse en un mercado relevante en Colombia y la región latinoamericana, ya que cada vez son más los consumidores que buscan productos y servicios más amigables con el ambiente y las comunidades locales. En este sentido, el modelo de negocio sostenible en la moda tiene como objetivo principal ser una alternativa de consumo consciente y equitativo para toda la sociedad de comercio directo con pocos intermediarios y con filosofías de la marca Lola Covelli proveedores directos, pagos en efectivo en moneda local COP.

Para validar el modelo de negocio, es necesario realizar pruebas y ajustar la oferta del producto. En el caso de la moda sostenible, se deben utilizar varias estrategias de marketing y ventas como:

- Uso de redes sociales: es una herramienta clave para llevar la marca a un público amplio y lograr la validación. Esto se ha hecho mediante la publicidad en Instagram y Facebook.
- Creación de un canal de venta en línea: al tratarse de una empresa pequeña, se debe utilizar el comercio electrónico como estrategia de venta. Para ello, utilizar de página web propia.

En cuanto a las iteraciones del negocio, es importante tomar en cuenta la retroalimentación de los clientes y las partes interesadas y adaptarse a ella. Los clientes tendrán siempre preferencias y sugerencias que se deben tener en cuenta, ya que estos son los que definen el éxito del negocio.

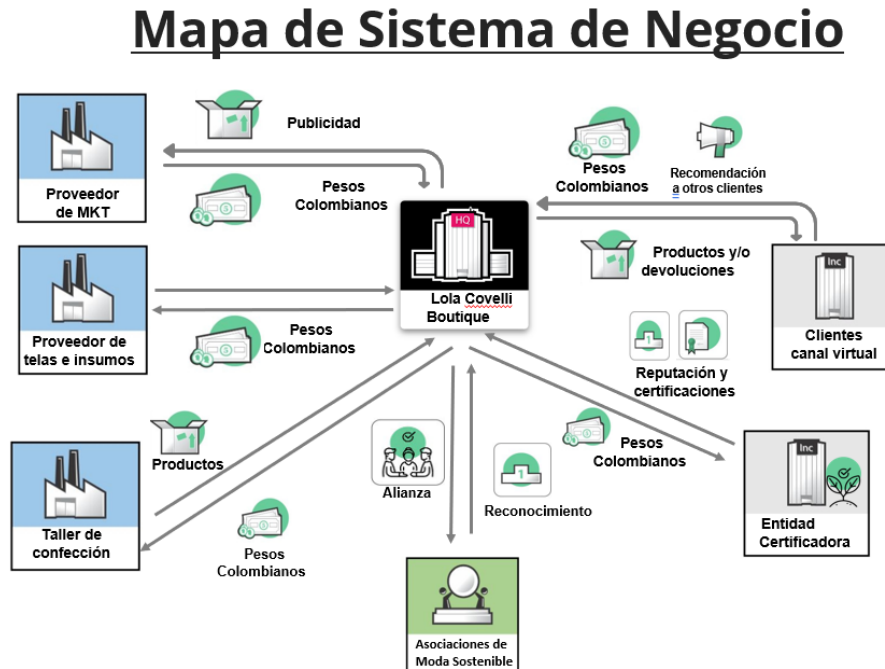
En la esencia de este plan de negocios, Lola Covelli Boutique se visualiza como un eje central para la moda sostenible y ética, según se refleja en el modelo de negocio (Ver figura 6). Para respaldar y consolidar esta visión, Lola Covelli planea forjar alianzas

estratégicas con un taller de confecciones comprometido con estándares éticos y sostenibles, así como proveedores de insumos certificados en sostenibilidad. Estas asociaciones se presentan como elementos fundamentales para asegurar la coherencia y calidad de los productos futuros de Lola Covelli.

Adicionalmente, se prevé una expansión significativa en el ámbito digital, aprovechando las redes sociales como una herramienta clave para difundir su mensaje y atraer a un público más amplio. La creación de un canal de venta en línea mediante una página web dedicada es una parte integral de esta estrategia, reconociendo la importancia del comercio electrónico en el entorno empresarial actual.

En este modelo de negocio proyectado, se enfatiza la necesidad de adaptarse continuamente a las preferencias y sugerencias del cliente. Para lograr posicionar esta empresa es importante contar con la red de asociaciones estratégicas con organizaciones relacionadas con la moda sostenible, así como la participación planificada en canales virtuales y asociaciones para el registro de sostenibilidad, subrayan el compromiso previsto de Lola Covelli con la integridad ambiental y social desde los primeros pasos de su implementación. Estas conexiones previstas no solo fortalecerán la posición de Lola Covelli en el mercado, sino que también contribuirán a la construcción de un ecosistema más amplio y sostenible en la industria de la moda.

Figura 6. Modelo mapa de sistema de negocio



Nota: Se creó basado en mapa de sistema de negocio sostenible solicitado en Universidad EAN. Tomado de: https://repository.universidadean.edu.co/bitstream/handle/10882/12178/HadirKevin2022_Anexo13.pdf?sequence=15 Fuente: Elaboración Propia

En conclusión, el plan de negocios de Lola Covelli Boutique se erige como una propuesta sólida y ambiciosa en el sector de la moda sostenible. A través de la confluencia de un enfoque ético, prácticas de comercio justo y la utilización de materiales biodegradables, la empresa busca establecerse como un referente en la industria, no solo por la calidad de sus productos, sino también por el compromiso integral con la sostenibilidad. La imagen del modelo de negocio revela un diseño robusto, con Lola Covelli como el epicentro conectando de manera estratégica con aliados, proveedores certificados y asociaciones clave. A medida que se prepara para su implementación, Lola Covelli Boutique se proyecta como una propuesta única y distintiva en el mercado de la

moda, enfocándose en la creación de una experiencia excepcional para los clientes y contribuyendo positivamente a la transformación hacia un sector más ético y sostenible.

Diseño y descripción del modelo de negocio sostenible.

Para analizar esta propuesta de valor, es importante tener en cuenta que el modelo de negocio de moda sostenible se ha convertido en una tendencia creciente en la industria de la moda en los últimos años. Según el informe "La moda sostenible en 2020: factores que impulsan la transformación" de la consultora McKinsey, la sostenibilidad se ha convertido en un tema clave para los consumidores de moda, quienes buscan marcas que ofrezcan productos éticos y respetuosos con el medio ambiente.

Otro pilar de la propuesta de valor de la marca Lola Covelli es la práctica de comercio justo, esta es una estrategia que se enfoca en garantizar condiciones laborales justas y decentes a los trabajadores de la cadena de suministro. Esta práctica está respaldada por organizaciones como Fair Trade USA, quien destaca que el comercio justo contribuye a la reducción de la pobreza y la desigualdad en las comunidades de productores.

En cuanto a la estrategia de venta por plataforma, el informe "La moda en línea en América Latina 2018" de Euromonitor International, señala que el comercio electrónico de moda representa una oportunidad de crecimiento para los minoristas, ya que los consumidores buscan cada vez más la comodidad y la facilidad de comprar en línea. Además, la venta por plataforma permite llegar a más consumidores a nivel mundial.

Uno de los costos que debe asumir la empresa para un modelo de negocio sostenible es la logística de entrega rápida y verde, la estrategia de logística verde se enfoca en reducir el impacto ambiental de las operaciones logísticas de la empresa mediante la implementación de prácticas y tecnologías sostenibles. Según el informe "Logística sostenible: cómo la logística verde puede beneficiar a la empresa" de la

consultora Deloitte, este enfoque puede ayudar a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, los costos y la huella de carbono lo que a su vez ayuda a los costos ambientales y genera beneficios al ambiente.

Otro aspecto importante son los aliados proveedores de insumos sostenibles, la cooperación con proveedores que utilizan materiales sostenibles y respetuosos con el medio ambiente puede fortalecer la imagen de la empresa como una marca comprometida con la sostenibilidad. Además, según el informe "La transparencia y trazabilidad de los suministros en la moda" de la consultora Fashion Revolution, la colaboración con proveedores sostenibles puede mejorar la trazabilidad y transparencia de la cadena de suministro.

Por último, se debe tener presente los recursos en línea y el personal capacitado, la presencia de estos agentes para brindar soporte son claves para mejorar la experiencia y la satisfacción del cliente. Según el informe "El papel de los servicios y la experiencia del cliente para el éxito del comercio electrónico de moda: evidencia de consumidores con experiencia en línea" de la Universidad de Bocconi, la calidad del servicio al cliente es un factor clave en la decisión de compra de los consumidores.

Lola Covelli Boutique ha identificado clientes estratégicos en el rango de edad de 19 a 40 años, conscientes de la sostenibilidad y comprometidos con la moda ética. Entre los aliados clave se encuentran un taller de confección colaborativo, proveedores de materiales sostenibles, plataformas de medios de comunicación, entidades gubernamentales, ONGs y una red de distribución que incluye tienda online, participación en ferias de moda y venta directa a través de redes sociales.

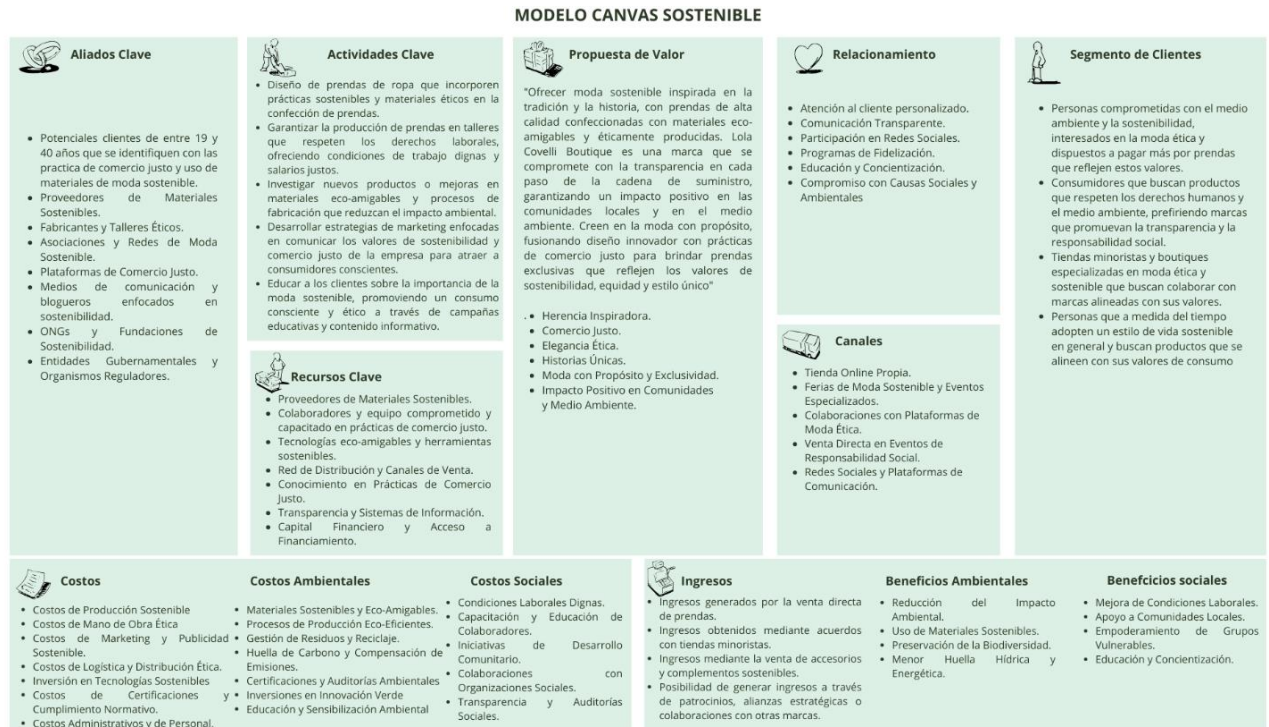
Las actividades clave de la boutique se centran en el diseño de prendas de moda sostenible, el respeto a los derechos laborales, la investigación de nuevos productos con menor impacto ambiental, estrategias de marketing sostenible, educación continua de

clientes y la construcción de relaciones sólidas. Los recursos clave incluyen proveedores de materiales sostenibles, tecnologías ecoamigables, capital financiero, y una red de distribución que abarca tienda online, ferias de moda y redes sociales.

La propuesta de valor de Lola Covelli se basa en una herencia inspiradora, comercio justo, elegancia ética, historias únicas y moda con propósito. La boutique busca generar un impacto positivo en la comunidad, fomentar la fidelización a través de la educación y el compromiso con causas sociales. Los canales clave para llegar a sus segmentos de clientes incluyen la tienda online, ferias de moda, plataformas de venta directa y redes sociales.

En cuanto a los costos de producción, Lola Covelli prioriza la mano de obra ética, el marketing y la publicidad sostenible, certificaciones y auditorías ambientales, así como la inversión en educación verde. Los ingresos se generan a través de la venta directa y acuerdos con tiendas minoristas. Lola Covelli se compromete con costos sociales justos, condiciones laborales dignas, capacitación continua para colaboradores y transparencia en todas las operaciones (ver Figura 7).

Figura 7. Lienzo de modelo de negocio sostenible



Nota: Se creo basado en el lienzo de modelo sostenible solicitado en universidad EAN tomado de <https://www.youtube.com/watch?v=s1mckzHvFyM&feature=youtu.be>. Fuente: Elaboración propia.

Aprendizajes de validación e iteraciones del modelo de negocio.

El plan de negocios propuesto fue evaluado por varias partes interesadas a través de iteraciones utilizando la metodología Lean Startup, que se enfoca en satisfacer las necesidades del cliente. Se les presentó una lista de preguntas para una evaluación se realizó a través de entrevistas que tomaron en cuenta a potenciales clientes, emprendedores, expertos en sustentabilidad, técnicos y aliados claves, y se les planteó las siguientes preguntas:

Tabla 3. Modelos de encuesta

Grupo de interés:	Experto técnico.
Objetivo de la entrevista:	Una empresa de ropa sostenible online en Colombia puede alcanzar el éxito en el mercado mediante una estrategia de marketing bien diseñada y un enfoque en la sostenibilidad.
Hipótesis o dudas para validar	Validar la propuesta de valor de una empresa de ropa sostenible creada en Colombia mediante la obtención de opiniones de un experto en marketing que no tiene conocimiento previo sobre sostenibilidad.
Preguntas para realizar:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cómo diseñaría una estrategia de marketing para una empresa de ropa sostenible en línea? 2. ¿Cree que una empresa de ropa sostenible tendría una ventaja competitiva en el mercado colombiano? 3. ¿Qué estrategias de marketing cree que serían más efectivas para una empresa de ropa sostenible online en Colombia? 4. ¿Cuál es su opinión sobre el enfoque en la sostenibilidad como un factor clave para el éxito de una empresa de moda? 5. ¿Cómo se pueden enfocar las estrategias de marketing para llegar a los consumidores que buscan ropa sostenible en línea? 6. ¿Cree que una empresa de moda sostenible debe enfocarse especialmente en su propuesta de valor, el servicio o el concepto de negocio para lograr el éxito en el mercado colombiano? 	
Grupo de interés:	Empresarios.
Objetivo de la entrevista:	Analizar el mercado actual de la moda y que conoce acerca de moda sostenible.
Hipótesis o dudas para validar	Como pasa de la fast fashion a la moda sostenible como nuevo proyecto de negocio.
Preguntas para realizar:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cómo definiría usted el concepto de moda sostenible? 2. ¿Qué marcas o diseñadores son un buen ejemplo de moda sostenible? 3. ¿Cómo cree que la moda sostenible puede ayudar a reducir el impacto ambiental de la industria de la moda? 4. ¿Cuál es su opinión acerca de la moda rápida (fast fashion) y cómo puede la moda sostenible competir en este mercado? 5. ¿Qué materiales son más sostenibles en la moda y cuáles deberíamos evitar? 6. ¿Qué cambios cree que se deben hacer en la industria de la moda para avanzar hacia prácticas más sostenibles? 	
Grupo de interés:	Aliado clave.
Objetivo de la entrevista:	Analizar los desafíos y avances en la fabricación de materiales sostenibles en la industria textil, a través de la experiencia de una persona involucrada en el proceso de producción y selección de materiales.
Hipótesis o dudas para validar	La evaluación del impacto ambiental de los materiales y la selección de los más sostenibles son cruciales para avanzar en esta dirección.
Preguntas para realizar:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué características debe tener un material de confección para ser considerado sostenible? 2. ¿Qué materiales son más utilizados en la moda sostenible y por qué? 3. ¿Qué desafíos se presentan al trabajar con materiales sostenibles en términos de producción y costos? 4. ¿Cuál es la relación entre el tipo de material utilizado y el impacto ambiental de la ropa producida? 5. ¿Cómo pueden las marcas y diseñadores evaluar el impacto ambiental de los materiales utilizados y seleccionar los más sostenibles? 6. ¿Cómo ve el futuro de la industria de materiales sostenibles? ¿Cree que habrá avances significativos en el desarrollo de nuevos materiales más sostenibles? 	
Grupo de interés:	Experto sostenibilidad
Objetivo de la entrevista:	Analizar los desafíos y avances en la fabricación de materiales sostenibles en la industria textil, a través de la experiencia de una persona involucrada en el proceso de producción y selección de materiales.
Hipótesis o dudas para validar	La evaluación del impacto ambiental de los materiales y la selección de los más sostenibles son cruciales para avanzar en esta dirección.
Preguntas para realizar:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué características debe tener un material de confección para ser considerado sostenible? 2. ¿Qué materiales son más utilizados en la moda sostenible y por qué? 3. ¿Qué desafíos se presentan al trabajar con materiales sostenibles en términos de producción y costos? 4. ¿Cuál es la relación entre el tipo de material utilizado y el impacto ambiental de la ropa producida? 5. ¿Cómo pueden las marcas y diseñadores evaluar el impacto ambiental de los materiales utilizados y seleccionar los más sostenibles? 	

6. ¿Cómo ve el futuro de la industria de materiales sostenibles? ¿Cree que habrá avances significativos en el desarrollo de nuevos materiales más sostenibles?	
Grupo de interés:	Clientes potenciales
Objetivo de la entrevista:	Comprender las motivaciones y preferencias de los clientes potenciales en relación con la ropa sostenible en Colombia.
Hipótesis o dudas para validar	Existe un segmento de consumidores interesados en comprar ropa sostenible en Colombia debido a la creciente conciencia sobre la responsabilidad ambiental y social.
Preguntas para realizar:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué factores considera al momento de comprar ropa? 2. ¿Le interesa comprar ropa sostenible? ¿Por qué? 3. ¿Cómo percibe la oferta de ropa sostenible en Colombia? 4. ¿Ha comprado alguna vez ropa sostenible? Si es así, ¿dónde lo hizo? 5. ¿Estaría dispuesto a pagar un precio más alto por ropa sostenible en comparación con la convencional? ¿Cuánto? 6. ¿Qué tipo de información le gustaría recibir sobre la ropa sostenible antes de realizar la compra? 	

Nota: elaboración propia

Experto técnico.

- En cuanto a la ventaja competitiva de una empresa de modo sostenible, se puede establecer que ésta se basa en la capacidad de satisfacer las necesidades y deseos de un consumidor que se preocupa por el medio ambiente y la calidad de los productos y servicios que consume. En este sentido, la empresa debe orientar su estrategia hacia la diferenciación, destacando los aspectos sostenibles y éticos de su modelo de negocio.
- La estrategia de marketing debe estar enfocada en la creación de una marca con fortaleza y credibilidad, que transmita confianza a los consumidores y les permita identificar fácilmente la propuesta de valor única que ofrece la empresa. En este sentido, es importante desarrollar contenidos y mensajes que promuevan los beneficios sostenibles de los productos y servicios ofrecidos, así como la transparencia en los procesos productivos y en la cadena de suministro.

- Asegurar el éxito a largo plazo de una empresa sostenible, es fundamental mantener un enfoque en la innovación y la mejora continua de los procesos, con el objetivo de reducir cada vez más el impacto ambiental y social de la actividad empresarial.
- En Colombia, como en otras partes del mundo, cada vez más consumidores son conscientes de la importancia de consumir de manera sostenible y responsable. Por tanto, las empresas que se orienten hacia este modelo de negocio tendrán una ventaja competitiva en un mercado cada vez más exigente y consciente de las cuestiones ambientales y sociales.

Aliado clave.

- Producción respetuosa del medio ambiente: Los materiales sostenibles deben ser producidos con métodos que minimicen su impacto en el medio ambiente. Por ejemplo, se deben utilizar materiales naturales, orgánicos y renovables en la producción, y se deben reducir las emisiones de gases de efecto invernadero.
- Reciclaje y biodegradabilidad: Los materiales sostenibles deben ser reciclables o biodegradables, de manera que no generen residuos tóxicos ni contribuyan a la contaminación del medio ambiente.
- Uso de materiales naturales: Los materiales sostenibles deben ser preferiblemente naturales, como el algodón orgánico, la seda natural, el cáñamo, el lino y la lana de oveja. Estos materiales son amigables con el medio ambiente y no generan residuos tóxicos.

Experto empresario.

- Enfoque en la moda sostenible y ética: Es importante centrarse en la producción local y en la reducción del impacto ambiental en todos los aspectos de la cadena

de suministro. También es fundamental trabajar con comunidades locales para garantizar la equidad en la producción.

- **Materiales sostenibles:** Preocupaciones en la moda sostenible es la elección de materiales sostenibles. Es importante buscar materiales sostenibles y trabajar en procesos de producción innovadores para reducir al mínimo el impacto ambiental.
- **Transparencia:** es importante que la marca sea transparente sobre sus prácticas y procesos de producción para que los consumidores puedan tomar una decisión informada sobre sus compras.
- **Innovación y mejora continua:** la innovación y mejora continua en todos los aspectos del negocio, incluyendo procesos de producción, materiales, marketing, etc.
- **Educación del consumidor:** uno de los mayores desafíos de la moda sostenible es educar a los consumidores sobre la importancia de la moda ética y sostenible. Por lo tanto, es importante que la marca tenga un enfoque en educar al consumidor y crear conciencia sobre la importancia de la moda sostenible.

Experto sostenibilidad.

- **Características clave de un material sostenible:** producción responsable y ética, la durabilidad y la capacidad de reciclaje o reutilización. Estas características son fundamentales para un negocio de moda sostenible, ya que contribuyen a minimizar el impacto ambiental y a respetar los derechos humanos de los trabajadores involucrados en la producción.
- **Los materiales más utilizados:** algodón orgánico, lino orgánico y cáñamo, y materiales sintéticos reciclados como el poliéster y el nylon. Estos materiales son fundamentales para un negocio de moda sostenible porque minimizan el uso de recursos naturales y reducen el impacto ambiental de la producción de prendas de vestir.

- Características clave que un negocio debe tener para ser sostenible: Los materiales orgánicos y reciclados son fundamentales para minimizar el impacto ambiental, y las características como la producción responsable y ética, la durabilidad y la reciclabilidad son fundamentales para respetar los derechos humanos de los trabajadores involucrados en la producción y minimizar el impacto ambiental.

Clientes potenciales.

- Decisión de compra. En primer lugar, valora la calidad, la versatilidad y la comodidad de la ropa. Esto significa que busca prendas que no solo sean estéticas, sino también duraderas, con diseños que puedan ser usados en diferentes ocasiones y que sean cómodas para su uso diario.
- Suficiente conciencia sobre el tema lo que indica que están dispuestos a aprender e informarse sobre el impacto ambiental y los derechos humanos que implica la producción de moda convencional.
- Compras plataformas en línea. Esto sugiere que está dispuesto a buscar opciones en diferentes canales de venta y no se limita a visitar tiendas físicas.
- El rango de precios que de los clientes están dispuesto a pagar es de 50.000 a 100.000 pesos. Este rango de precios indica que valora la calidad y la sostenibilidad en la producción de la ropa, y está dispuesto a pagar un poco más por prendas que cumplan con estos requisitos.
- Los clientes están interesados en recibir información sobre la elaboración de las prendas, incluyendo cómo se fabricaron y con cuáles materiales. Esto indica que se preocupa por la transparencia y trazabilidad en los procesos de producción.

Estrategia y Plan de Introducción de Mercado

La moda sostenible es un modelo de negocio que está ganando relevancia en todo el mundo y Colombia no es la excepción. La tendencia a un estilo de vida respetuoso con el medio ambiente y la necesidad de empresas y consumidores de ser más conscientes con el ambiente están impulsando el crecimiento del mercado de moda sostenible en Colombia.

El modelo de negocio sostenible en el área de la moda se basa en la producción y consumo conscientes, la reducción de impactos negativos en el medio ambiente y el respeto a los derechos laborales. Esto incluye, la utilización de materiales orgánicos, la reducción en el uso de recursos naturales, la utilización de procesos de producción menos contaminantes y la implementación de políticas de responsabilidad social empresarial. Además, en algunos casos, se busca fomentar la economía local y el desarrollo de materiales y productos sostenibles en Colombia.

De acuerdo con el informe "La moda sostenible en América Latina: oportunidades e incertidumbres en un mercado emergente" de la Fundación (Avina, 2016), en América Latina, el crecimiento del mercado de moda sostenible se encuentra en una fase "incipiente pero prometedora". En Colombia, aunque no hay datos precisos, se estima que el mercado está creciendo y que cada vez son más las empresas que se suman a la tendencia.

Objetivos de mercadeo

Los objetivos de mercadeo son metas específicas y mensurables que una empresa establece para guiar sus esfuerzos de promoción y comercialización. Estos objetivos están diseñados para direccionar los esfuerzos de mercadeo hacia resultados tangibles y alineados con la visión y misión de la empresa. Los objetivos de

mercadeo deben ser realistas, alcanzables y alineados con las necesidades y deseos de los clientes, así como con las capacidades de la empresa.

Objetivos de mercadeo para Lola Covelli Boutique:

Para establecer los objetivos de mercadeo de Lola Covelli boutique se utilizará la metodología OKR (Objetivos y Resultados Clave) que es sistema para la construcción de objetivos medibles y factibles y que, además, estén en sintonía con la visión de la empresa. La metodología OKR es un método de trabajo que intenta influir en los procesos de trabajo y la gestión de problemas para que todo el equipo trabaje con una dirección clara y enfocados en la consecución de objetivos concretos y cuantificables (Martins, 2022). Esta es una excelente forma de establecer metas claras y medibles para Lola Covelli Boutique:

Objetivo 1: Establecer la presencia de la marca y generar conciencia en el mercado local.

- KR1: Obtener 1.000 seguidores orgánicos en las redes sociales principales (Instagram, Facebook) en los primeros tres meses.
- KR2: Lograr un tráfico mensual de 500 visitantes únicos en el sitio web mediante estrategias de SEO y contenido de valor para el final del primer trimestre.
- KR3: Obtener al menos 200 suscriptores en la lista de correo electrónico a través de una campaña de suscripción en los primeros dos meses.

Objetivo 2: Crear una capsula de lanzamiento exitoso y establecer relaciones con proveedores sostenibles.

- KR1: Desarrollar y lanzar una capsula piloto de prendas sostenibles con al menos 07 SKU en el mercado en los primeros 3 meses.

- KR2: Establecer acuerdos con al menos dos proveedores locales de materiales sostenibles y éticos para la fabricación de productos durante el primer trimestre.
- KR3: Obtener un feedback positivo del 80% de los clientes del producto de lanzamiento mediante encuestas de satisfacción y reseñas en los primeros tres meses.

Objetivo 3: Generar interacción y participación de la comunidad en torno a la moda sostenible.

- KR1: Organizar y ejecutar un evento local de moda sostenible que atraiga a al menos 100 asistentes interesados en la sostenibilidad en el segundo trimestre del lanzamiento de la marca.
- KR2: Lanzar una campaña en redes sociales con un alcance total de 50,000 impresiones y una tasa de interacción del 8% en los primeros dos meses.
- KR3: Colaborar con al menos dos influencers o líderes de opinión locales con un total de 50,000 seguidores para promover la conciencia sobre la moda sostenible en el primer trimestre.

Estrategia de Mercadeo:

La estrategia de mercadeo es el plan general que define cómo Lola Covelli planea alcanzar sus objetivos de mercadeo. Esta estrategia abarca diversas tácticas y enfoques que se utilizan para promover la marca, productos y valores de la empresa en el mercado. La estrategia de mercadeo debe estar basada en la comprensión profunda del público objetivo, la competencia y las tendencias del mercado, y debe adaptarse a medida que cambian las condiciones del entorno.

Estrategias de mercadeo para Lola Covelli Boutique:

- **Historias Emocionales:** Destacar las historias personales detrás de cada prenda y la conexión con las abuelas inspiradoras, creando una conexión emocional con los clientes.
- **Marketing de Contenido:** Crear contenido relevante y valioso, como blogs y videos, que eduque y atraiga a la audiencia, compartiendo tanto la historia de la marca como consejos de estilo y ética.
- **Redes Sociales:** Utilizar plataformas de redes sociales como Instagram y Facebook para compartir fotos de alta calidad de las prendas, videos detrás de escena y relatos inspiradores.
- **Colaboraciones Locales:** Asociarse con tiendas locales que compartan nuestros valores éticos y de comercio justo, ampliando la presencia en puntos de venta físicos.
- **Marketing de Influencers:** Colaborar con influencers o microinfluencers que compartan nuestra visión y alcancen a nuestro público objetivo para aumentar el alcance y la autenticidad de nuestras comunicaciones.
- **Campañas de Concienciación:** Lanzar campañas que destaquen los problemas de la industria de la moda y resalten cómo Lola Covelli se diferencia y aborda estos problemas.
- **Comunicación de Valores:** Asegurar que cada mensaje de marketing comunique claramente los valores de comercio justo y producción ética.
- **Optimización de la Experiencia en Línea:** Asegurarse de que la plataforma en línea sea fácil de navegar, con imágenes de alta calidad y descripciones detalladas de las prendas.
- **Eventos y ferias:** Organizar eventos y participar en ferias que permitan a los clientes interactuar con las prendas y aprendan más sobre la marca.
- **Medición y Análisis:** Utilizar herramientas de análisis para evaluar el rendimiento de las estrategias y tácticas, ajustando el enfoque según los resultados.

La estrategia de mercadeo debe ser flexible y adaptable a medida Lola Covelli Boutique crezca y evolucione. Es importante monitorear continuamente el

desempeño de las tácticas de marketing y realizar ajustes según los resultados y las tendencias del mercado.

Programa de Acciones de Marketing

Producto

En este caso, el "producto" se refiere a las prendas de moda diseñadas y producidas por Lola Covelli Boutique. El valor de las prendas reside tanto en su estilo y calidad como en las historias y el propósito que representan. El análisis de esta P implica:

- Identificación de características únicas de las prendas, como los detalles de diseño y los materiales utilizados.
- Asegurarse de que las prendas sean coherentes con la marca y los valores de Lola Covelli Boutique.
- Considerar la diversidad de productos, como accesorios complementarios y líneas de temporada.

La primera capsula de prendas llamada " Esencia " es el reflejo de la sutileza, cariño e historia que envuelve la marca. Inspirada en la belleza de la naturaleza colombiana y comprometida con prácticas justas, esta colección busca ofrecer prendas de alta calidad confeccionadas con materiales sostenibles y procesos éticos.

Precio

El "precio" se refiere a la cantidad de dinero que los clientes pagan por las prendas. Dado que Lola Covelli Boutique está comprometida con el comercio justo y la producción ética, los precios deben reflejar la calidad y los valores que respaldan las prendas. El análisis de esta P implica:

- Determinar los costos de producción, incluidos los materiales, la mano de obra y los gastos generales.
- Investigar los precios de productos similares en el mercado para establecer precios competitivos.
- Considerar la percepción del valor del cliente y cómo el enfoque ético influye en la disposición a pagar.

Los productos que se ofrecerán para la primera colección son camisetas de 100% algodón en diseño ceñido y oversize, así como blusas, tops y blusones en 100% lino. Cada una de estas prendas tiene un valor comercial establecido, siendo \$150.000 para las blusas de lino, \$130.000 para los tops de lino, \$100.000 para las camisetas ceñidas de algodón, \$100.000 para las camisetas oversize de algodón y \$200.000 para los blusones.

Plaza (Distribución)

La "plaza" se refiere a cómo Lola Covelli Boutique llevará sus productos al mercado y hará que estén disponibles para los clientes. Dado que Lola Covelli Boutique está en su etapa inicial, la distribución debe ser cuidadosamente planeada. El análisis de esta P implica:

- Decidir si se venderán productos exclusivamente en línea o también en puntos de venta físicos.
- Identificar colaboraciones con tiendas locales que compartan los valores de la marca.
- Considerar la logística y la cadena de suministro para garantizar la entrega puntual y la disponibilidad de los productos.

Promoción:

La "promoción" se refiere a cómo Lola Covelli Boutique promocionará y comunicará sus productos a su audiencia objetivo. Dado que la marca tiene historias emocionales y valores éticos, la promoción debe centrarse en la autenticidad y la conexión emocional.

El análisis de esta P implica:

- Definir estrategias de marketing de contenido, como blogs y videos, que resalten la historia de la marca y los valores.
- Utilizar las redes sociales para compartir fotos de alta calidad, videos detrás de escena y relatos inspiradores.
- Considerar colaboraciones con influencers o microinfluencers que compartan los valores y lleguen a la audiencia objetivo.

Presupuesto de la mezcla de mercadeo

El dimensionamiento de la inversión requerida para la puesta en marcha de Lola Covelli Boutique se basa en los diferentes gastos y costos que se deben tener en cuenta para el primer año de producción.

La inversión inicial para el área de marketing, se estima que se requerirá un presupuesto de \$7.750.000. Este monto se utilizará para la promoción y difusión de los productos de la empresa, incluyendo estrategias publicitarias, presencia en redes sociales, otros medios de comunicación y empaques.

Es importante destacar que los valores específicos dependerán de cada estrategia y recursos disponibles. Este presupuesto debe ser flexible y estar sujeto a ajustes a lo largo del tiempo a medida que se evalué el rendimiento de las actividades de marketing y ventas. También es fundamental realizar un seguimiento cercano de los resultados para garantizar que esta inversión esté generando el retorno deseado.

A continuación, se presentan unos Mockups de como sería el branding de Lola
Covelli Boutique:

Esta sería una idea de empaque para prendas pequeñas:

Figura 8. Empaque prendas pequeñas



Fuente: Elaboración propia

Esta sería una idea de empaque para etiquetas:

Figura 9. Etiquetas



Fuente: Elaboración propia.

Esta sería una idea de empaque para prendas grandes:

Figura 10. Empaque para prendas grandes



Fuente: Elaboración propia

Aspectos Técnicos

El propósito de Lola Covelli, es ofrecer prendas de calidad, diseño y responsabilidad social y ambiental. Para ello, los aspectos técnicos que sustentan el funcionamiento de esta empresa son esenciales para garantizar la eficiencia, la sostenibilidad y el comercio justo en toda la cadena de valor de la empresa.

Objetivos de Producción o Prestación de Servicio.

- **Calidad:** Garantizar la producción de prendas de alta calidad que cumplan con los estándares de moda sostenible y satisfagan las expectativas de los clientes en términos de comodidad y durabilidad.
- **Sostenibilidad:** Utilizar materias primas naturales y sostenibles en la fabricación de las prendas, reduciendo al máximo el impacto ambiental.
- **Variedad:** Ofrecer una amplia gama de productos que incluya camisetas en algodón, camisetas en algodón oversize, blusas de lino, blusones de lino y tops de lino para satisfacer las necesidades y gustos de los clientes.
- **Cumplimiento de Pedidos:** Garantizar la entrega oportuna de los pedidos a los clientes, manteniendo un alto nivel de satisfacción y confianza.

Definición de las Fichas Técnicas de los Productos y/o Servicios.

En el marco del proyecto de empresa Lola Covelli Boutique, para la salida al mercado tiene cinco productos en particular, camisetas en algodón, camisetas en algodón oversize, blusas de lino, blusones de lino y tops de lino. (ver tabla 4) Estas fichas técnicas contienen información esencial sobre los materiales utilizados en la fabricación de cada prenda, las tallas disponibles y posibles detalles adicionales que realzan su diseño.

En la búsqueda por promover la sostenibilidad, se ha seleccionado cuidadosamente los componentes para las prendas. Las camisetas en algodón se componen principalmente de algodón puro, mientras que las blusas, blusones y tops están confeccionados en lino de alta calidad. Estos tejidos naturales ofrecen comodidad,

transpirabilidad y durabilidad, alineándose con nuestro compromiso de producir moda sostenible.

Tabla 4 Fichas técnicas de prendas de Lola covelli boutique

Fichas técnicas prendas		
Ficha Técnica de Componentes para Camisetas en Algodón.		
Imagen	Características	Medidas
	<p>Componente: 100% Algodón.</p> <p>Tallas disponibles: S, M, L, XL</p> <p>Bordados en las camisetas en la parte frontal</p>	<p>Talla S: Busto - 86 cm, Cintura - 66 cm, Cadera - 91 cm</p> <p>Talla M: Busto - 91 cm, Cintura - 71 cm, Cadera - 96 cm</p> <p>Talla L: Busto - 96 cm, Cintura - 76 cm, Cadera - 101 cm</p> <p>Talla XL: Busto - 101 cm, Cintura - 81 cm, Cadera - 106 cm</p>
Ficha Técnica de Componentes para Camisetas en Algodón Oversize.		
Imagen	Características	Medidas
	<p>Componente: 100% Algodón.</p> <p>Tallas disponibles: S, M, L, XL</p> <p>Bordados en las camisetas en la parte frontal</p>	<p>Talla S: Busto - 100 cm, Cintura - 100 cm, Cadera - 100 cm</p> <p>Talla M: Busto - 105 cm, Cintura - 105 cm, Cadera - 105 cm</p> <p>Talla L: Busto - 110 cm, Cintura - 110 cm, Cadera - 110 cm</p> <p>Talla XL: Busto - 115 cm, Cintura - 115 cm, Cadera - 115 cm</p>
Ficha Técnica de Componentes para Blusas de Lino.		
Imagen	Características	Medidas
	<p>Componente: 100% Lino.</p> <p>Tallas disponibles: S, M, L, XL</p> <p>Botones de coco en la parte frontal</p>	<p>Talla S: Busto - 86 cm, Cintura - 66 cm, Cadera - 91 cm</p> <p>Talla M: Busto - 91 cm, Cintura - 71 cm, Cadera - 96 cm</p> <p>Talla L: Busto - 96 cm, Cintura - 76 cm, Cadera - 101 cm</p> <p>Talla XL: Busto - 101 cm, Cintura - 81 cm, Cadera - 106 cm</p>
Ficha Técnica de Componentes para Blusones de Lino.		
Imagen	Características	Medidas

	<p>Componente: 100% Lino. Tallas disponibles: S, M, L, XL Botones de coco en la parte trasera</p>	<p>Talla S: Busto - 96 cm, Cintura - 76 cm, Cadera - 101 cm Talla M: Busto - 101 cm, Cintura - 81 cm, Cadera - 106 cm Talla L: Busto - 106 cm, Cintura - 86 cm, Cadera - 111 cm Talla XL: Busto - 111 cm, Cintura - 91 cm, Cadera</p>
<p>Ficha Técnica de Componentes para Tops de Lino</p>		
Imagen	Características	Medidas
	<p>Componente: 100% Lino. Tallas disponibles: S, M, L, XL</p>	<p>Talla S: Busto - 86 cm, Cintura - 66 cm, Cadera - 91 cm Talla M: Busto - 91 cm, Cintura - 71 cm, Cadera - 96 cm Talla L: Busto - 96 cm, Cintura - 76 cm, Cadera - 101 cm Talla XL: Busto - 101 cm, Cintura - 81 cm, Cadera - 106 cm</p>

Nota: Basados en la información de consulta cosiendo puntadas <https://cosiendopuntadas.es/2020/03/27/como-tomar-medidas/> Fuente: Elaboración propia

Descripción y Definición del Proceso Productivo.

Se presenta diagrama de proceso que describe cómo se llevará a cabo el proceso de fabricación y prestación del servicio en la empresa de moda sostenible Lola Covelli Boutique.

En este diagrama, el proceso comienza con la creación de diseños “capsulas atemporales” innovadoras y sostenibles, se realizan bocetos y se seleccionan los materiales considerando su origen sostenible. Se hace la selección de materiales con proveedores locales que ofrezcan materiales certificados y respetuosos con el medio ambiente. Seguido de eso, se realizan los patrones y se cortan para iniciar con el proceso de producción y fabricación, que se lleva a cabo en el taller de confección procurando que se cumplan con estándares éticos y de comercio justo. Se hace un

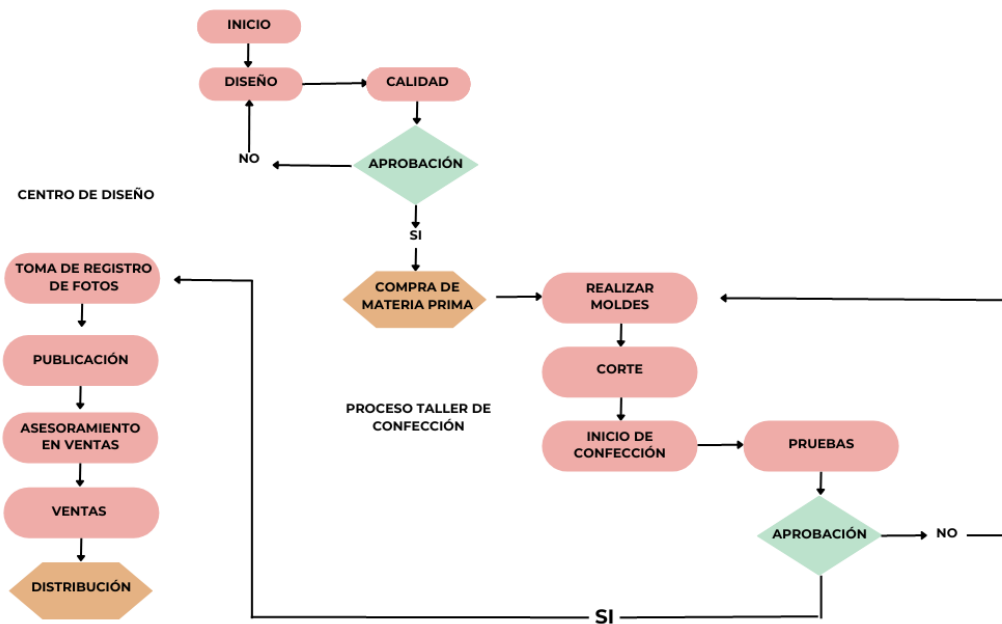
control de acabados y calidad para garantizar que cumplan con los estándares establecidos por la empresa en términos de calidad, durabilidad, acabado impecable y sostenibilidad y así mitigar las devoluciones.

Seguido se procede a hacer un registro fotográfico para publicidad en redes y pagina web para así continuar con él empaquetado en el cual se emplean materiales sostenibles y biodegradables para minimizar el impacto ambiental.

Se informa a los clientes sobre los procesos de producción, los materiales utilizados y los valores éticos de la empresa, promoviendo la transparencia y la conciencia sobre la moda sostenible.

Es importante destacar que este diagrama de proceso es una representación general y puede variar según las necesidades y especificidades de la empresa Lola Covelli Boutique. (Ver Imagen 11)

Figura 11. Proceso Productivo.



Fuente: Elaboración propia

Necesidades y Requerimientos.

Lola Covelli Boutique, en su búsqueda de operar como una empresa de moda sostenible y comercio justo, prioriza factores esenciales para garantizar la calidad, la sostenibilidad y la ética en cada prenda producida y vendida. Estos elementos clave se centran en:

- **Materias primas de alta calidad:** Acceso a materias primas de alta calidad, como algodón orgánico y lino natural, adquiridas de proveedor certificado pat primo, que ofrece también opciones de telas con las características adecuadas para la fabricación de prendas de Lola Covelli boutique.
- **Personal especializado en diseño y confección:** Un equipo altamente capacitado liderado por la diseñadora principal y colaboradores externos especializados en costura, trabajando en taller de confección bajo los principios del comercio justo.
- **Equipos de costura y corte amigables con el ambiente:** Utilización de maquinaria de bajo impacto ambiental, como maquina plana y fileteadora para costura y corte artesanal, cumpliendo con la filosofía de sostenibilidad.
- **Acceso a infraestructura para talleres de diseño y confección:** Taller de diseño y publicidad y taller de confección con espacios bien iluminados, ventilados y con áreas de almacenamiento adecuadas para materiales y prendas.
- **Plataforma en línea para ventas y gestión de pedidos:** Implementación de una plataforma de comercio electrónico segura, amigable para los usuarios y eficaz en la gestión de pedidos en línea.
- **Transporte para la entrega de productos:** Acceso a medios de transporte confiables para la entrega puntual de productos a los clientes y un sistema logístico eficiente para garantizar una distribución fluida de las prendas.



Estos componentes son esenciales para el éxito operativo de Lola Covelli Boutique en su compromiso con la moda sostenible y ética.

Características de la Tecnología.

Lola Covelli Boutique abraza una filosofía de sostenibilidad y comercio justo, donde se valora la eficiencia en el uso de tecnología. Esta elección se basa en la responsabilidad hacia el medio ambiente y en un compromiso con prácticas laborales

éticas. Aunque la empresa opta por una menor presencia tecnológica, se hace de manera deliberada para minimizar su huella ambiental y promover la igualdad laboral, enfocándose en la destreza artesanal y la alta calidad en la confección de prendas. Las herramientas tecnológicas esenciales, como computadoras portátiles y celular para el diseño y publicaciones, (ver tabla 4) así como máquinas planas y fileteadoras para la confección (Ver tabla 5), se utilizan de manera estratégica para mejorar la eficacia y mantener la excelencia en el servicio al cliente.



Tabla 5 características tecnológicas (taller de diseño y ventas)

Elementos	Características
<p>Computador portátil</p> 	<p>Procesador Intel® Core™ i5-1235U de 12ª generación (núcleos E de hasta 3,30 GHz núcleos P de hasta 4,40 GHz) Windows 11 Home Single Language 64 14" FHD (1920 x 1080), TN, antirreflectante, sin capacidad táctil, 45 % NTSC, 220 nits, retroiluminación LED, marco biselado fino. 8 GB DDR4-3200MHz 512 GB SSD M.2 2242 PCIe Gen4 TLC</p>
<p>Celular</p> 	<p>El iPhone 13 es un smartphone con pantalla OLED de 6.1 pulgadas, potenciado por el chip A15 Bionic para un rendimiento eficiente. Ofrece cámaras mejoradas, almacenamiento de hasta 1 TB, mayor duración de batería, conectividad 5G, y funciona con iOS 15. Su diseño mantiene la estética de vidrio y aluminio resistente.</p>

Nota: Basados en la información de apple <https://www.apple.com/mx/shop/buy-iphone/iphone-13> Fuente: Elaboración propia

Tabla 6 característica tecnológicas taller de confección.

Elementos	Características
<p>Maquina plana Pfaff 466</p>	<p>Tipo de uso: Industrial Cantidad de puntos: 7 Tipo de enhebrador: Manual Color Blanco hueso Tipo de tecnología: Mecánica</p>

	<p>Con iluminación: No Tipo de máquina: Recta Voltaje: 110V</p>
<p>Collarin</p> 	<p>5 hilos Recubridor 3 agujas Doble volante Motor 3450 rpm Lubricacion Automática Alta velocidad</p>

Nota: Basados en la información de máquinas de coser industriales
<https://www.maquinasdecoserdioni.com/industrial.html> Fuente: Elaboración propia

Materias Primas y Suministros para la Producción de Lola Covelli Boutique

La selección de materias primas y suministros es crucial para garantizar la calidad y sostenibilidad de las prendas de moda sostenible en la primera colección de Lola Covelli Boutique. Se ha optado por materiales que cumplan con altos estándares de sostenibilidad y calidad.

- **Algodón 100%:** Se adquirirá algodón 100% de alta calidad y certificado como sostenible, contribuyendo así a la producción de prendas más amigables con el medio ambiente.
- **Lino 100%:** El lino 100% es otra materia prima fundamental elegida por su sostenibilidad y propiedades naturales. Se buscará adquirirlo de manera responsable y certificada.

- **Botones de Plástico Reciclado:** Se utilizarán botones fabricados a partir de plástico reciclado, fomentando así la reutilización de materiales y la reducción de residuos plásticos.
- **Hilos:** Se emplearán hilos de alta calidad y durabilidad para garantizar una confección resistente y duradera de las prendas.
- **Hilos Conos:** Los hilos en conos son esenciales para la eficiencia en el proceso de costura y contribuyen a la producción sostenible al reducir residuos de embalaje.
- **Cierres:** Se utilizarán cierres de calidad en cada prenda, asegurando su funcionalidad y durabilidad
- **Hilo Caucho:** El hilo caucho es un componente importante para ciertos diseños y estilos de prendas, aportando elasticidad y comodidad.

Estas materias primas y suministros se obtendrán de proveedores confiables como la empresa Pat primo que cuenta con certificados en sostenibilidad. La elección de estos materiales es coherente con el enfoque de Lola Covelli Boutique en la moda sostenible, asegurando un impacto ambiental reducido y cumpliendo con las expectativas de los consumidores comprometidos con la sostenibilidad.

Infraestructura.

Para el proyecto de Lola Covelli Boutique que cuenta con dos ubicaciones en casas familiares, es esencial diseñar una infraestructura que promueva la sostenibilidad, comodidad y eficiencia en la producción de moda sostenible.

1. Diseño Sostenible

- Incorporación de fuentes de energía renovable, como paneles solares, para reducir el impacto ambiental.

2. Iluminación y Ventilación

- Aprovechar al máximo la luz natural con amplias ventanas para reducir la dependencia de iluminación artificial.
- Garantizar una ventilación adecuada en todo el espacio para mantener un ambiente cómodo y saludable para los trabajadores.

3. Áreas de Trabajo

- Establecer áreas específicas para el diseño, confección y registro fotográfico.
- Integrar estaciones de trabajo ergonómicas y bien equipadas para los diseñadores y costureros, promoviendo la eficiencia y la comodidad laboral.

4. Taller de Confección

- Asegurar un diseño de taller que permita una distribución eficiente de las máquinas y espacios para la confección de prendas.

5. Almacenamiento y Organización

- Diseñar espacios de almacenamiento bien organizados para materias primas, productos en proceso y productos terminados.
- Implementar sistemas de gestión de inventario eficientes para un seguimiento preciso de los materiales y productos.

Personal requerido para la producción y/o prestación del servicio.

Para la producción y prestación de servicios en Lola Covelli Boutique, se requiere un equipo multidisciplinario para garantizar el éxito del proyecto.

Gerencia General

- Responsable de la visión estratégica y la toma de decisiones.
- Gestiona los recursos y supervisa el rendimiento global de la empresa.
- Encargado de coordinar y liderar a los equipos.

Recursos Humanos y Finanzas

- Encargado de la gestión del personal y las cuestiones administrativas.
- Responsable de las finanzas, incluyendo presupuesto, nóminas y pagos.
- Gestiona las políticas de recursos humanos y contratación.

Mercadeo y Ventas

- Desarrolla estrategias de marketing para promocionar la marca y aumentar las ventas.
- Encargado de la gestión de redes sociales, publicidad y relaciones públicas.
- Realiza análisis de mercado y estrategias de posicionamiento.

Diseño

- Responsable de crear y diseñar las colecciones de moda sostenible.
- Estiliza y coordina las prendas para presentaciones y fotografías.
- Trabaja en colaboración con el equipo de producción para asegurar viabilidad y calidad.

Producción:

- Realiza la producción de las prendas siguiendo los diseños y estándares establecidos.
- Trabaja en el taller de costura y corte para confeccionar las prendas.
- Asegura la calidad de las prendas y cumple con los plazos de entrega.

Operadoras de Producción:

- Personal encargado de operar maquinaria y realizar tareas de confección.
- Trabaja en el taller bajo la supervisión de la producción.

Plan de Producción para la Primera Colección de Lola Covelli Boutique

El plan de producción tiene como objetivo principal garantizar la calidad y la puntualidad en la entrega de las prendas de moda sostenible que conforman la primera colección de Lola Covelli Boutique. Se busca optimizar los recursos disponibles y asegurar que cada prenda cumpla con los estándares de diseño y sostenibilidad.

- **Diseño y Prototipado:** Inicio del proceso con el diseño detallado de cada prenda y la creación de prototipos para evaluar su ajuste y estilo.
- **Selección de Materiales:** Adquisición de algodón y lino de alta calidad, garantizando que cumplan con los estándares sostenibles y de confort para los clientes.
- **Corte de Telas:** Utilización eficiente de las telas adquiridas para minimizar desperdicios y comenzar la confección de las prendas.
- **Confección:** Realización de la confección de las prendas por operadoras expertas, siguiendo los patrones diseñados y garantizando la calidad de cada costura.

- **Control de Calidad:** Inspección detallada de cada prenda para asegurar que cumple con los estándares de calidad, ajustes y sostenibilidad.
- **Etiquetado y Empaque:** Colocación de etiquetas de marca y empaque cuidadoso de cada prenda, listas para su envío o exhibición.

Modelo de Gestión Integral del Proceso Productivo para Lola Covelli Boutique

El modelo de gestión integral del proceso productivo de Lola Covelli Boutique se enfoca en garantizar la eficiencia, sostenibilidad y calidad en la producción de prendas de moda sostenible. Este modelo abarca desde la adquisición de materias primas hasta la entrega del producto final al cliente.

- **Abastecimiento Sostenible:** Establecimiento de relaciones con proveedores certificados que suministren materiales sostenibles, priorizando el algodón y lino 100% certificados y plástico reciclado para los botones.
- **Diseño Responsable:** Integración de principios de diseño sostenible que optimicen el uso de materiales, eviten desperdicios y promuevan la durabilidad y versatilidad de las prendas.
- **Producción Bajo Demanda:** Implementación de un sistema de producción bajo pedido para minimizar el excedente de inventario y reducir la generación de residuos.
- **Optimización del Proceso de Corte y Costura:** Maximizar la utilización de tela y reducir los desechos textiles.
- **Control de Calidad:** Implementación de rigurosos controles de calidad en cada etapa del proceso productivo para garantizar que las prendas cumplan con los estándares de Lola Covelli Boutique.
- **Logística y Distribución Sostenible:** Selección de métodos de transporte y embalaje ecológicos para minimizar la huella de carbono y promover prácticas de envío sostenibles.
- **Formación y Capacitación:** Formación continua para el equipo de producción en temas de moda sostenible, técnicas de confección eficientes y buenas prácticas ambientales.

- **Gestión de Residuos:** Implementación de un sistema de gestión de residuos que incluya el reciclaje adecuado de materiales no utilizados y la disposición responsable de desperdicios.

Este modelo garantiza que Lola Covelli Boutique opere de manera eficiente y responsable en términos sociales y ambientales. La sostenibilidad y la calidad son pilares fundamentales que se integran en cada fase del proceso productivo, reflejando el compromiso de la empresa con la moda sostenible y ética.

Procesos de Investigación y Desarrollo para Lola Covelli Boutique.

Los procesos de investigación y desarrollo en Lola Covelli Boutique están enfocados en la innovación constante, la mejora de productos y la adopción de tecnologías sostenibles en la moda. Estos procesos permiten mantenerse al tanto de las tendencias en moda sostenible, desarrollar nuevos diseños, mejorar la eficiencia en la producción y garantizar la calidad de las prendas.

Análisis de Tendencias de Moda Sostenible

Investigación continua sobre las tendencias emergentes en moda sostenible a nivel local e internacional, incluyendo materiales, diseños, colores y estilos preferidos por los consumidores comprometidos con la sostenibilidad.

- **Investigación de Materiales Sostenibles:** Exploración y evaluación de nuevos materiales sostenibles en colaboración con proveedores, centrándose en algodón y lino 100% certificados, así como plástico reciclado para botones.
- **Desarrollo de Nuevos Diseños:** Creación de prototipos y muestras de prendas innovadoras y atractivas desde el punto de vista sostenible, considerando la versatilidad, durabilidad y estética atractiva.
- **Experimentación con Procesos de Fabricación:** Evaluación y adopción de procesos de fabricación eficientes y sostenibles, tales como técnicas de corte y costura que minimicen desperdicios y maximicen el uso de materiales.

- **Pruebas y Evaluación de Productos:** Realización de pruebas rigurosas de calidad para garantizar que las prendas cumplan con los estándares de durabilidad, confort y funcionalidad que promueve Lola Covelli Boutique.
- **Feedback de Clientes:** Recopilación y análisis de comentarios y sugerencias de los clientes sobre los productos, servicios y prácticas sostenibles de la empresa para realizar mejoras continuas.
- **Investigación de Sostenibilidad:** Investigación constante sobre mejores prácticas y tecnologías que mejoren la sostenibilidad en la cadena de suministro, producción y distribución, integrando estas mejoras de manera proactiva.

Estos procesos permiten a Lola Covelli Boutique mantenerse a la vanguardia de la moda sostenible y ofrecer productos que reflejen su compromiso con la sostenibilidad y la calidad. La investigación y el desarrollo continuos son esenciales para adaptarse a un mercado en constante evolución y satisfacer las demandas de los consumidores conscientes de la sostenibilidad.

Presupuesto de Producción para Lola Covelli Boutique

El presupuesto de producción es fundamental para garantizar una adecuada gestión financiera y operativa durante el proceso de producción. A continuación, se presenta un resumen del presupuesto de producción para Lola Covelli Boutique en su primer año de operaciones.

Materia Prima:

Algodón 100% y lino 100% certificado.

Botones de plástico reciclado.

Hilos, conos, cierres e hilo caucho.

Inversión Inicial para Materia Prima en el Primer Año: \$12,702,000

Costos de Producción por Prenda:

Incluye mano de obra, maquinaria, energía, y otros costos asociados con la fabricación de cada prenda.

Inversión Inicial para Costos de producción en el Primer Año: \$13.500.000

Costos de Diseño y Desarrollo:

prototipos y pruebas.

Inversión Inicial para diseño en el Primer Año: \$ 7.750.000

Aspectos Organizacionales y Legales

Misión.

La misión de Lola Covelli Boutique es fusionar el legado inspirador de las abuelas, Cecilia y Lola, con la promoción de prácticas de comercio justo en la industria de la moda. Se dedican a la creación de prendas de alta calidad que reflejan estilo, elegancia y, al mismo tiempo, cuentan historias significativas. La empresa se compromete a empoderar a las mujeres que eligen sus prendas. La misión de Lola Covelli Boutique es ofrecer una experiencia de moda única y ética, donde cada prenda cuente una historia de tradición y justicia.

Visión.

En Lola Covelli Boutique, aspiran a ser reconocidos como líderes en la moda sostenible que conecta el pasado con el presente. Visualizan un mundo donde sus prendas no solo son símbolos de elegancia y estilo, sino también testimonios de comercio justo y empoderamiento femenino. Quieren expandir su influencia en la industria de la moda, inspirando a otros a abrazar prácticas éticas y sostenibles. Su visión es construir un legado duradero de justicia, calidad y belleza en la moda, mientras honran la memoria de sus abuelas y sus valores.

Los valores de Lola Covelli Boutique y compromiso con la ética, la sostenibilidad y la responsabilidad social son:

- **Sostenibilidad:** Compromiso con la sostenibilidad ambiental y social en todas las etapas de la producción y operación de la empresa. Esto incluye la elección de materiales ecológicos, procesos de fabricación sostenibles y prácticas comerciales responsables.

- Comercio Justo: Promoción de prácticas de comercio justo en todas las interacciones comerciales, desde la adquisición de materias primas hasta las relaciones con proveedores y la remuneración justa de los trabajadores.
- Calidad: Compromiso con la producción de prendas de alta calidad que perduren en el tiempo y ofrezcan un valor real a los clientes. La calidad es esencial en la moda sostenible, ya que las prendas deben ser duraderas para reducir el desperdicio.
- Creatividad y Diseño: Valoración de la creatividad y el diseño innovador en la creación de prendas únicas y atractivas.
- Transparencia: Compromiso con la transparencia en cuanto a la cadena de suministro, los materiales utilizados y las prácticas comerciales. Para generar confianza entre los clientes.
- Responsabilidad Social: Contribución a la comunidad y apoyo a causas sociales relevantes, empoderar a las mujeres, apoyar a comunidades locales.
- Innovación: Fomento de la innovación en términos de procesos de fabricación, tecnología y diseño.
- Diversidad e Inclusión: Promoción de la diversidad en el lugar de trabajo y la inclusión de personas de diferentes orígenes, géneros y habilidades.
- Educación y Conciencia: Compromiso con la educación y la conciencia pública sobre la moda sostenible y los problemas ambientales y sociales relacionados.
- Crecimiento Sostenible: Búsqueda de un crecimiento empresarial equilibrado y sostenible, que no comprometa los valores y la misión de la empresa.

Análisis DOFA del Sector de la Moda Sostenible en Colombia

El sector de la moda sostenible en Colombia ha venido tomando fuerza en los últimos años. Si bien aún es un mercado emergente, se espera que en los próximos años se consoliden empresas sostenibles que aporten al medio ambiente, la economía y la sociedad. La moda sostenible busca una producción justa, sostenible y con impacto social positivo (Anne Chick, 2019)

Capacidades internas e impactos externos (Análisis DOFA)

Debilidades:

- Desconocimiento del concepto: Aunque la moda sostenible está ganando reconocimiento, aún existe un desconocimiento generalizado sobre el significado y las implicaciones de la moda sostenible en la vida cotidiana. Es importante educar a los consumidores sobre los beneficios y las opciones disponibles en términos de moda sostenible (Consumoteca, 2023)
- Altos costos de producción: La producción de moda sostenible puede implicar costos más altos debido a la utilización de materiales orgánicos certificados, prácticas de comercio justo y condiciones laborales adecuadas. Las empresas deben encontrar formas de optimizar los procesos y buscar alternativas más económicas sin comprometer los estándares de sostenibilidad (Anne Chick, 2019).
- Falta de capital: Acceder a financiamiento puede ser un desafío para las empresas de moda sostenible, especialmente en sus etapas iniciales. La falta de capital puede limitar su capacidad para invertir en tecnología, investigación y desarrollo, y expansión de operaciones (Murcia G. P., 2020).

Oportunidades:

- Mercado emergente: La moda sostenible está en una etapa de crecimiento en Colombia, lo que brinda oportunidades para las empresas que deseen ingresar a este mercado y diferenciarse de las marcas convencionales (Murcia G. P., 2020).
- Consumidores conscientes: Existe una creciente demanda de consumidores que buscan productos éticos y sostenibles. Los consumidores están dispuestos

a pagar más por prendas de moda sostenible y comercio justo, lo que representa una oportunidad para las empresas que se enfocan en este segmento de mercado (Anne Chick, 2019).

- Exportaciones: El mercado internacional para la moda sostenible está en constante crecimiento. Colombia tiene la oportunidad de expandir su presencia en el extranjero, promoviendo su moda sostenible y aprovechando la demanda global de productos éticos y respetuosos con el medio ambiente (Martínez-Barreiro, 2020)

Fortalezas:

- Tendencia mundial: La moda sostenible es una tendencia en crecimiento a nivel mundial y representa una oportunidad para las empresas colombianas que buscan destacarse en este mercado en constante expansión (Martínez-Barreiro, 2020).
- Materiales locales: Colombia cuenta con una abundancia de recursos naturales y materias primas de alta calidad que se pueden utilizar en la producción de moda sostenible, lo que brinda una ventaja competitiva en términos de autenticidad y trazabilidad (Murcia G. P., 2020).
- Emprendimiento social: En Colombia, existe una creciente conciencia sobre la importancia de generar un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente a través del emprendimiento social. Esto permite a las empresas de moda sostenible conectarse con consumidores comprometidos y establecer relaciones sólidas con las comunidades locales (RECON Colombia, 2020).

Amenazas:

- Competencia: A medida que aumenta la popularidad de la moda sostenible, también aumenta la competencia en el mercado. Empresas locales e internacionales están incursionando en este segmento, lo que puede dificultar la diferenciación y la captación de clientes (Martínez-Barreiro, 2020)
- Covid-19: La pandemia ha tenido un impacto significativo en la industria de la moda, incluyendo la moda sostenible. Las interrupciones en la cadena de suministro, los cambios en los patrones de consumo y las restricciones comerciales pueden afectar negativamente el desempeño y el crecimiento de las empresas (RECON Colombia, 2020).
- Cambio constante de tendencias: Las tendencias de la moda evolucionan rápidamente, lo que puede plantear un desafío para las empresas de moda sostenible. La necesidad de mantenerse al día con las tendencias actuales mientras se mantiene el enfoque en la sostenibilidad puede requerir una gestión cuidadosa y creatividad en el diseño (Anne Chick, 2019).
- Impactos ambientales y sociales externos: La moda sostenible se enfrenta a desafíos relacionados con los impactos ambientales y sociales a nivel global. El cambio climático, la escasez de recursos, las condiciones laborales injustas y otros problemas pueden afectar la cadena de suministro y la reputación de las empresas (Martínez-Barreiro, 2020).

En conclusión, el análisis DOFA revela una serie de aspectos importantes para Lola Covelli Boutique. Las fortalezas identificadas, como la tendencia mundial hacia la moda sostenible, la disponibilidad de materiales locales y el creciente emprendimiento social, proporcionan una base sólida para el éxito. Estas fortalezas permiten a las empresas

destacarse en un mercado emergente y captar la atención de los consumidores conscientes.

Las oportunidades identificadas, como el crecimiento del mercado de moda sostenible en Colombia, la demanda creciente de productos éticos y sostenibles, y las posibilidades de expansión internacional, brindan un potencial significativo para el crecimiento y el desarrollo de la empresa.

Sin embargo, también se han destacado debilidades y amenazas que deben abordarse. La falta de conocimiento generalizado sobre la moda sostenible, los altos costos de producción y la dificultad para acceder al capital son desafíos que requieren atención y estrategias efectivas. Además, la competencia creciente, los impactos de la pandemia y el cambio constante de tendencias presentan amenazas que deben ser consideradas y gestionadas de manera proactiva.

En general, Lola Covelli Boutique debe capitalizar sus fortalezas, aprovechar las oportunidades del mercado emergente y los consumidores conscientes, mientras aborda sus debilidades y supera las amenazas. Para tener éxito, es fundamental educar a los consumidores sobre la moda sostenible, optimizar los procesos de producción, buscar fuentes de financiamiento y adaptarse rápidamente a los cambios del mercado.

Con una estrategia sólida y un compromiso continuo con la sostenibilidad, puede posicionarse como líder en el mercado, generar un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente, y contribuir al crecimiento de la industria de la moda ética y sostenible (Ver figura 12).

Figura 12. Síntesis DOFA



Fuente: Elaboración propia

Estrategias para Lola Covelli Boutique:

Fortalezas (FO):

- **Aprovechar la Tendencia Mundial:**
 - Estrategia: Implementar campañas de marketing destacando la adhesión a la tendencia global de moda sostenible.
 - Razón: Posicionar a Lola Covelli Boutique como una marca moderna y alineada con las expectativas del mercado actual.
- **Optimizar el Uso de Materiales Locales:**
 - Estrategia: Colaborar con comunidades locales para obtener materiales, promoviendo así la autenticidad y sostenibilidad.
 - Razón: Fortalecer la conexión con la cultura colombiana y destacar la cadena de suministro ética.
- **Potenciar el Emprendimiento Social:**

- Estrategia: Establecer programas de responsabilidad social corporativa y compartir historias de impacto positivo.
- Razón: Construir relaciones sólidas con consumidores comprometidos y demostrar el compromiso con el bienestar social.

Oportunidades (OP):

- **Ingresar al Mercado Emergente:**
 - Estrategia: Ofrecer descuentos y promociones para atraer a nuevos clientes y ganar cuota de mercado.
 - Razón: Capitalizar el crecimiento del mercado de moda sostenible en Colombia y establecer una base sólida de clientes.
- **Satisfacer la Demanda de Consumidores Conscientes:**
 - Estrategia: Crear contenido educativo sobre moda sostenible en redes sociales y el sitio web.
 - Razón: Aumentar la conciencia del consumidor y generar lealtad al brindar información valiosa.
- **Expandir Internacionalmente:**
 - Estrategia: Participar en ferias internacionales y asociarse con plataformas de comercio electrónico global.
 - Razón: Aprovechar la oportunidad de llevar la moda sostenible colombiana al mercado internacional.

Debilidades (DA):

- **Educar sobre Moda Sostenible:**
 - Estrategia: Colaborar con influencers y expertos en sostenibilidad para crear contenido educativo.
 - Razón: Superar la falta de conocimiento generalizado y establecer a Lola Covelli como líder educativo en moda sostenible.
- **Optimizar Costos de Producción:**
 - Estrategia: Buscar alianzas estratégicas con proveedores locales y buscar eficiencias en la cadena de suministro.
 - Razón: Reducir costos sin comprometer la sostenibilidad, haciendo que los productos sean más accesibles.
- **Diversificar Fuentes de Financiamiento:**

- Estrategia: Explorar opciones de financiamiento alternativas, como inversiones sostenibles y subvenciones.
- Razón: Superar la falta de capital para inversiones críticas en tecnología, investigación y expansión.

Estructura organizacional

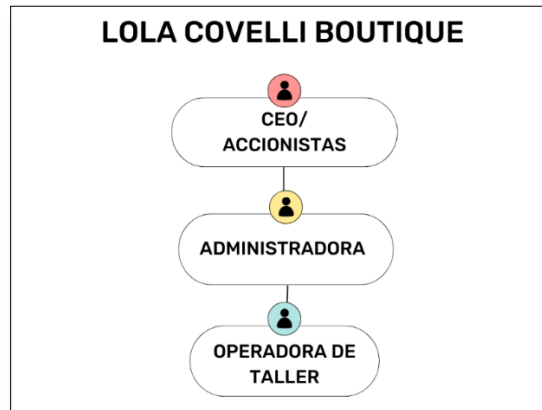
La estructura organizacional de Lola Covelli Boutique podría ser de tipo orgánica, lo que significa que es más flexible y adaptable para una empresa que está en su fase de creación y crecimiento. A medida que la empresa vaya evolucionando, se puede considerar la incorporación de más departamentos y equipos. Para empezar, aquí hay algunas funciones clave y perfiles que se pueden considerar a la hora de la evolución de la empresa, ya que al momento solo están las fundadoras y se tercerizan los procesos:

- **Fundador/CEO:** Responsable de la visión general de la empresa, la toma de decisiones estratégicas y la gestión de recursos. Además, serán las personas que en su inicio organizaran y gestionaran la empresa, realizando funciones diversas como recursos humanos, finanzas, mercadeo y ventas. A medida que la empresa este en crecimiento se espera poder aumentar estas figuras siempre y cuando estén alineadas a la proyección de ventas y crecimiento anual de la empresa.
- **Inversionistas o accionistas:** Es la persona que decidió invertir y creer inicialmente en lo que requiere Lola Covelli Boutique para empezar a operar.
- **Operadoras de Taller:** Es la persona externa que se encarga de la producción de las prendas de Lola Covelli Boutique. Al igual que el cargo administrativo, se proyecta poder incrementar el número de operadoras acorde al crecimiento en pedidos que se tenga año tras año.

Organigrama

A continuación, se desglosa el organigrama proyectado para Lola Covelli Boutique:

Figura 13. Organigrama Lola Covelli Boutique



Fuente: Elaboración propia

Factores Clave de la Gestión del Talento Humano

Para la correcta gestión del talento humano, se propone inicialmente para los integrantes del equipo de Lola Covelli Boutique en los que están incluidas las fundadoras y las personas que apoyaran la producción de las prendas:

- Capacitación en valores y ética de comercio justo.
- Fomento de un ambiente de trabajo inclusivo y colaborativo.
- Evaluación de desempeño y reconocimiento por logros.
- Garantía de condiciones laborales justas y seguras.

Esquema De Gobierno Corporativo.

A continuación, se presenta el gobierno corporativo que estará conformado para Lola Covelli Boutique, se debe tener en cuenta que este es un emprendimiento con muy poco personal y en fase de crecimiento se establecerán diferentes factores en 3 partes para alcanzar la eficiencia dentro de la compañía.

- **CEO/ACCIONISTAS:** Encargados de realizar la distribución del poder e incentivos dentro de Lola Covelli Boutique, son 2 inversionistas Maria Camila Gómez Cárdenas y Julie Pauline Mahecha Lancheros.

- **Administradora:** Sera una sola persona la encargada de ejercer el control sobre los procesos de la operación del taller y ventas en la página web.
- **Operadora de taller:** Sera una sola persona la encargada de realizar la producción de las prendas y reportas las novedades que se presenten dentro del proceso.

Aspectos Legales:

Para crear una empresa de moda sostenible con prácticas de comercio justo en Colombia es necesario cumplir con una serie de aspectos legales y regulaciones. Se presenta a continuación una visión general de los aspectos legales más relevantes:

- **Estructura Jurídica:** Se debe elegir una estructura legal para la empresa. En Colombia, las opciones comunes son la Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL) y la Sociedad por Acciones Simplificada (SAS). Teniendo en cuenta los bienes personales con los que cuentan los CEOS y accionistas, la cantidad de miembros que integrarían la junta y adicional la idoneidad de los recursos económicos con los que se cuenta, se espera crear inicialmente una Sociedad por acciones simplificadas (SAS).
- **Registro de la Empresa:** Es necesario registrar a Lola Covelli ante la Cámara de Comercio de Colombia. En este registro se incluye la obtención de un Número de Identificación Tributaria (NIT), que será necesario para llevar a cabo operaciones comerciales legales de la empresa.
- **Registro de Marca:** Para proteger tu marca y propiedad intelectual, se considera importante registrar el nombre y el logotipo de Lola Covelli Boutique ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), ya que esto otorga derechos exclusivos sobre la marca y evita que otros la utilicen sin el debido permiso.
- **Cumplimiento Tributario:** Se deben cumplir con las obligaciones fiscales locales, estatales y nacionales. Para Lola Covelli esto implicaría la declaración y el pago de impuestos sobre las ventas (IVA), impuesto sobre la renta y otros impuestos relacionados con la actividad empresarial.

- **Normativas de Comercio Justo y Ética:** Como Lola Covelli es una empresa comprometida con el comercio justo y la sostenibilidad, se debe cumplir con las regulaciones y normativas relacionadas con estas prácticas. Es decir, asegurar que se opere de acuerdo con los estándares éticos, laborales y ambientales aplicables. Será necesario en su momento buscar la validación de certificaciones en moda sostenible y comercio justo.
- **Derechos Laborales:** Se deben cumplir con las leyes laborales colombianas, como el Código Sustantivo del Trabajo, para garantizar condiciones de trabajo justas para los colaboradores. Esto incluye aspectos como salarios, horas de trabajo y seguridad social.
- **Etiquetado y Características de las Prendas:** Se debe asegurar de que el etiquetado y la información del producto cumplan con las regulaciones colombianas. Esto incluye la inclusión de etiquetas de composición y cuidado, así como información sobre la empresa y la trazabilidad de los productos.
- **Contratos y Acuerdos:** Utiliza contratos y acuerdos legales para formalizar relaciones comerciales con los proveedores y otros socios comerciales. Esto puede ayudar a proteger tus intereses y garantizar el cumplimiento de las prácticas éticas.
- **Certificaciones y Sellos de Sostenibilidad:** Se debe considerar la posibilidad de obtener certificaciones o sellos de sostenibilidad reconocidos nacional e internacionalmente, para demostrar tu compromiso con la sostenibilidad y el comercio justo.
- **Regulaciones de Comercio Electrónico:** Se deben cumplir con las regulaciones de comercio electrónico, como la Ley 527 de 1999, que establece normas para el comercio electrónico en Colombia.

Se debe considerar que todas las regulaciones pueden cambiar con el tiempo, por lo que es fundamental para los integrantes de trabajo de Lola Covelli Boutique mantenerse informado para garantizar que la empresa cumpla con todas las normativas y requisitos legales pertinentes en Colombia.

Estructura jurídica y tipo de sociedad

Teniendo en cuenta los bienes personales con los que cuentan los CEOS y accionistas, la cantidad de miembros que integrarían la junta y adicional la idoneidad de los recursos económicos con los que se cuenta, se espera crear inicialmente una Sociedad por acciones simplificadas (SAS). Además, Lola Covelli Boutique, actualmente en fase de formación, tiene una visión que va más allá de ser una empresa convencional. Desde sus inicios, se compromete a ser un agente de cambio positivo para la sociedad y el medio ambiente. La empresa ha integrado valores esenciales de responsabilidad social y sostenibilidad en su filosofía, estableciendo así las bases de su identidad empresarial. Uno de sus objetivos primordiales es convertirse en una Sociedad Comercial de Beneficio e Interés Colectivo (BIC) desde el momento de fundación, marcando así su compromiso desde la fase de planificación con metas que trascienden lo meramente económico (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Confecámaras, 2019).

su compromiso reflejado en su alineación con los principios fundamentales de las Empresas de Beneficio e Interés Colectivo (BIC). Explorando tres pilares esenciales que guían su visión y acciones: Propósito Social, Propósito Ambiental y Beneficio Colectivo. Estos pilares no solo definen su filosofía, sino que también configuran su identidad como futura Empresa BIC. En este trayecto, se busca comprender cómo Lola Covelli Boutique se compromete a ser un agente de cambio positivo y asumir su responsabilidad hacia la sociedad y el planeta (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Confecámaras, 2019).
Propósitos de Lola Covelli Boutique al Alinear con los Principios BIC:

- **Propósito Social:** La misión de Lola Covelli Boutique se centra en contribuir de manera positiva a la sociedad en la que opera. Esto se traduce en un compromiso claro de apoyar a las comunidades locales y garantizar condiciones laborales justas y seguras. La empresa se compromete a ser un agente de

cambio para el bienestar colectivo, demostrando que su actividad empresarial tiene un propósito más allá de las ganancias.

- **Propósito Ambiental:** Lola Covelli Boutique asume la responsabilidad de ser un defensor activo del medio ambiente. Este compromiso significa que la empresa se esfuerza por minimizar su huella ecológica en todas sus operaciones. Desde la selección cuidadosa de materiales hasta la gestión responsable de residuos, la empresa busca promover prácticas sostenibles en cada faceta de su negocio.
- **Beneficio Colectivo:** Reconocer la interconexión entre el éxito de la empresa y el bienestar general de la sociedad es un principio clave de la Empresa BIC. Lola Covelli Boutique entiende que su prosperidad está directamente relacionada con el bienestar de la comunidad. Por lo tanto, la empresa se compromete a que este principio guíe todas sus acciones. Al formalizar este compromiso como una Empresa BIC, la empresa se asegura de que sus decisiones busquen el beneficio colectivo en lugar de centrarse únicamente en ganancias individuales.

La alineación precisa de la misión empresarial con estos principios es fundamental para establecer una empresa sólida y comprometida con un propósito social y ambiental significativo, así como para maximizar su contribución al beneficio colectivo en su entorno y más allá.

Para poder obtener la certificación como Empresa BIC, Lola Covelli Boutique se enfoca en cinco dimensiones esenciales. Estas dimensiones definen su compromiso con la sociedad y el medio ambiente, delineando su misión como una fuerza positiva y sostenible. Estas dimensiones guiarán su identidad como futura Empresa BIC, reflejando su legado de responsabilidad y contribución colectiva. (Ver imagen 13)

Figura 14. Dimensiones identidad Empresa BIC



Modelo de Negocio:

Prácticas de Comercio Justo: se compromete a garantizar contratos transparentes y pagos oportunos, respetar los derechos laborales, promover prácticas sostenibles

Compras Locales: Lola Covelli apoya proveedores locales como Pat Primo y talleres de confección, promoviendo así la economía de nuestra comunidad. Es parte de nuestro compromiso con el crecimiento sostenible y la colaboración ética en nuestra red empresarial.

Inclusión Productiva: Se incluye taller familiar en la cadena de suministro, valorando la tradición y pagando justamente por cada prenda. También apoyamos a mujeres emprendedoras y comunidades vulnerables, promoviendo la inclusión.



Gobierno Corporativo:

Participación Diversificada: Actualmente, Lola Covelli Boutique se centra en la contratación de mujeres, enfatizando la equidad de género en su equipo de trabajo.

Transparencia y Ética: Lola Covelli Boutique se compromete firmemente a mantener altos estándares éticos y transparencia en todas sus operaciones. La empresa busca construir confianza tanto dentro como fuera de la organización a través de prácticas comerciales íntegras y una comunicación clara y abierta.



Prácticas Laborales:

Equidad Salarial y Desarrollo Profesional: Lola Covelli Boutique se enfoca en garantizar una equidad salarial y oportunidades de desarrollo para todos sus empleados. La empresa está comprometida con una cultura laboral justa y de igualdad de oportunidades para todos los miembros de su equipo.

Flexibilidad y Bienestar Laboral: Lola Covelli Boutique se dedica a la formación continua de sus empleados y colaboradores. Además, busca brindar flexibilidad en los horarios laborales y programas de bienestar que fomenten un equilibrio saludable entre la vida personal y profesional de su equipo.



Prácticas Ambientales:

Gestión Sostenible de Recursos: Lola Covelli Boutique reduce su huella ecológica con estrategias como mínimo uso de maquinaria, proveedores certificados, diseño sostenible y fabricación artesanal. Gestionan residuos y optimizan recursos para ser ecoamigables.

Promoción de Energías Limpias: Lola Covelli Boutique busca utilizar energías limpias y tecnologías sostenibles para reducir su huella de carbono y contribuir al medio ambiente.



**Prácticas con la Comunidad:
Generación de Empleo Inclusivo:**

Desde sus inicios, Lola Covelli Boutique se ha comprometido a brindar oportunidades laborales a grupos desfavorecidos, incluyendo a mujeres con experiencia en costura que no han recibido una remuneración justa por su labor.

Voluntariado y Apoyo Comunitario: Fomentar la participación activa de los colaboradores en programas de voluntariado, contribuyendo a proyectos sociales en la comunidad y preservando el valioso conocimiento de costura en las familias de nuestros colaboradores.

Fuente: Elaboración propia

Aspectos Financieros

Objetivos financieros

Objetivos Financieros a Corto Plazo (1 año):

- Alcanzar el Punto de Equilibrio: Identificar y alcanzar el punto de equilibrio donde los ingresos cubren todos los costos operativos y de producción.
- Aumento de Ingresos Mensuales: Establecer un objetivo específico para aumentar los ingresos mensuales en un porcentaje del 20% respecto al mes anterior.
- Control de Gastos: Establecer un límite máximo para los gastos operativos y garantizar que se mantengan dentro de ese límite.
- Generación de Flujo de Efectivo Positivo: Mantener un flujo de efectivo positivo para financiar operaciones y futuras inversiones sin recurrir a otro préstamo.

Objetivos Financieros a Mediano Plazo (1 - 3 años):

- Crecimiento de Ingresos: Establecer un objetivo anual de crecimiento de ingresos, como duplicar las ventas anuales en tres años.
- Rentabilidad Sostenible: Lograr una rentabilidad constante y sostenible con un margen de beneficio adecuado.
- Diversificación de Fuentes de Ingresos: Ampliar la gama de productos o servicios ofrecidos para diversificar las fuentes de ingresos y reducir la dependencia de una línea de productos.

Objetivos Financieros a Largo Plazo (3 - 5 años):

- Expansión Internacional: Evaluar la posibilidad de ingresar a mercados internacionales seleccionados con una estrategia adaptada.
- Creación de Reservas: Establecer un fondo de reserva financiera sólido para hacer frente a contingencias y oportunidades de inversión estratégicas.

- Contribución al Desarrollo Local: Medir y establecer objetivos específicos para contribuir al desarrollo económico y social de las comunidades locales donde opera la empresa.
- Responsabilidad Fiscal y Legal: Cumplir con todas las obligaciones fiscales y legales, y establecer una cultura de transparencia y cumplimiento en la empresa.

Modelo 2.0 y simulador financiero.

El dimensionamiento de los ingresos se basa en la estimación de las ventas de los productos de Lola Covelli Boutique durante el primer año de operación. Se espera vender un total de 540 prendas, considerando la demanda proyectada y la capacidad de producción de la empresa.

Los productos que se ofrecerán para la primera colección son camisetas de 100% algodón en diseño ceñido y oversize, así como blusas, tops y blusones en 100% lino. Cada una de estas prendas tiene un valor comercial establecido, siendo \$150.000 para las blusas de lino, \$130.000 para los tops de lino, \$100.000 para las camisetas ceñidas de algodón, \$100.000 para las camisetas oversize de algodón y \$200.000 para los blusones.

Para determinar los costos de los productos, se tienen en cuenta los costos de fabricación, que incluyen los materiales utilizados en la confección de cada prenda. Los costos de fabricación por prenda son de \$23.400 para las blusas de lino, \$22.500 para los tops de lino, \$22.400 para las camisetas ceñidas de algodón, \$22.400 para las camisetas oversize de algodón y \$23.400 para los blusones (ver tabla 7).

Tabla 7 Costo de fabricación de prendas

COSTOS DE LA FABRICACIÓN DE PRENDAS PRIMERA COLECCIÓN LOLA COVELLI BOUTIQUE.	
BLUSA DE LINO	
Tela lino	\$ 15.000
Botones x 10	\$ 900

Hilo	\$ 1.000
Hilo cono	\$ 3.000
COSTO	\$ 23.400
TOP DE LINO	
Tela lino	\$ 15.000
Cierre	\$ 1.200
Hilo	\$ 1.000
Hilo cono	\$ 3.000
Hinternlon*metro	\$ 3.500
COSTO	\$ 22.500
BLUSON LINO	
Tela lino	\$ 15.000
Botones*10	\$ 900
Hilo	\$ 1.000
Hilo cono	\$ 3.000
Hinternlon*metro	\$ 3.500
COSTO	\$ 23.400
CAMISETA ALGODÓN	
Tela algodón	\$ 19.600
Hilo	\$ 1.000
Caucho	\$ 1.500
Hilo caucho	\$ 300
COSTO	\$ 22.400
CAMISETA ALGODÓN	
Tela algodón	\$ 19.600
Hilo	\$ 1.000
Caucho	\$ 1.500
Hilo caucho	\$ 300
COSTO	\$ 22.400

Fuente: Elaboración propia

Además de los costos de fabricación, se tiene en cuenta el costo del servicio de confección, el cual es de \$25.000 por prenda aparte de los materiales y se paga directamente a la persona encargada de la confección. Un precio justo en el contexto local o regional es aquel que se ha acordado a través de diálogo y participación de las partes. Este valor no solamente cubre costos de producción, sino que también permite una producción socialmente justa y ambientalmente responsable. Ofrece un pago justo a la persona que confecciona la prenda y toma en consideración el principio de igual paga para igual trabajo tanto de mujeres como de hombres. (Justo, s.f.)

Con estos datos, se proyecta que durante el primer año se venderán un total de 540 prendas, lo que generará unos ingresos totales de \$ 73.800.000 Esta proyección se basa en la demanda estimada y en la capacidad de producción de la empresa (ver imagen 15).

Figura 15. Ingresos ventas primer año.

INGRESOS-VENTAS DEL PRIMER AÑO					CRECIMIENTO PORCENTUAL EN VENTAS (CANTIDADES)				
HOMBRE DEL PRODUCTO O SERVICIO	CANTIDADES	PRECIO DE VENTA UNITARIO SIN IVA	INGRESOS TOTALES	ANO.	2024	2025	2026	2027	
1	BLUSA LINO	120,00 \$	150.000,00 \$	24%	15,0%	20,0%	25,0%	30,0%	
2	TOP LINO	60,00 \$	130.000,00 \$	11%	15,0%	20,0%	25,0%	30,0%	
3	BLUSON LINO	120,00 \$	200.000,00 \$	33%	15,0%	20,0%	25,0%	30,0%	
4	CAMSETA ALGODÓN OVERSIZE	120,00 \$	100.000,00 \$	16%	15,0%	20,0%	25,0%	30,0%	
5	CAMSETA ALGODÓN	120,00 \$	100.000,00 \$	16%	15,0%	20,0%	25,0%	30,0%	
6		- \$	- \$	0%	0%	0%	0%	0%	
7		- \$	- \$	0%	0%	0%	0%	0%	
8		- \$	- \$	0%	0%	0%	0%	0%	
9		- \$	- \$	0%	0%	0%	0%	0%	
10		- \$	- \$	0%	0%	0%	0%	0%	
TOTAL			73.800.000 \$	100%					

COSTOS DE CADA PRODUCTO O SERVICIO				
HOMBRE DEL PRODUCTO O SERVICIO	CANTIDADES	COSTO UNITARIO DEL PDTO O SERVICIO	COSTOS TOTALES	
1	BLUSA LINO	120	23.400,00 \$	23%
2	TOP LINO	60	22.500,00 \$	11%
3	BLUSON LINO	120	23.400,00 \$	23%
4	CAMSETA ALGODÓN OVERSIZE	120	22.400,00 \$	22%
5	CAMSETA ALGODÓN	120	22.400,00 \$	22%
6	0	0	- \$	0%
7	0	0	- \$	0%
8	0	0	- \$	0%
9	0	0	- \$	0%
10	0	0	- \$	0%
TOTAL			12.342.000 \$	100%

PROYECCIONES					
ANO	2023	2024	2025	2026	2027
VENTAS ANUALES	\$ 73.800.000,0	\$ 89.113.500,0	\$ 112.283.010,0	\$ 147.371.450,8	\$ 201.162.030,1
COSTOS ANUALES	\$ 12.342.000,0	\$ 16.577.774,4	\$ 23.374.661,9	\$ 34.448.408,0	\$ 53.291.687,1
MARGEN OPERATIVO	\$ 61.458.000,0	\$ 72.535.725,6	\$ 88.908.348,1	\$ 112.923.042,6	\$ 147.870.343,0

ANO BASE	2023
ANO	2024 2025 2026 2027
INFLACION	5,0% 5,0% 5,0% 5,0%
IPP	16,8% 17,5% 17,9% 19,0%
TASA IMPTO RENTA	34,0%

[VOLVER AL MENÚ](#)

Fuente: Elaboración propia.

El dimensionamiento de la inversión requerida para la puesta en marcha de Lola Covelli Boutique se basa en los diferentes gastos y costos que se deben tener en cuenta para el primer año de producción.

La inversión inicial necesaria para la compra de materia prima durante el primer año de producción es de \$12.342.000. Este monto se destina a la adquisición de los materiales necesarios para la confección de las prendas que se ofrecerán.

En cuanto a los gastos de nómina, se prevé destinar un total de \$ 37.021.068 para cubrir el salario del personal en el área administrativa y producción. Para el área administrativa se proyecta destinar \$23.521.068, es importante tener en cuenta que, al inicio de la empresa, el equipo estará conformado una administradora encargada del diseño, calidad, publicidad, ventas, análisis de mercado y finanzas. Para el área producción, se proyecta destinar \$13.500.000 durante el primer año. Este monto se paga al taller de confección encargada de fabricar las prendas según las especificaciones y diseños de Lola Covelli Boutique.

Para el área de marketing, se estima que se requerirá un presupuesto de \$7.750.000. Este monto se utilizará para la promoción y difusión de los productos de la empresa, incluyendo estrategias publicitarias, presencia en redes sociales, otros medios de comunicación y empaques.

En cuanto a los gastos de servicios públicos, se estima un monto anual de \$3.600.000. Estos gastos corresponden al consumo de energía eléctrica, agua y otros servicios necesarios para el funcionamiento del taller de diseño y marketing ubicado en la casa propia.

Adicionalmente, se considera necesario contratar una póliza de seguros para proteger la empresa y sus activos. El costo estimado de la póliza de seguros es de \$1.542.000. Estos montos representan los gastos y costos fijos anuales que se deben tener en cuenta para el primer año de operación de la empresa (Ver imagen 16).

Figura 16. Definición de inversión Inicial

DEFINA LA INVERSIÓN INICIAL QUE REALIZARAN PARA LA PUESTA EN MARCHA DEL NEGOCIO:

INVERSIÓN INICIAL	
TERRENOS	
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	
MUEBLES Y ENSERES	
EQUIPO DE OFICINA	
EQUIPO DE TRANSPORTE	
FRANQUICIAS	
PATENTES /INV en INTANGIBLES	
GASTOS DE PUESTA EN MARCHA	\$ 12.702.000,00
TOTAL INVERSIONES	\$ 12.702.000,00

[VOLVER AL MENÚ](#)

INCLUYA EN CADA CATEGORIA LOS COSTOS Y GASTOS FIJOS DEL PRIMER AÑO, EN LOS QUE DEBERAN INCURRRIR PARA LA OPERACIÓN DEL NEGOCIO

TOTAL NÓMINAS	\$ 37.021.068,00	SERVICIOS DE SEGURIDAD:	\$ -
PRESUPUESTO DEL MARKETING		SERVICIOS DE ASEO:	\$ -
MIX año de INICIO.	\$ 7.750.000,00	polizas de seguro	\$ 1.542.000,00
GASTO PUBLICITARIO AÑOS SIGUIENTES			\$ -
2024	\$ 3.000.000,00		\$ -
2025	\$ 4.000.000,00		\$ -
2026	\$ 5.000.000,00		\$ -
2027	\$ 6.000.000,00		\$ -
		TOTAL GASTOS FIJOS	\$ 6.282.000,00

Fuente: Elaboración propia

La inversión total requerida para iniciar Lola Covelli Boutique es de \$ 28.550.767,00. Esta inversión incluye los diferentes rubros necesarios para la puesta en marcha de la empresa, como la adquisición de materia prima, los gastos de nómina por tres meses, marketing, servicios del taller de costura y la póliza de seguros.

En cuanto a la política de capital de trabajo, se estima que se necesita contar con los gastos de nómina y servicios por tres meses para poder iniciar las operaciones de manera adecuada. Estos gastos representan un monto total de \$ 9.255.267,00. Si se decide optar por un préstamo de libre inversión para cubrir la inversión inicial, es importante considerar la tasa de interés y el plazo del crédito. En este caso, la tasa anual es del 20% y el crédito se estipula a 4 años. (Ver Imagen 17)

Figura 17. Inversión total

INVERSION TOTAL Y NECESIDADES DE FINANCIACION

TASA DE INT ANUAL CRÉDITO **20,00%** AÑOS DE CRÉDITO **4**

CALCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO INICIAL			CALCULO DEL PRESTAMO					
	MESES	VALOR	AÑO					
			0	inicial	interés	amort	cuota	final
TOTAL INVERSIONES		\$ 12.702.000,00						
COSTOS OPERATIVOS	3,0	\$ 3.085.500,00	2023	\$ 28.550.767,0	\$ 5.710.153,4	\$ 5.318.697,3	\$ 11.028.850,7	\$ 28.550.767,0
NOMINAS	3,0	\$ 9.255.267,00	2024	\$ 23.232.069,7	\$ 4.646.413,9	\$ 6.382.436,7	\$ 11.028.850,7	\$ 16.849.633,0
MARKETING MIX	3,0	\$ 1.937.500,00	2025	\$ 16.849.633,0	\$ 3.369.926,6	\$ 7.658.924,1	\$ 11.028.850,7	\$ 9.190.708,9
GASTOS FIJOS	3,0	\$ 1.570.500,00	2026	\$ 9.190.708,9	\$ 1.838.141,8	\$ 9.190.708,9	\$ 11.028.850,7	\$ -
TOTAL		\$ 15.848.767,00	2027	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL INVERSION		\$ 28.550.767,00						
APORTE DE LOS EMPRENDEDORES		\$ -						
PRESTAMO A SOLICITAR		\$ 28.550.767,00						

VOLVER AL MENÚ

Desarrollado por: Magister Mauricio Reyes Giraldo.
Docente de Tiempo Completo Universidad EAN.
Coordinador Núcleo de Emprendimiento Universidad FEAV
Universidad -EAN.
contacto: dmreyes@ean.edu.co

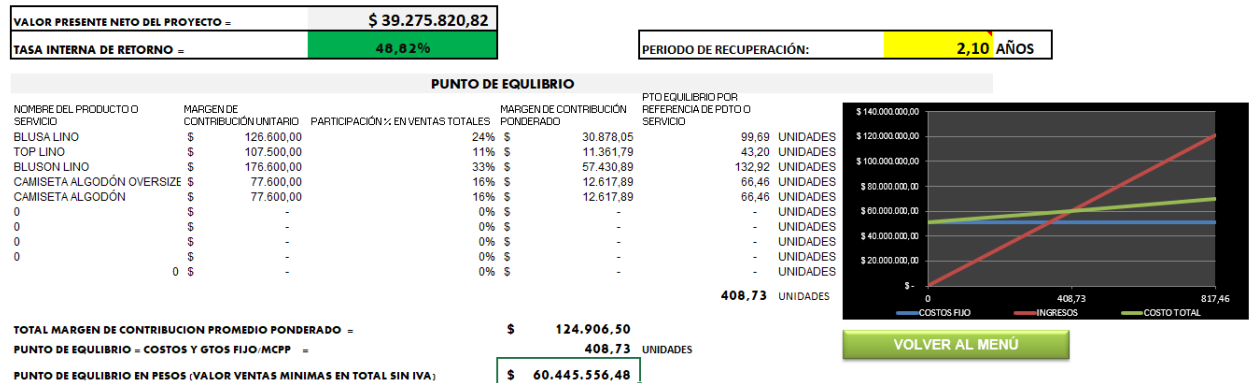
Fuente: Elaboración propia.

Los indicadores de evaluación financiera proporcionan información importante sobre la viabilidad y rentabilidad del proyecto. Se realiza la interpretación de los indicadores.

- Valor Presente Neto (VPN): El VPN calculado de \$ \$ 39.275.820,82 indica que el proyecto genera un valor actual neto positivo. Esto significa que, considerando la tasa de descuento utilizada que es del 13,7% tomando de partida las tasas de CDT en Colombia actualmente, se espera que los flujos de efectivo generados por el proyecto superen el costo de la inversión inicial. En este caso se considera que un VPN positivo indica que el proyecto es financieramente atractivo.
- Período de recuperación de la inversión: El período de recuperación de la inversión se estima en 2,10 años. Esto significa que se espera que el proyecto recupere el monto de la inversión inicial en aproximadamente 2 años y 2 meses. Un período de recuperación relativamente corto indica que el proyecto tiene la capacidad de generar ingresos suficientes para cubrir los costos de inversión en un período razonable.
- Tasa Interna de Retorno (TIR): La TIR calculada de 48,82% indica la máxima rentabilidad del proyecto. Este porcentaje representa la tasa de rendimiento que se espera obtener a partir de las inversiones realizadas. Una TIR del 48,82% indica que el proyecto ofrece una tasa de retorno atractiva en comparación con otras alternativas de inversión.
- Punto de equilibrio: El punto de equilibrio se alcanza cuando los ingresos totales son iguales a los costos totales, lo que indica el nivel mínimo de ventas necesario para cubrir los costos y no tener pérdidas. En este caso, el punto de equilibrio se sitúa en 408,73 unidades de ventas o \$ \$ 60.445.556,48 en valor de ventas. Esto significa que la empresa debe vender al menos 408,73 unidades de sus productos o generar ventas por un valor de \$ 60.445.556,48 para cubrir sus costos y no tener pérdidas.

En general, los indicadores de evaluación financiera muestran que el proyecto es viable y rentable. El VPN positivo, el período de recuperación relativamente corto, la TIR atractiva y el punto de equilibrio razonable indican que la empresa tiene buenas perspectivas de éxito financiero (Ver Imagen 18).

Figura 18. Indicadores de evaluación financiera



Desarrollado por: Magister Maurizio Reyes Giraldo.
Docente de Tiempo Completo Universidad EAN.
Coordinador Maestría de Emprendimiento Universidad FEAV
Universidad - EAN.
contacto: dmreyes@ean.edu.co

Fuente: Elaboración propia

Enfoque hacia la Sostenibilidad

Lola Covelli tiene un enfoque de sostenibilidad alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), ya que son un marco global que promueve la sostenibilidad en múltiples áreas. **(Unidas, 2015)**. En este caso se promueve:

Objetivo 1. Fin de la Pobreza: A través de prácticas de comercio justo y colaboraciones con comunidades locales, Lola Covelli contribuirá al aumento de los ingresos y la reducción de la pobreza en áreas donde esta operará.

Objetivo 5. Igualdad de Género: En Lola Covelli se fomenta la igualdad de género en la cadena de suministro, asegurando que las colaboradoras reciban un trato justo y equitativo.

Objetivo 8 Decente y Crecimiento Económico: Lola Covelli busca crear empleo local y ofrecer condiciones de trabajo justas, contribuyendo al crecimiento económico sostenible y al desarrollo de habilidades.

Objetivo 9 Industria, Innovación e Infraestructura: Lola Covelli Boutique con la construcción de una infraestructura sostenible en la industria de la moda, mediante la incorporación de prácticas innovadoras y tecnologías ecoamigables, así como la colaboración con actores de la cadena de suministro que compartan valores sostenibles. Además, subraya la participación en iniciativas más amplias que promuevan la innovación y la sostenibilidad en la industria textil.

Objetivo 12. Producción y Consumo Responsables: Lola Covelli promueve la producción responsable mediante la elección de materiales sostenibles y la reducción de residuos en la fabricación.

Objetivo 13. Acción por el Clima: Lola Covelli busca adoptar prácticas de moda sostenible, utilizando materiales ecoamigables y reduciendo su huella de carbono.

Objetivo 16. Paz, Justicia e Instituciones Sólidas: Lola Covelli busca mantener estándares éticos y de comercio justo en toda la cadena de suministro, promoviendo la justicia y la responsabilidad corporativa.

Objetivo 17. Alianzas para lograr los Objetivos: Lola Covelli buscara asociarse con organizaciones y ONGs que compartan su visión de sostenibilidad y comercio justo, creando alianzas para lograr un impacto más amplio.

Este enfoque de sostenibilidad basado en los ODS demuestra el compromiso de Lola Covelli con un mundo más justo, sostenible y equitativo, y contribuye a la realización de estos objetivos globales a nivel local y sectorial.

A continuación, se resaltan otros elementos particulares y clave que justifican la sostenibilidad del modelo de negocio y operación a nivel de las dimensiones social, ambiental, económica y de gobernanza.

1. Dimensión Social:

- **Comercio Justo:** La dimensión social de la sostenibilidad en Lola Covelli se refleja en el compromiso con el comercio justo. Colaboran con artesanos y productores locales, asegurando condiciones de trabajo dignas y una remuneración equitativa. Esto contribuye al empoderamiento económico de comunidades locales y promueve la equidad social.
- **Creación de Empleo:** A medida que Lola Covelli vaya creciendo, se van creando oportunidades de empleo tanto en el diseño y producción de prendas como en funciones de marketing y ventas. Esto respalda el crecimiento económico y la estabilidad en las comunidades locales donde se opera.

2. Dimensión Ambiental:

- **Materiales Sostenibles:** Lola Covelli se compromete a utilizar materiales sostenibles y respetuosos con el medio ambiente en la producción de nuestras prendas. Esto incluye la exploración de opciones como algodón orgánico y tintes naturales, minimizando así nuestro impacto ambiental.
- **Reducción de Residuos:** Implementamos prácticas de diseño que minimizan los desperdicios en la producción de prendas. Además, buscamos soluciones de reciclaje y reutilización para reducir aún más nuestra huella de carbono.

3. Dimensión Económica:

- **Viabilidad a Largo Plazo:** La sostenibilidad económica es esencial para nuestro modelo de negocio. A través de prácticas éticas y el desarrollo de una base de clientes leales, buscamos asegurar la viabilidad a largo plazo y la rentabilidad del emprendimiento.
- **Contribución al Desarrollo Local:** Lola Covelli Boutique fomenta el crecimiento económico local al colaborar con proveedores y artesanos de la región. Esto tiene un impacto positivo en la economía local y fortalece las relaciones comerciales sostenibles.

4. Dimensión de Gobernanza:

- **Transparencia:** Lola Covelli Boutique se compromete en lo posible a operar con transparencia en todas sus áreas. Esto incluye una cadena de suministro transparente y comunicación abierta con los colaboradores y clientes.

- **Cumplimiento de Normativas:** Lola Covelli Boutique se adhiere a todas las leyes y regulaciones relacionadas con la producción, el comercio justo y la protección del medio ambiente. Se van a asegurar de operar dentro de los marcos legales y éticos establecidos.
- **Ética Empresarial:** La ética empresarial es un pilar fundamental de la gobernanza, la empresa procurara mantener altos estándares éticos en todas sus relaciones comerciales y decisiones corporativas.

Conclusiones

Gracias a la investigación realizada en este proyecto se puede concluir que Lola Covelli se encuentra en un estado inicial que promete un futuro brillante en la industria de la moda sostenible. Su ventaja competitiva radica en la integración de prácticas éticas y sostenibles en todos los aspectos del negocio, desde la elección de materiales hasta la colaboración con proveedores locales comprometidos. Esta ventaja se ve reforzada por su estratégica asociación con un taller de confección que garantiza condiciones laborales justas, estableciendo un estándar elevado en el sector.

Al analizar el contexto de la moda sostenible en Colombia, se observan fuerzas poderosas que respaldan el negocio de Lola Covelli. El aumento en la conciencia de los consumidores sobre la sostenibilidad en el exterior y en Colombia, respaldado por el crecimiento sostenido en las búsquedas de moda sostenible, indica un mercado receptivo y en expansión. Además, la visión gubernamental en otros países para promover la moda sostenible ofrece oportunidades significativas para el negocio de Lola Covelli pues pueden ser replicadas en Colombia al ver el crecimiento de este sector.

Sin embargo, la industria, de la moda también presenta desafíos y amenazas, como la competencia creciente de moda rápida y la necesidad de educar a los consumidores sobre la moda sostenible. La percepción de que la moda sostenible es costosa podría representar un obstáculo inicial, pero esto se aborda mediante una estrategia de comunicación clara que destaca el valor y la ética en cada prenda.

En cuanto a la estrategia de introducción al mercado, Lola Covelli se propone establecerse como una marca líder en moda sostenible en Colombia. Los objetivos de

mercadeo se centran en la conciencia de marca, la educación del consumidor y la expansión del mercado. Las acciones específicas incluyen campañas de concienciación, colaboraciones con influencers y participación en ferias sostenibles.

La estructura organizacional y los aspectos técnicos están diseñados para apoyar la misión y visión de Lola Covelli, que buscan transformar la industria de la moda hacia la sostenibilidad y la equidad. En el ámbito financiero, se prevé una inversión inicial significativa en materiales y operaciones, pero con proyecciones que indican un retorno de inversión sólido en los primeros años. La estructura financiera se basa en un análisis profundo y realista de costos, ingresos y gastos.

Esta estructura empresarial integral y bien pensada proporciona un marco sólido para Lola Covelli. Con un enfoque comprometido en la sostenibilidad, equidad y calidad, se espera que la empresa se posicione para marcar una diferencia duradera en la industria de la moda sostenible en Colombia.

Referencias

- Ministerio de Ambiente y Desarrollo. (Junio de 2021). *Plan nacional para la gestión sostenible*. Obtenido de Ministerio de Ambiente y Desarrollo:
<https://www.minambiente.gov.co/wp-content/uploads/2022/02/plan-nacional-para-la-gestion-sostenible-de-plasticos-un-solo-uso-minambiente.pdf>
- Ministerio de comercio. (2019). Obtenido de
<https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/general/primer-ano-gobierno-presidente-petro-mincomercio>
- Alternativa de moda SAS. (s.f.). Obtenido de https://www.informacion-empresas.co/Empresa_ALTERNATIVA-MODA-SAS.html
- ANDI. (2022). *Informe ANDI Interactivo Final*. Obtenido de
<https://www.andi.com.co/Uploads/Informe%20ANDI%20Interactivo%20Final%20-%20Ago%2011.pdf>
- Anne Chick, P. M.-L. (2019). *Design for Sustainability: A Practical Approach*. Londres: Routledge.
- BCG. (31 de Mayo de 2023). *La moda circular: un paso hacia un futuro sostenible y sin residuos*. Obtenido de <https://www.bcg.com/press/31may2023-la-moda-circular-un-paso-hacia-un-futuro-sostenible-y-sin-residuos>
- Bolívar, P. (14 de noviembre de 2020). Moda sostenible: una industria que está saliendo del clóset. *El tiempo*.
- Camara de comercio de bogota. (20 de Agosto de 2017). *¿Por qué el negocio textil colombiano enfrenta su hora más crítica?*. Obtenido de
<https://www.prod.aws.ccb.org.co/Clusteres/Cluster-de-Construccion/Noticias/2017/Agosto-2017/Por-que-el-negocio-textil-colombiano-enfrenta-su-hora-mas-critica>

- Carranza, D. C. (2004 de Abril de 2019). *ONU: la industria de la moda es la segunda más contaminante*. Obtenido de <https://www.aa.com.tr/es/mundo/onu-la-industria-de-la-moda-es-la-segunda-m%C3%A1s-contaminante-del-mundo/1450749>
- Casa Lefay. (s.f.). Obtenido de <https://www.casalefay.com/collections/t-shirts/products/wild-mushroom-tshirt>
- Chan, E. (11 de ENERO de 2022). *¿Finalmente la moda asumirá su responsabilidad ecológica en 2022?* Obtenido de VOGUE LATINOAMERICA: <https://www.vogue.mx/sustentabilidad/articulo/industria-de-la-moda-y-su-responsabilidad-ecologica-en-2022>
- Climaterra. (12 de Febrero de 2021). *La industria de la moda, la segunda más contaminante del mundo, en cifras*. Obtenido de <https://www.climaterra.org/post/la-industria-de-la-moda-la-segunda-más-contaminante-del-mundo-en-cifras#:~:text=La%20moda%20es%20la%20segunda%20industria%20más%20contaminante.,del%2020%25%20de%20la%20contaminación%20industrial%20del%20agua>.
- Consumoteca. (2023). *Educación sobre moda sostenible y consumo ético*. Obtenido de <https://www.consumoteca.com/bienestar-y-salud/educacion-sobre-moda-sostenible-y-consumo-etico/>
- Cristancho, M. (2018). *Moda sostenible y tecnología: una alianza estratégica para el desarrollo del sector textil-confección en Colombia*. Bogota DC: Universidad Nacional de Colombia.
- DIAN. (3 de enero de 2022). *DIAN*. Obtenido de Nuevo Arancel de Aduanas 2022: <https://www.dian.gov.co/Prensa/Paginas/NG-Nuevo-Arancel-de-Aduanas-2022.aspx>
- dvotio. (s.f.). Obtenido de <https://www.instagram.com/dvotio/p/BseXy-llK0J/>

- Emprendedores. (2023). *Moda sostenible: un negocio rentable y con futuro*. Obtenido de <https://emprendedores.es/ideas-de-negocio/tendencias-moda-sostenible/#:~:text=A%20trav%C3%A9s%20de%20entrevistas%20y%20casos%20de%20%C3%A9xito,la%20sostenibilidad%20y%20apunta%20a%20tres%20razones%20fundamentales.>
- Esquivel, J. (2016). *Moda sostenible: una alternativa para el desarrollo social y ambiental en Colombia*. Bogota DC: Universidad del Rosario.
- Estevez, R. (12 de 12 de 2017). *ecointeligencia.com*. Obtenido de ¿Qué puede aportar el comercio justo al desarrollo sostenible?: <https://www.ecointeligencia.com/2017/12/comercio-desarrollo-sostenible/>
- Fenalco. (2019). *Estudio de consumo sostenible en Colombia*. Bogota DC.
- fucsia.co. (15 de 11 de 2022). Obtenido de Innovación y sostenibilidad en una de las marcas de moda más tradicionales de Colombia: <https://www.fucsia.co/moda/tendencias/articulo/innovacion-y-sostenibilidad-en-una-de-las-marcas-de-moda-mas-tradicionales-de-colombia/202217/>
- García, A. (2011). *El comercio justo: ¿una alternativa de desarrollo local?* Obtenido de <https://polismexico.izt.uam.mx/index.php/rp/article/view/122/117>
- Hernández, C. (2021). *Fast Fashion y la esclavitud: una relación estrecha*. Obtenido de <https://redintercol.net/index.php/blog-y-publicaciones/blog/item/855-fastfashion-y-la-esclavitud-una-relaci%C3%B3n-estrecha.html>
- Inexmoda. (Junio de 2022). Obtenido de <https://www.inexmoda.org.co/informe-del-sector-junio-2022/>
- Inexmoda. (Julio de 2023). Obtenido de <https://www.inexmoda.org.co/wp-content/uploads/2023/07/Observatorio-Inexmoda-JULIO-2023.pdf>

Infobae. (20 de noviembre de 2022). *Moda sostenible, el gran reto de la industria textil en*

Colombia para el 2023. Obtenido de

<https://www.infobae.com/america/colombia/2022/11/20/moda-sostenible-el-gran-reto-de-la-industria-textil-en-colombia-para-el-2023/>

Juan Pablo Martínez Eco Fashion. (s.f.). Obtenido de <https://jpcofashion.com/>

Justo, C. (s.f.). <https://comerciojusto.org/>. Obtenido de <https://comerciojusto.org/>

lafayette. (28 de octubre de 2016). *lafayette*. Obtenido de ESTOY BUSCANDO TELAS

ECOLÓGICAS, ¿DÓNDE LAS ENCUENTRO?: <https://lafayette.com/faqs-list/estoy-buscando-telas-ecologicas-donde-las-encuentro/>

lafayette. (5 de septiembre de 2023). *lafayette*. Obtenido de ¿CÓMO EL ADN

INNOVADOR DE LAFAYETTE IMPACTA A SUS CLIENTES Y AL

MEDIOAMBIENTE?: <https://lafayette.com/como-adn-innovador-lafayette-impacta-clientes-medioambiente/>

Leal Hernández, A. (2021). *Una mirada hacia la moda sostenible a través de la*

comunicación digital. Bogota : Universidad Javeriana.

lish clothing. (s.f.). Obtenido de <https://www.lichclothing.com/shop>

Madre Tierra. (s.f.). Obtenido de <https://madretierra.com.co/collections/mujer>

Martínez-Barreiro, A. (12 de Febrero de 2020). *MODA SOSTENIBLE: MÁS ALLÁ DEL*

PREJUICIO CIENTÍFICO, UN CAMPO DE INVESTIGACIÓN DE PRÁCTICAS

SOCIALES. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/996/99665044003/>

Martins, J. (2022). *Asana*. Obtenido de <https://asana.com/es/resources/setting-okrs>

ministerio de ambiente. (2022). *GUÍAS PARA MANEJO SEGURO*. Obtenido de

[https://www.minambiente.gov.co/wp-](https://www.minambiente.gov.co/wp-content/uploads/2021/10/guia_manejo_25_sustancias_quimicas.pdf)

[content/uploads/2021/10/guia_manejo_25_sustancias_quimicas.pdf](https://www.minambiente.gov.co/wp-content/uploads/2021/10/guia_manejo_25_sustancias_quimicas.pdf)

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Confecámaras. (2019). *MINISTERIO DE*

COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Obtenido de

<https://www.mincit.gov.co/minindustria/sociedades-bic/ebook-sociedades-bic-02dic.aspx>

Ministerio de educación . (2021). *Caracterización Área de cualificación: Textil, Cuero,*

Confección y Diseño de Moda. Obtenido de

https://www.colombiaaprende.edu.co/sites/default/files/files_public/2021-12/caracterizacion-sector-moda.pdf

Murcia, G. P. (2020). *Moda sostenible, una nueva tendencia de los millenials en*

Colombia. Obtenido de

https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/2522/ADM_1032484006_2020_1.pdf?sequence=5

Murcia, G. P. (2020). *MODA SOSTENIBLE, UNA NUEVA TENDENCIA DE LOS*

MILLENNIALS EN COLOMBIA. Obtenido de

https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/2522/ADM_1032484006_2020_1.pdf?sequence=5#:~:text=Al%20analizar%20estas%20razones%2C%20sus%20drivers%2C%20etc.%20se,las%20que%20compran%2C%20cu%C3%A1les%20son%20sus%20drivers%2C%20etc.

Ocampo, M. C. (2020). *Ocampo, M. C. (2020). Moda sostenible en Colombia: una mirada*

desde el diseño (Trabajo de grado). . Bogota D.C: universida de los andes.

Paloma Angostura. (s.f.). Obtenido de [https://revistaexclama.com/paloma-angostura-](https://revistaexclama.com/paloma-angostura-retazos/)

[retazos/](https://revistaexclama.com/paloma-angostura-retazos/)

Ramonas, L. (s.f.). Obtenido de <https://www.littleramonas.com/es/shop/top-iggy-lillac/>

RECON Colombia. (2020). *EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN COLOMBIA, EN*

MOVIMIENTO Y EN CRECIMIENTO. Obtenido de

<https://www.reconcolombia.org/emprendimiento-social-en-colombia-en-movimiento-y-en-crecimiento/>

Reina, L. C. (Febrero de 2023). *Moda sostenible en Colombia: ¿utopía o posibilidad.*

Obtenido de Episteme Revista de Estudios Socioterritoriales :

https://www.researchgate.net/publication/368900892_Moda_sostenible_en_Colombia_utopia_o_posibilidad

Religare. (s.f.). Obtenido de <https://religarestore.com/>

Revista Compensar. (21 de Julio de 2017). *Historia de la moda en Colombia a través de los años.* Obtenido de <https://www.revistacompensar.com/comprendiendo/historia-de-la-moda-en-colombia-traves-de-los-anos/>

Rojas, L. C. (10 de Agosto de 2021). *El espectador.* Obtenido de ¿La industria de la moda colombiana puede ser sostenible?:

<https://www.elespectador.com/economia/la-industria-de-la-moda-colombiana-puede-ser-sostenible/>

Statista. (17 de agosto de 2022). *statista.* Obtenido de Crecimiento de las búsquedas de moda sostenible en Internet en el mundo en 2020, por país:

<https://es.statista.com/estadisticas/1228491/paises-con-mas-crecimiento-de-las-busquedas-online-de-moda-sostenible/>

Unidas, N. (2015). *Naciones Unidas.* Obtenido de

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

Vargas, L. (2019). *Moda sostenible y derechos humanos: un análisis jurídico y social de la industria textil-confección en Colombia.* Bogota : Universidad Externado de Colombia.

Anexos

Anexo 1 Formato de encuesta

Encuesta – Moda Sostenible Lola Covelli Universidad EAN 2023

AVISO DE PRIVACIDAD
PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

He sido informado(a) por el equipo de consultoría, responsable del Tratamiento, que: (i) Los datos suministrados serán tratados para: temas netamente académicos e investigativos sin intención comercial; (ii) Es facultativo responder preguntas sobre datos sensibles o de menores de edad; (iii) Como Titular de los datos y/o representante del menor, tengo los derechos de conocer, actualizar, rectificar o suprimir mi información o revocar esta autorización; (iv) Mis derechos y obligaciones, los puedo ejercer solicitando información a los consultores.

Confidencialidad: los nombres de las personas y toda información que, proporcionada, serán tratados de manera privada y con estricta confidencialidad, estos se consolidarán en una base de datos como parte del trabajo académico e investigativo, y respetando la normativa vigente de la ley de HABEAS DATA. Sólo se divulgará la información global de la investigación, en un informe en el cual se omitirán los nombres propios de las personas de las cuales se obtenga información.

En virtud de lo anterior, autorizo de manera previa, expresa, informada e inequívoca al equipo de consultores para que trate los datos que suministro en este documento para los fines señalados anteriormente.

1. Nombre Completo

2. Edad

3. ¿A qué estrato pertenece usted? Seleccione uno.

1

2

3

4

5

6

4. ¿Cuál es su género?

Femenino

Masculino

Otros (Por favor especifica)

5. ¿Compra ropa online?

SI

NO

6. Justifique la respuesta anterior.

Escriba su respuesta

7. ¿Para Ud. cuál es el criterio más importante a la hora de comprar ropa?

- TENER ROPA DE CALIDAD
- PARA SENTIRSE BIEN
- PARA VERSE BONITA
- SENTIRSE VERSÁTIL
- QUE SE AMIGABLE CON EL MEDIO AMBIENTE
- PRECIO
- ESTILO
- PARA SENTIRSE INCLUYENTE

8. ¿Cuales serian las razones para no comprar ropa?

- DISEÑO
- MALA CALIDAD
- NO PROTEGE EL MEDIO AMBIENTE
- POR FALTA DE DINERO
- QUE TENGA PUBLICIDAD ENGAÑOSA
- NO PERTENESE A SU ESTANDAR DE BELLEZA
- MALA EXPERIENCIA A LA HORA DE COMPRAR ROPA

9. ¿ Que tipo de telas le gusta utilizar en su diario vestir?

- LINO
- ALGODON
- POLIESTER
- LANA
- SEDA
- RAYON
- NYLON
- LICRA

10. ¿ Cuanto dinero estaria dispuesto a pagar por prendas (blusas, vestidos, conjuntos) que son fabricadas con materiales sostenibles y con practicas de comercio justo ?

- Entre \$50.000 y \$100.000
- Entre \$100.000 y \$200.000
- Entre \$200.000 y \$300.000

11. ¿Que criterios le generan fidelidad con una marca?

- DISEÑOS ORIGINALES
- PRENDAS UNICAS
- PRENDAS INNOVADORAS
- PRENDAS VERSATILES
- BUENA RELACION PRECIO - CALIDAD
- FACILES DE ADQUIRIR

12. Estamos desarrollando una startup dedicada a impulsar el ecosistema de la moda sostenible! Si le gustaria ayudarnos de nuevo en un futuro, por favor déjanos tu email para poder contactarte.

Escriba su respuesta

Anexo 2 Mapa de empatía.

