

WAI BLUE: LA REPRESENTACIÓN RAIZAL EN LA MODA DE PLAYA

AUTOR

VERONICA ISABEL MACEA ALVAREZ

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO

FACULTAD DE DISEÑO

PROFESIONAL EN DISEÑO DE VESTUARIO

MEDELLÍN

2024

WAIBLUE: LA REPRESENTACIÓN RAIZAL EN LA MODA DE PLAYA

AUTOR

VERONICA ISABEL MACEA ALVAREZ

Trabajo de grado para optar al título de PROFESIONAL EN DISEÑO DE VESTUARIO.

ASESOR

LUZ ARLEY ESPINOSA MORENO
ECONOMIA- DISEÑO DE MODA

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO

FACULTAD DE DISEÑO

PROFESIONAL EN DISEÑO DE VESTUARIO

MEDELLÍN

2024

DEDICATORIA.

Nunca imaginé que este día llegaría. Después de un largo y arduo proceso donde cada día de mi vida oraba y pedía que mi tiempo en la universidad pasara rápido. Taché tantas veces este día en el calendario, conté las horas, los minutos y los segundos. Y aunque hoy estoy feliz porque pude alcanzar mi meta deseada, debo admitir que también lamento que esta maravillosa aventura haya llegado a su fin por lo que esto implica, el cierre de un ciclo importante en mi vida donde me despediré de amigos, quienes fueron parte importante en este proceso y que además sirvieron de inspiración, de maestros quienes fueron mis mentores y guías, y de tantas personas que formaron parte del desarrollo de mi vida como diseñadora de modas. Y aunque sea duro iniciar esta despedida, siempre atesorare estos momentos y recuerdos que me acompañarán de manera indeleble e impermutable por siempre.

Vivo en dos mundos: Podríamos decir que el primero sería el mundo de la moda, donde he obtenido tanto, ha sido mi refugio y mi lugar seguro, el cual me presentó a quienes serían mis mayores inspiraciones, como por ejemplo André Courrèges y Charles Frederick Worth, a quienes admiro por la forma cómo sus visiones creativas y su valentía ha logrado romper con lo convencional, y han sido una fuente constante de motivación para mí. Empero, aunque este mundo me es reconfortante, mi segundo mundo es aún más significativo y esencial. El segundo es el habitado por personas menos excéntricas, pero que amo profundamente; están llenos de amor y apoyo incondicional y es mi mundo personal.

Para empezar, Juan Camilo Gómez y Larry Seedorf han sido mi gran apoyo incondicional y mi sustento. Me siento muy agradecida de que hayan recorrido este camino conmigo y que hayan sido mi sostén en esos momentos más difíciles, donde por estrés o algunas otras situaciones, fueron un soporte y pilar que permitieron que pudiera seguir adelante. También está mi pequeña Blue, quien llegó para darle más color a mi mundo con sus cuatro patitas y su presencia alegre, llenando cada día de alegría y compañía.

Sin embargo, mi mayor inspiración viene de mi mejor amiga, la brillante y valiente mujer Yasmin Álvarez, de quien recibí el nombre y la vida. Ella ha sido una fuente de luz en mi vida. Mi madre siempre me aseguró que podría lograr lo que quisiera y ser quien quisiera. Ella llenó mi vida con

amor, diversión, música y la confianza necesaria para seguir mis sueños. Gracias a ella he aprendido a perseguir mis metas con determinación y a apreciar cada paso de mi vida. Su apoyo incondicional y sus sabias palabras me han guiado en cada etapa de mi vida, y por ello siempre le estaré agradecida. Gracias, mamá, por ser mi inspiración constante y mi sostén diario.

Es por todo lo anterior y más, que al contemplar todo el proceso que he atravesado, para arribar hasta este momento, el cual causa en mí una aleación amalgámica de emociones, que puedo comprender lo necesario de este corto camino como estudiante universitaria.

AGRADECIMIENTO.

Doy gracias a mi madre, que desde el día uno que decidí emprender este camino, me brindó su apoyo incondicional en todo momento. Ella es una pieza muy importante en mi vida, siempre alentándome a seguir adelante, incluso cuando las dificultades parecían abrumadoras. Su amor y confianza en mí me han dado la fuerza necesaria para enfrentar los retos con valentía. Cada paso que doy es un reflejo de los valores que me enseñó, de la perseverancia y la pasión que siempre ha fomentado en mí. Agradezco sus consejos sabios y su capacidad para escucharme, lo que ha hecho que nunca me sienta sola en este viaje. Por todo esto y más, celebro su presencia en mi vida y dedico cada logro a su inquebrantable apoyo.

También quiero expresar mi profundo agradecimiento a mis hermanos, Gregory y Leonis, quienes siempre han sido un pilar fundamental en mi vida. Su aliento constante y su apoyo incondicional me han motivado a seguir adelante, incluso en los momentos más difíciles. Juntos hemos compartido risas, sueños y desafíos, creando recuerdos que atesoro profundamente. Saber que cuento con ellos me da una fuerza inmensa y una seguridad que no se puede medir. Agradezco cada palabra de aliento y cada gesto de cariño que me han ofrecido a lo largo de este viaje. Por último, doy gracias a Dios, quien ha iluminado mi camino y me ha otorgado las bendiciones necesarias para avanzar con fe y esperanza.

CONTENIDO.

	Pág.
1. PLATAFORMA ESTRATÉGICA.....	16
1.1 MISIÓN.....	16
1.2 VISIÓN	16
1.3 OBJETIVOS.....	17
1.4 VALORES CORPORATIVOS.....	17
2. MÓDULO DE MERCADO.....	19
2.1 JUSTIFICACIÓN O PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	19
2.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.....	20
2.3 ANÁLISIS DEL SECTOR	21
2.4 ANÁLISIS DEL MERCADO.....	28
3. ESTRATEGIAS DE MERCADO.....	51
3.1 CONCEPTO DEL PRODUCTO O SERVICIO	51
3.1.5 CALIDAD	61
3.2 DISTRIBUCIÓN.....	¡Error! Marcador no definido.
3.3 PRECIO.....	75
3.4 PROMOCIÓN.....	¡Error! Marcador no definido.
3.5 COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD.....	101
3.5.2 MEDIOS Y TÁCTICAS DE COMUNICACIÓN A UTILIZAR	103
3.5.3 COSTOS DE LA ESTRATEGIA A UTILIZAR	104
3.6 SERVICIOS.....	106
3.7 PRESUPUESTO DE LA MEZCLA DE MERCADOS.....	110
3.8 ESTRATEGIA DE APROVISIONAMIENTO DE MATERIAS PRIMAS.....	112
3.9 PROYECCIÓN DE VENTAS.....	114
4 MÓDULO OPERATIVO.....	118
4.1 OPERACIÓN	118
5. MÓDULO ORGANIZACIONAL.....	159

5.1 ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL	159
5.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	161
ASPECTOS LEGALES.....	163
5.4 COSTOS ADMINISTRATIVOS.....	165
6. MÓDULO FINANCIERO.	170
6.1 INGRESOS	170
6.1 EGRESOS.....	175
6.3 CAPITAL DE TRABAJO	177
7. PLAN OPERATIVO.....	180
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	180
METAS SOCIALES	183
8. METODOLOGIA.....	190
ANÁLISIS DE CONTENIDO CUALITATIVO	190
8.1 RESULTADOS.....	192
8.2 ENCUESTA.....	192
APLICACIÓN DE LA ENCUESTA	199
8.3 ANÁLISIS DE ENCUESTA	205
ANALISIS GENERAL.....	207
8.3 ANÁLISIS GENERAL WAIBLUE.....	209
9. ANEXOS.....	211
9.1 BIBLIOGRAFÍA.....	229

LISTA DE FIGURAS.

	Pág.
FIGURA 1. DISEÑOS WAIBLUE FUENTE: CREACIÓN DEL AUTOR	57
FIGURA 2. DISEÑOS WAIBLUE FUENTE: CREACIÓN DEL AUTOR	58
FIGURA 3. DISEÑOS WAIBLUE FUENTE: CREACIÓN DEL AUTOR	59
FIGURA 4. DISEÑOS WAIBLUE FUENTE: CREACIÓN DEL AUTOR	60
FIGURA 5. DISEÑOS WAIBLUE FUENTE: CREACIÓN DEL AUTOR	61
FIGURA 6. EMPAQUE WAIBLUE FUENTE: CREACIÓN DE LOS AUTORES	63
FIGURA 7. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL. FUENTE: CREACIÓN DEL AUTOR	162
FIGURA 8. ENCUESTA. FUENTE: CREACIÓN DEL AUTOR.	193
FIGURA 9. ENCUESTA. FUENTE: CREACIÓN DEL AUTOR.	194
FIGURA 10. ENCUESTA. FUENTE: CREACIÓN DEL AUTOR.	195
FIGURA 11. ENCUESTA. FUENTE: CREACIÓN DEL AUTOR.	196
FIGURA 12. ENCUESTA. FUENTE: CREACIÓN DEL AUTOR.	197
FIGURA 13. ENCUESTA. FUENTE: CREACIÓN DEL AUTOR.	198
FIGURA 14. ENCUESTA. FUENTE: CREACIÓN DEL AUTOR.	199
FIGURA 15. APLICACIÓN DE LA ENCUESTA. FUENTE: CREACIÓN DEL AUTOR.....	188
FIGURA 16. APLICACIÓN DE LA ENCUESTA. FUENTE: CREACIÓN DEL AUTOR.	199
FIGURA 17. APLICACIÓN DE LA ENCUESTA. FUENTE: CREACIÓN DEL AUTOR.	201
FIGURA 18. APLICACIÓN DE LA ENCUESTA. FUENTE: CREACIÓN DEL AUTOR.	202
FIGURA 19. APLICACIÓN DE LA ENCUESTA. FUENTE: CREACIÓN DEL AUTOR.	203

**FIGURA 20. APLICACIÓN DE LA ENCUESTA. FUENTE: CREACIÓN DEL
AUTOR.204**

LISTA DE TABLAS.

	Pág.
TABLA 1. MERCADO POTENCIAL	33
TABLA 2. ANÁLISIS DE PRECIOS COMPETENCIA.	50
TABLA 3. PRECIOS DE LANZAMIENTO	79
TABLA 4. CANTIDAD DE PRENDAS POR CATEGORÍA.....	81
TABLA 5. COSTOS FIJOS Y VARIABLES	83
TABLA 6. MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	85
TABLA 7. PROYECCIÓN DE VENTAS.....	116
TABLA 8. FICHA TÉCNICA VESTIDOS DE BAÑO	120
TABLA 9. FICHA TÉCNICA PANTALONETAS.....	122
TABLA 10. FICHA TÉCNICA SET	124
TABLA 11. FICHA TÉCNICA CAMISAS	126
TABLA 12. FICHA TÉCNICA SALIDAS DE BAÑO	128
TABLA 13. FICHA TÉCNICA PANTALONES	130
TABLA 14. FICHA TÉCNICA TOPS	132
TABLA 15. FICHA TÉCNICA VESTIDOS	134
TABLA 16. FICHA TÉCNICA FALDAS.....	136
TABLA 17. FICHA TÉCNICA ACCESORIOS	138
TABLA 18. FICHA TÉCNICA BOLSOS.....	139
TABLA 19. PLAN DE COMPRAS	150
TABLA 20. COSTOS DE PRODUCCIÓN.....	154
TABLA 21. COSTOS DE INFRAESTRUCTURA	158
TABLA 22. GASTOS DE PERSONAL	167
TABLA 23. DOTACIONES Y UNIFORMES.....	167
TABLA 24. GASTOS DE PUESTA EN MARCHA.	168
TABLA 25. GASTOS ANUALES DE ADMINISTRACIÓN	169
TABLA 26. INGRESOS	174
TABLA 27. BALANCE INICIAL	174

TABLA 28. RESUMEN GENERAL	175
TABLA 29. INVERSIONES FIJAS	176
TABLA 30. PUESTA EN MARCHA	177
TABLA 31. EGRESOS	177
TABLA 32. CAPITAL DE TRABAJO	178
TABLA 33. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	181

LISTA DE ANEXOS.

	Pág.
ANEXO A. PATRONAJE DE BLUSA FEMENINA ;Error! Marcador no definido.	
ANEXO B. PATRONAJE MANGA.....	212
ANEXO C. PATRONAJE DE TANGA.....	212
ANEXO D. PATRONAJE VESTIDO DE BAÑO.....	213
ANEXO E. REALIZACIÓN DE PATRONAJE.....	214
ANEXO F. CORTE DE VESTIDO.....	214
ANEXO G. CORTE DE BLUSA FEMENINA.....	215
ANEXO H. REALIZACIÓN DE PATRONAJE DE BLUSA FEMENINA.....	216
ANEXO I. CORTE DE PANTALONETA.....	216
ANEXO J. PATRONAJE MANUAL DE BLUSA FEMENINA MODIFICADA.....	217
ANEXO K. PATRONAJE MANUAL DE BLUSA FEMENINA MODIFICADA.....	218
ANEXO L. PATRONAJE MANGA PARA BLUSA FEMENINA MODIFICADA ..	219
ANEXO M. PATRONAJE MANUAL DE PANTALONETA CON CORTES.....	219
ANEXO N. PATRONAJE MANUAL DE BLUSA FEMENINA MODIFICADA.....	220
ANEXO O. CORTE DE FALDA.....	220
ANEXO P. EDICIÓN DE PORTAFOLIO DE MARCA WAIBLUE.....	221
ANEXO Q. CORTE DE TANGA.....	222
ANEXO R. EDICIÓN DE PORTAFOLIO DE MARCA WAIBLUE.....	223
ANEXO S. DIBUJOS PLANOS.....	223
ANEXO T. MEDICIÓN DE PRENDAS.....	223
ANEXO U. MEDICIÓN DE PRENDAS.....	224
ANEXO V. CONFECCIÓN DE CAMISA.....	225
ANEXO W. CONFECCIÓN DE PANTALONETA..... ;Error! Marcador no definido.	
ANEXO X. CONFECCIÓN DE PANTALONETA.....	227
ANEXO Y. CONFECCIÓN DE TANGA.....	228

GLOSARIO.

ALÉCCION: sugerencia o consejo que busca guiar o instruir en una determinada dirección.

AMALGÁMICA: relacionado con la combinación de diversos elementos en una sola entidad.

ARRIBAR: llegar a un lugar, especialmente después de un viaje.

AUTÓCTONO: originario del lugar donde se encuentra; nativo.

CONVENCIONAL: basado en convenciones o normas establecidas; tradicional.

CRIOLE: relativo a personas de origen europeo nacidas en América; también se refiere a ciertas costumbres o productos que tienen un origen local.

ÉTNICO: relativo a un grupo de personas que comparten características culturales, lingüísticas o históricas.

ETNOLÓGICO: referente al estudio de los grupos étnicos y sus costumbres.

EXCÉNTRICO: que se aparta de lo habitual o común; peculiar.

IMPERMUTABLE: que no puede ser cambiado o alterado.

INDELEBLE: que no se puede borrar; permanente.

INMERSIÓN: proceso de sumergirse completamente en un ambiente o actividad.

EMPERO: sin embargo; no obstante.

MODA: conjunto de tendencias en vestimenta, comportamiento o estilo en un determinado tiempo y lugar.

PILAR: base o soporte fundamental de algo.

RAIZAL: que tiene raíces profundas en una cultura o lugar específico.

RECONFORTANTE: que brinda consuelo o alivio.

REFUGIO: lugar seguro donde se busca protección o descanso.

SOSTÉN: apoyo o base que proporciona estabilidad.

VANGUARDISTA: que está a la vanguardia; innovador y que introduce nuevas tendencias.

TÍTULO: Waiblu: La Representación Raizal En La Moda De Playa

AUTOR: Verónica Isabel Macea Álvarez

ASESOR: Luz Arley Espinosa Moreno

PALABRAS CLAVES: étnico, autóctono, moda, inmersión, vanguardista.

RESUMEN.

El presente proyecto tiene como tema la propuesta de un modelo de negocio de la marca Waiblu como expresión cultural de la comunidad Raizal de Colombia. Se explica el enfoque, la importancia y las partes que componen el trabajo.

La moda es una forma de expresión que refleja la personalidad y cultura de los individuos, actuando como un puente entre la persona y su entorno social (Cremades, La naturaleza de la moda, 2022). Un ejemplo destacado es el bikini, que desde su introducción en la década de 1940 ha evolucionado con las tendencias sociales y tecnológicas, convirtiéndose en un símbolo de feminidad y libertad. Esta evolución ha llevado al desarrollo de la moda playera, que se adapta a las necesidades de residentes y turistas en zonas costeras, como el Archipiélago de San Andrés y Santa Catalina en el Caribe colombiano. Aquí, la moda playera, incluido el bikini, se ha integrado a la identidad local, enriquecida por una mezcla cultural de tradición y modernidad (Pérez, 2013).

El pueblo Raizal, autóctono del archipiélago, juega un papel clave en esta identidad cultural. Su rica historia y tradiciones, junto con su lengua única "Criole", destacan la diversidad cultural de la región. El reconocimiento legal del pueblo Raizal en 1991 ayudó a preservar su legado cultural y a proteger su entorno.

El proyecto busca no solo ofrecer experiencias de compra significativas, sino también contribuir a la economía nacional y a la preservación cultural y ambiental. Al diseñar moda playera con respeto hacia las culturas locales y promover prácticas sostenibles, marcas como Waiblu pueden tener un impacto positivo en la región.

TITLE: Raizal REPRESENTATION IN BEACH FASHION

AUTHOR: Verónica Isabel Macea Álvarez

ADVISOR: Luz Arley Espinosa Moreno

KEYWORDS: ethnic, indigenous, fashion, immersion, avant-garde.

SUMMARY

This project focuses on proposing a business model for the Waibblue brand as a cultural expression of the Raizal community in Colombia. It explains the approach, importance, and components of the work.

Fashion is a form of expression that reflects individuals' personalities and cultures, acting as a bridge between a person and their social environment (Cremades, *La naturaleza de la moda*, 2022). A notable example is the bikini, which since its introduction in the 1940s has evolved with social and technological trends, becoming a symbol of femininity and freedom. This evolution has led to the development of beachwear, which caters to the needs of residents and tourists in coastal areas such as the San Andrés and Santa Catalina Archipelago in the Colombian Caribbean. Here, beachwear, including the bikini, has become integrated into the local identity, enriched by a cultural blend of tradition and modernity (Pérez, 2013).

The Raizal people, indigenous to the archipelago, play a key role in this cultural identity. Their rich history and traditions, along with their unique "Criole" language, highlight the cultural diversity of the region. The legal recognition of the Raizal people in 1991 helped preserve their cultural heritage and protect their environment.

The project aims not only to offer meaningful shopping experiences but also to contribute to the national economy and cultural and environmental preservation. By designing beachwear with respect for local cultures and promoting sustainable practices, brands like Waibblue can have a positive impact on the region

1. PLATAFORMA ESTRATÉGICA.

1.1 MISIÓN

La misión de Waibblue es trascender los límites de la moda playera convencional y convertirse en un faro de celebración y aprecio por la diversidad cultural. Se comprometen a ofrecer productos de calidad que satisfagan las necesidades y gustos de sus clientes, reflejando su estilo de vida, cultural y raíces.

1.2 VISIÓN

Visibilizar la cultura Raizal a través de la moda, promoviendo el aprendizaje y una conexión auténtica con los usuarios. Más que ofrecer productos de calidad, quiere ser un canal para apreciar la riqueza cultural de la comunidad. Cada diseño y estampado cuenta una historia y refleja su herencia, proporcionando una experiencia cultural única. Para ello, se desarrollará una colección que incorpore elementos visuales y narrativos de la cultura.

Expandir la presencia de la marca a nivel local estableciendo alianzas con tiendas y plataformas de comercio ético que valoren la cultura y sostenibilidad. La marca ofrecerá talleres y experiencias inmersivas que conecten a los consumidores con la cultura Raizal, creando un espacio donde puedan aprender sobre las tradiciones y técnicas de diseño locales. La marca aspira a convertirse en un referente nacional en moda sostenible y culturalmente inclusiva, reconociendo y celebrando la cultura Raizal. Su objetivo es impactar significativamente en la preservación y difusión de esta cultura, consolidando un modelo de negocio que beneficie a la comunidad local y destine parte de las ganancias a iniciativas de desarrollo cultural y económico en el Archipiélago. Así, la marca no solo ofrecerá productos de calidad, sino que también se convertirá en un canal para la apreciación y el aprendizaje de la riqueza cultural del pueblo Raizal.

1.3 OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Proponer un modelo de negocio donde se busca representar la autenticidad de la cultura raizal a través de la moda playera.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Identificar las características distintivas de la cultura raizal y su relevancia en la moda playera contemporánea para desarrollar una propuesta de diseño auténtica y representativa mediante un análisis exhaustivo de la historia y tradiciones culturales del pueblo Raizal.

Investigar el mercado objetivo de Waiblué incluyendo preferencias de compra, comportamientos de consumo y necesidades específicas para segmentar adecuadamente el mercado y adaptar la oferta de productos a las demandas del público a través de encuestas y análisis de datos.

Crear una identidad visual llamativa y coherente para la marca Waiblué, que represente su propuesta de valor y refleje la esencia de la cultura raizal, basándose en la síntesis de la investigación previa.

1.4 VALORES CORPORATIVOS

Compromiso social: Contribuir activamente al desarrollo cultural y económico de la comunidad, apoyando iniciativas locales y promoviendo el bienestar social.

Inclusividad: Fomentar un entorno diverso donde se valoren y respeten todas las voces, promoviendo la equidad y la representación.

Respeto: Valorar y honrar la herencia cultural, así como las tradiciones y costumbres de la comunidad Raizal, integrándose en la práctica diaria.

Autenticidad: Ser genuinos en todas las interacciones, desde la comunicación hasta la creación de productos, reflejando la verdadera esencia de la cultura Raizal.

Empoderamiento: Fomentar la autonomía y el desarrollo personal de cada colaborador, brindando oportunidades para crecer y tomar decisiones.

2. MÓDULO DE MERCADO.

2.1 JUSTIFICACIÓN O PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La creación y operación de la marca Waibblue se fundamenta en la necesidad de abordar diversas problemáticas que afectan a la comunidad Raizal del Archipiélago de San Andrés y Santa Catalina. Esta comunidad, rica en cultura y tradiciones enfrenta desafíos significativos como la falta de visibilidad de su identidad cultural y el impacto negativo de la globalización en sus costumbres y formas de vida (Palacios, 2016). La moda, como forma de expresión cultural puede ser un medio importante para revitalizar y promover la riqueza de la cultura Raizal, pero actualmente esta identidad a menudo se diluye en un mercado de moda convencional que no refleja sus valores ni tradiciones (Murillo, 2016).

La falta de representación en la industria de la moda y la escasa oferta de productos que reflejen auténticamente la cultura Raizal han llevado a una pérdida de orgullo cultural entre los jóvenes de la comunidad, así como a la reducción de oportunidades económicas (Forbes, 2017). Según datos del Ministerio de Cultura de Colombia, la pobreza en las islas del Archipiélago es considerablemente más alta que en el resto del país lo que agrava la necesidad de iniciativas que generen empleo y promuevan el desarrollo sostenible a través de la moda (Rodríguez, 2023). La creación de una marca como Waibblue no solo busca llenar este vacío, sino también empoderar a los miembros de la comunidad al ofrecerles una plataforma donde sus tradiciones y estilos de vida puedan ser apreciados y valorados.

Además, al utilizar prácticas sostenibles en la producción de moda playera, Waibblue contribuirá a la preservación del entorno natural del archipiélago lo cual es esencial para la economía local que depende en gran medida del turismo. La conexión entre la moda, la cultura y el medio ambiente es crucial para crear un modelo de negocio que no solo sea económicamente viable, sino que respete y promueva la herencia cultural y la biodiversidad del lugar.

Por lo tanto, el proyecto Waibblue se justifica no solo por su potencial económico también por su capacidad para generar un cambio social positivo fomentando el orgullo cultural y ofreciendo oportunidades de desarrollo sostenible en la comunidad Raizal.

2.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

El problema de la representación y valoración de la cultura Raizal en el ámbito de la moda ha existido desde el reconocimiento de la comunidad Raizal como un grupo étnico distintivo en Colombia, formalizado en 1991. A lo largo de los años, la cultura Raizal ha enfrentado desafíos significativos para preservar su identidad en un entorno globalizado que a menudo ignora las particularidades culturales locales (Torres, 2013). Esta situación ha sido evidente en la evolución de la moda playera en el Archipiélago de San Andrés y Santa Catalina donde las influencias externas han desplazado gradualmente las tradiciones locales en favor de tendencias globales que no reflejan la riqueza cultural de la comunidad.

Si bien la moda ha sido una forma de expresión para las comunidades costeras, el bikini y otros trajes de baño han llegado a simbolizar un cambio generacional que, si bien celebró la liberación femenina, también ha contribuido a la homogeneización de la moda relegando las prácticas culturales autóctonas a un segundo plano (Gallardo, Estatuto raizal: proyecto del pueblo raizal para la isla., 2001). Este fenómeno se ha intensificado con el auge del turismo en las islas donde las preferencias de los visitantes a menudo dictan las tendencias en lugar de las auténticas tradiciones locales.

Si no se toman medidas para abordar esta problemática, existe el riesgo de que la identidad cultural Raizal continúe diluyéndose en el contexto de la moda contemporánea. La falta de un modelo de negocio que integre la cultura Raizal en la moda playera no solo afectaría la preservación de sus tradiciones, esto también limitaría las oportunidades económicas para la comunidad al no aprovechar la riqueza de su herencia cultural como un diferenciador en el mercado.

En este sentido, la propuesta de un modelo de negocio para Waibblue se presenta como una oportunidad crítica para revitalizar la cultura Raizal en el ámbito de la moda promoviendo

una representación auténtica y sostenible que beneficie tanto a la comunidad local como a los consumidores conscientes que buscan conectar con culturas diversas.

2.3 ANÁLISIS DEL SECTOR

GENERALIDADES DEL SECTOR AL CUAL PERTENECE SU PRODUCTO

El sector de la moda playera se define como un ámbito dinámico y altamente competitivo dentro de la amplia industria de la moda. Este segmento se caracteriza por su estacionalidad, experimentando picos significativos de demanda durante los meses de verano en ambos hemisferios lo que lo convierte en un mercado de vital importancia en temporadas cálidas. Las tendencias en la moda playera son notoriamente efímeras, influenciadas por diversos factores que incluyen el clima, las celebridades, las plataformas de redes sociales y las pasarelas de moda. Esto implica que las marcas deben adaptarse rápidamente a las cambiantes preferencias de los consumidores y a las nuevas tendencias emergentes para mantenerse relevantes (Silva & Villas Boas Mello, 2019).

Dentro del mercado de la moda playera, se puede identificar una segmentación clara basada en factores como género, edad, estilo de vida y poder adquisitivo. Esta segmentación permite a las marcas dirigir sus esfuerzos de marketing y producción hacia nichos específicos maximizando así su impacto en el mercado. Por ejemplo, algunas marcas pueden enfocarse en la creación de trajes de baño de lujo para un público de alto poder adquisitivo, mientras que otras pueden optar por desarrollar líneas más asequibles dirigidas a un público joven y consciente de la moda (Silva & Villas Boas Mello, 2019).

La globalización ha tenido un impacto significativo en este sector, propiciando la presencia de grandes conglomerados internacionales junto a marcas locales emergentes. Este fenómeno no solo intensifica la competencia, sino que ofrece a los consumidores una gama más amplia de opciones lo que obliga a las marcas a innovar constantemente y a diferenciarse en un mercado saturado. La capacidad de las marcas para destacar radica no solo en el diseño y la calidad de sus productos sino también en su capacidad para conectar emocionalmente con los consumidores a través de narrativas de marca y experiencias de compra memorables.

Además, la creciente conciencia ambiental entre los consumidores ha llevado a un aumento en la demanda de productos sostenibles dentro del sector de la moda playera. Esta tendencia está impulsando a las empresas a adoptar prácticas de producción responsables que minimicen su impacto ambiental. Las marcas que logran incorporar materiales reciclados y orgánicos en sus líneas de productos, así como aquellas que implementan procesos de producción éticos, están encontrando un nicho cada vez más receptivo en un mercado que valora la sostenibilidad.

DESARROLLO TECNOLÓGICO E INDUSTRIAL DEL SECTOR

La industria de la moda playera ha experimentado transformaciones significativas en los últimos años, impulsadas por la innovación tecnológica y las cambiantes expectativas de los consumidores. La integración de tecnologías textiles avanzadas ha permitido la creación de prendas con propiedades especiales como protección UV, secado rápido y resistencia al agua lo que mejora tanto la funcionalidad como el confort de los trajes de baño. Estas características son particularmente relevantes para los consumidores que pasan largas horas al aire libre, ya que buscan ropa que no solo ofrezca comodidad, sino también protección contra los dañinos rayos solares y una adecuada transpirabilidad durante actividades acuáticas (Vergara, 2014).

El uso de diseño asistido por computadora (CAD) ha revolucionado los procesos de producción en el sector de la moda playera. Esta tecnología permite a los diseñadores crear patrones más complejos y personalizados de manera más eficiente lo que no solo acelera el desarrollo de nuevos modelos, sino que facilita la adaptación a las tendencias del mercado (Guimerans, 2021). En un entorno de moda tan acelerado donde los ciclos de lanzamiento de productos son cada vez más cortos, la capacidad de innovar rápidamente y responder a las demandas de los consumidores se convierte en un factor esencial para el éxito de las marcas. La expansión del comercio electrónico ha transformado radicalmente la forma en que los consumidores adquieren productos de moda playera. La facilidad de las compras en línea ha permitido a los consumidores acceder a una mayor variedad de marcas y estilos, superando las limitaciones geográficas y de inventario que solían existir en las tiendas físicas (Vergara, 2014). Este cambio ha llevado a un aumento en la competencia, obligando a las marcas a

establecer una presencia en línea efectiva y a desarrollar estrategias de marketing digital que resuenen con sus audiencias. Las redes sociales, en particular, se han convertido en herramientas clave para el marketing, permitiendo a las marcas conectarse directamente con sus consumidores y crear comunidades en torno a sus productos.

Además, la sostenibilidad ha emergido como una prioridad para muchas marcas dentro del sector de la moda playera. Con una creciente conciencia ambiental entre los consumidores, las empresas están buscando reducir su huella ambiental mediante la elección de materiales reciclados y la implementación de prácticas de producción éticas. Este enfoque no solo responde a la demanda del consumidor moderno también mejora la imagen de marca y fomenta la lealtad del cliente. Las marcas que logran equilibrar la innovación tecnológica con un compromiso genuino hacia la sostenibilidad están en una posición privilegiada para prosperar en un mercado cada vez más consciente y exigente (Francia, 2019).

COMPORTAMIENTO DEL SECTOR EN LOS ÚLTIMOS 3 AÑOS (IMPORTACIONES, EXPORTACIONES)

En Colombia, el sector de la moda playera ha mostrado un comportamiento interesante y diverso en los últimos tres años, marcado por la dinámica de importaciones y exportaciones. Las importaciones han predominado especialmente de prendas de baño terminadas provenientes de países asiáticos donde la producción masiva y los costos de manufactura más bajos permiten ofrecer precios más competitivos. Este fenómeno ha facilitado a los consumidores colombianos el acceso a una amplia variedad de estilos y tendencias a precios atractivos. Las importaciones de tejidos y accesorios especializados también han aumentado reflejando una mayor demanda de productos que no sólo son estéticamente agradables, sino que cumplen con criterios de calidad y funcionalidad (Úsuga, Peláez García, & Buriticá Henao, 2020).

A pesar de esta predominancia de importaciones, las marcas colombianas han comenzado a destacar en el ámbito internacional logrando un crecimiento notable en sus exportaciones, especialmente en mercados de América Latina y el Caribe. Este avance se debe en parte a la creciente apreciación por los productos locales, impulsada por un deseo de apoyar la economía nacional y una búsqueda de propuestas únicas que reflejen la identidad cultural

colombiana. Las marcas locales están comenzando a capturar la atención del mercado internacional presentando colecciones que no solo resaltan la creatividad y el diseño, sino que también incorporan elementos culturales autóctonos (Vera & Ovalles, 2016).

Sin embargo, las pequeñas y medianas empresas (Pymes) del sector aún enfrentan significativos desafíos para acceder a mercados internacionales. Las barreras arancelarias, las complicaciones logísticas y la falta de capital para invertir en marketing y distribución son obstáculos que limitan su competitividad en un escenario global. Estas empresas necesitan estrategias efectivas para navegar por el complejo panorama del comercio internacional, que les permitan aprovechar las oportunidades disponibles sin comprometer su sostenibilidad financiera (Úsuga, Peláez García, & Buriticá Henao, 2020).

Factores macroeconómicos, como la devaluación del peso colombiano y los acuerdos comerciales también han influido en el comportamiento del sector. La devaluación ha facilitado las exportaciones al hacer que los productos colombianos sean más competitivos en el extranjero lo que ha impulsado las ventas en mercados internacionales. Sin embargo, también ha encarecido las importaciones, lo que puede afectar la rentabilidad de las marcas que dependen de materiales importados para la producción de sus prendas. Este dilema exige que las empresas busquen un equilibrio entre la adquisición de insumos y la optimización de sus costos de producción.

Adicionalmente, la pandemia de COVID-19 ha tenido un impacto significativo en el sector de la moda playera. Ha generado una mayor demanda de ropa cómoda y versátil lo que ha llevado a los consumidores a buscar trajes de baño más funcionales y adaptables a una nueva realidad donde el home office y el esparcimiento en entornos cercanos a la naturaleza se han vuelto más comunes. No obstante, las interrupciones en la producción y el transporte han desafiado a muchas marcas provocando retrasos en los lanzamientos de productos y dificultades en la cadena de suministro. Las empresas han tenido que adaptarse rápidamente a estos cambios, reorientando sus estrategias de producción y comercialización para satisfacer la nueva demanda sin comprometer su eficiencia operativa.

EVOLUCIÓN

La moda playera ha recorrido un extenso camino a lo largo de los años, reflejando no solo cambios en el diseño y la funcionalidad de las prendas, sino también la transformación de las normas sociales y culturales. A principios del siglo XX, los trajes de baño eran predominantemente pesados y cubrientes, confeccionados con materiales como la lana y el algodón. Estas prendas, que a menudo incluían faldas y mangas largas estaban diseñadas para cubrir la mayor parte del cuerpo, ya que la exposición al sol se consideraba inapropiada (Riello, 2016). Este período era testigo de una sociedad que valoraba la modestia y la protección, lo que se reflejaba en la vestimenta de baño.

Sin embargo, la revolución del nylon en los años 40 marcó un cambio significativo en la industria de la moda playera. Este nuevo material, ligero y de secado rápido permitió la creación de trajes de baño más ajustados y cómodos que se adaptan mejor al cuerpo y facilitaban el movimiento. La introducción de materiales sintéticos no solo mejoró la funcionalidad de las prendas también permitió una mayor libertad de diseño. Durante la década de los 50, el bikini hizo su aparición desafiando las normas sociales establecidas y simbolizando un cambio en la percepción del cuerpo y la feminidad. Este icónico traje de baño con su diseño atrevido y revelador capturó la atención del público y se convirtió en un símbolo de la liberación sexual y el empoderamiento femenino (Riello, 2016).

A medida que avanzaba la década de los 60 y 70, las tendencias psicodélicas y la cultura del surf comenzaron a influir en la moda playera. Los estampados vibrantes, los colores llamativos y los cortes innovadores se convirtieron en características distintivas de esta era reflejando el espíritu rebelde de la juventud y la contracultura. Los trajes de baño se convirtieron en una forma de expresión personal permitiendo a los individuos mostrar su personalidad y estilo de vida. Este periodo no solo fue crucial para la evolución de la moda playera también estuvo marcado por una creciente conciencia sobre el medio ambiente y la cultura del fitness lo que llevó a un aumento en la demanda de productos que no solo fueran atractivos, sino funcionales y saludables (Riello, 2016).

Hoy en día, la sostenibilidad y la personalización son las tendencias predominantes en la moda playera. La creciente preocupación por el impacto ambiental de la industria textil ha

impulsado a muchas marcas a adoptar prácticas más responsables y éticas en la producción de trajes de baño. Esto incluye el uso de materiales reciclados como botellas de plástico y tejidos orgánicos, así como la implementación de procesos de producción que minimizan el desperdicio y reducen la huella de carbono. Además, los consumidores están cada vez más interesados en productos que reflejen sus valores personales y se adapten a sus necesidades individuales. La personalización se ha convertido en una demanda clave permitiendo a los clientes diseñar sus propios trajes de baño y elegir características que se ajusten a su estilo de vida y preferencias (Riello, 2016).

TENDENCIA A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO

A CORTO PLAZO (1-2 AÑOS)

En los próximos años, se espera un resurgimiento de estilos emblemáticos de los años 2000, un fenómeno que ya ha comenzado a notarse en diversas áreas de la moda. Los consumidores, especialmente las generaciones más jóvenes están mostrando un renovado interés por los colores vibrantes y los estampados llamativos que caracterizaban esa época como los diseños psicodélicos, florales y gráficos audaces. Las marcas están respondiendo a esta tendencia al reintroducir elementos retro en sus colecciones, capturando la nostalgia que estos estilos evocan.

Además, la creciente demanda de productos sostenibles es un aspecto que se consolidará en este período. Los consumidores están cada vez más conscientes de su impacto ambiental y buscan activamente prendas que no solo sean atractivas, sino que se alineen con sus valores de sostenibilidad. Esto ha llevado a un aumento en la oferta de trajes de baño fabricados con materiales reciclados y procesos de producción éticos. Las marcas que priorizan la sostenibilidad no solo responden a la demanda del mercado también están construyendo una imagen de marca más sólida y responsable.

A MEDIANO PLAZO (3-5 AÑOS)

Mirando hacia el futuro, la personalización masiva se posicionará como una tendencia clave en la moda playera. Gracias a los avances en tecnología como la realidad aumentada (AR) y

la inteligencia artificial (IA) los consumidores podrán diseñar y probar trajes de baño de manera virtual lo que transformará la experiencia de compra. Estas herramientas permitirán a los clientes visualizar cómo se verán y ajustarán los productos en su propio cuerpo antes de realizar una compra, eliminando así la incertidumbre y mejorando la satisfacción del cliente. La incorporación de tecnologías de personalización también facilitará la creación de trajes de baño únicos que reflejen la identidad y estilo personal de cada individuo. Esto no solo fomentará una conexión más profunda entre el consumidor y la marca, sino que también hará que la moda playera sea más inclusiva, atendiendo a una amplia variedad de formas y preferencias. Las marcas que adopten estas tecnologías estarán mejor posicionadas para captar la atención de un mercado en evolución y cada vez más exigente.

A LARGO PLAZO

A medida que el sector de la moda playera avanza hacia el futuro, la sostenibilidad y la innovación tecnológica seguirán siendo fuerzas impulsoras. Se prevé que la industria adopte un enfoque aún más ético y responsable con un compromiso firme hacia la reducción de la huella ambiental. Esto incluirá no solo el uso de materiales reciclados y orgánicos, sino el desarrollo de tecnologías que optimicen los procesos de producción, minimizando el desperdicio y promoviendo una economía circular.

Además, la innovación tecnológica podría dar lugar a nuevas formas de producción y distribución, como la fabricación bajo demanda, que reduce la sobreproducción y el almacenamiento innecesario de inventarios. La implementación de soluciones tecnológicas en la cadena de suministro también facilitará una mayor transparencia permitiendo a los consumidores rastrear el origen de sus prendas y asegurarse de que están comprando de manera consciente.

2.4 ANÁLISIS DEL MERCADO

MERCADO OBJETIVO

El mercado objetivo de Waiblué está compuesto por individuos con edades comprendidas entre los 23 y 35 años pertenecientes a la clase media alta, quienes tienen un interés marcado por la moda y los viajes, en particular hacia destinos de playa o ambientes costeros. Este segmento se define por un estilo de vida dinámico y en constante evolución donde la moda juega un papel crucial como una forma de expresión personal. Tanto hombres como mujeres forman parte de este grupo con una distribución equitativa, lo que permite que Waiblué se dirija a ambos géneros con sus propuestas de diseño.

En términos de edad, el rango de 23 a 35 años coincide con una etapa vital en la que los individuos buscan establecer una identidad clara y única, utilizando la moda como una herramienta esencial para lograrlo. Estos consumidores están en una fase de vida caracterizada por una mayor estabilidad financiera, a menudo vinculada a sus primeros años en el mundo laboral o la consolidación de su carrera. Esto les proporciona el poder adquisitivo necesario para invertir en productos de alta calidad que no solo cumplen con estándares estéticos, sino que ofrecen valor agregado en términos de funcionalidad como protección UV y secado rápido, características muy apreciadas en la moda playera.

Geográficamente, aunque no existe una limitación estricta, la mayor parte de este segmento se concentra en áreas urbanas con fácil acceso a destinos turísticos especialmente aquellos con playas. Ciudades con una cultura cosmopolita, donde los viajes y el turismo forman parte integral del estilo de vida, representan un núcleo importante para este mercado. Asimismo, su vinculación con el turismo costero no se limita solo al consumo de moda playera en vacaciones, sino que se extiende al estilo de vida cotidiano donde la ropa inspirada en el ambiente playero se convierte en una tendencia.

En cuanto a su perfil psicográfico, este grupo tiene un interés pronunciado por la moda que ven como una forma de expresión personal. La ropa no solo cumple una función práctica,

sino que representa sus valores, su individualidad y su capacidad de proyectar una imagen pública acorde a sus ideales. Son personas que invierten tiempo y recursos en estar al tanto de las últimas tendencias y están dispuestas a pagar un precio premium por productos que consideren reflejo de su estilo y personalidad.

Otro rasgo distintivo de este segmento es su interés por conocer y experimentar diferentes culturas. Los consumidores de Waiblue son viajeros frecuentes, atraídos por destinos exóticos y playas paradisíacas lo que refuerza su interés en productos que ofrezcan versatilidad, funcionalidad y estilo en un solo paquete. Además, buscan marcas que puedan conectar con este interés cultural, prefiriendo aquellos productos que integren detalles inspirados en diferentes partes del mundo y que cuenten historias que resuenen con su deseo de descubrir nuevos horizontes.

El uso activo de las redes sociales es otro aspecto clave en la vida de estos consumidores. Utilizan plataformas como Instagram y TikTok no solo para estar al tanto de las últimas tendencias de moda, también para descubrir nuevas marcas y productos que se alineen con sus valores. A través de estas redes buscan inspiración en influenciadores y celebridades que comparten un estilo de vida similar al suyo y esperan que las marcas que consumen también sean activas en estas plataformas. Además, estas redes les permiten compartir sus experiencias de compra y mostrar su estilo personal convirtiéndose en embajadores naturales de las marcas que aman.

El disfrute de actividades sociales es también un componente esencial en el comportamiento de este grupo. Les gusta asistir a eventos, fiestas y reuniones sociales donde la moda tiene un papel protagónico. Para ellos, cada ocasión es una oportunidad de mostrar su estilo único y buscan ropa que les permita sentirse cómodos y seguros en cualquier situación. No solo compran trajes de baño para usarlos en la playa, sino que los integran en su vestimenta cotidiana, mezclando elementos de moda playera con su vestuario urbano para crear looks versátiles y eclécticos.

Por otro lado, el perfil conductual de estos consumidores se caracteriza por su lealtad a las marcas que logran establecer una conexión emocional con ellos. No buscan solo productos,

sino experiencias completas que incluyan una historia detrás de cada prenda y valores compartidos con la marca. Son consumidores que valoran la autenticidad y la transparencia, y que tienden a ser fieles a las marcas que ofrecen un producto de calidad respaldado por principios éticos y sostenibles. De hecho, la sostenibilidad es un factor importante para este segmento que prefiere productos hechos con materiales respetuosos con el medio ambiente y bajo prácticas de producción justas.

Además, estos consumidores valoran la experiencia de compra en sí misma. No se limitan a buscar un buen producto; quieren que todo el proceso desde la selección hasta la adquisición, sea fluido y placentero. Buscan experiencias personalizadas que les permitan sentirse únicos y valorados como clientes. Son consumidores informados que investigan sobre los productos antes de comprarlos y valoran la transparencia en los procesos de producción. Por eso, prefieren marcas que sean claras sobre el origen de sus productos, los materiales utilizados y las condiciones de fabricación.

JUSTIFICACIÓN DEL MERCADO OBJETIVO

La elección de este segmento como mercado objetivo para Waibblue se justifica en varios factores clave. En primer lugar, este grupo demográfico comparte valores fundamentales con la marca lo que permite una conexión auténtica y genuina. La atracción por la moda como forma de expresión personal y el interés por explorar diferentes culturas están alineados con la filosofía de Waibblue, que busca promover la cultura Raizal y ofrecer productos que van más allá de lo estético, incorporando un significado cultural profundo. Este enfoque diferenciador ayuda a generar un vínculo emocional con los consumidores quienes valoran la autenticidad y las historias que rodean los productos que adquieren.

Además, el segmento de personas entre 23 y 35 años de clase media alta presenta un gran potencial de crecimiento. En los últimos años, ha habido un notable incremento en el interés por la moda sostenible y ética, impulsado por una mayor conciencia ambiental y social entre los consumidores jóvenes. Este grupo demográfico, altamente informado y comprometido está cada vez más inclinado a elegir marcas que demuestren responsabilidad con el medio ambiente y prácticas de producción transparentes. Waibblue se posiciona perfectamente para

satisfacer esta demanda creciente ofreciendo productos que no solo cumplen con estos criterios, sino que también destacan por su diseño y calidad.

Otro aspecto importante es la disposición de este segmento a pagar precios premium por productos que consideren valiosos tanto en términos de calidad como de significado cultural. La clase media alta tiene un poder adquisitivo que les permite invertir en productos de alta gama, especialmente aquellos que ofrecen una experiencia diferenciada y que refuerzan su estilo de vida. Los consumidores de este grupo no solo buscan adquirir un producto funcional, sino una historia, un compromiso con la sostenibilidad y la posibilidad de formar parte de una comunidad que comparte sus valores.

Finalmente, el hecho de que este segmento sea altamente activo en redes sociales y valoren la interacción con las marcas que consumen ofrece a Waiblu una ventaja significativa en términos de marketing y fidelización. La interacción constante y la posibilidad de crear una relación cercana con los consumidores a través de plataformas digitales permiten a la marca no solo captar la atención del público, también crear embajadores leales que contribuyan a difundir sus valores y productos a un público más amplio. Todo esto convierte a este segmento en una elección estratégica para el crecimiento sostenible de Waiblu.

ESTIMACIÓN DEL MERCADO POTENCIAL

La estimación del mercado potencial para Waiblu en el archipiélago de San Andrés y Providencia se ajusta en función de las cifras de población reales. En 2023, la población total de San Andrés era de 56,318 habitantes. Si nos centramos en el grupo objetivo de personas entre 25 y 35 años, la población relevante sería de aproximadamente 8,000 a 9,000 individuos. Este cálculo se basa en los datos de población por edades, donde los grupos de 25 a 29 años y 30 a 35 años representan alrededor del 15% de la población total.

Al dividir este grupo de manera equitativa por género, se estima que hay entre 4,000 y 4,500 hombres y mujeres en ese rango de edad. Este segmento es particularmente relevante para Waiblu, ya que presenta un alto potencial de interés por la moda sostenible y la cultura de estilo de vida de playa alineándose con los valores de la marca.

Considerando que un 15% de este grupo ya está interesado en la moda sostenible, Waiblué podría captar inicialmente entre 1,200 y 1,350 consumidores potenciales. Esta base ofrece un buen punto de partida para el crecimiento sobre todo teniendo en cuenta la proyección de crecimiento del 9% anual en el sector de la moda sostenible.

Además, el turismo en San Andrés, uno de los destinos más importantes de Colombia amplía considerablemente el mercado potencial de Waiblué. La moda playera sostenible puede atraer no solo a residentes, sino también a los numerosos turistas nacionales e internacionales que visitan la isla en busca de productos que representen el estilo de vida local y respeten el entorno natural. Este sector turístico diversifica la base de consumidores y brinda una oportunidad para expandir la marca más allá de la población local.

A medida que la conciencia ambiental crece a nivel mundial, San Andrés se beneficia del interés en marcas que promueven la sostenibilidad lo que coloca a Waiblué en una posición ideal para capturar este mercado emergente. Al aprovechar alianzas estratégicas con hoteles, resorts y operadores turísticos locales, la marca podría aumentar su visibilidad y captar más consumidores dentro de este entorno turístico.

Finalmente, dado que el comportamiento de los consumidores está evolucionando hacia una mayor demanda de productos respetuosos con el medio ambiente, Waiblué puede capitalizar esta tendencia mediante la producción local y el uso de plataformas digitales como Instagram y TikTok para alcanzar tanto a consumidores locales como turistas internacionales. La combinación de una fuerte identidad cultural, la sostenibilidad, y el estilo de vida playero convierte a Waiblué en una marca con un enorme potencial de crecimiento y consolidación en el archipiélago.

A continuación, se presenta un desglose más detallado del grupo demográfico de 25 a 35 años, dividido en dos rangos de edad, y también segmentado por género:

Rango de Edad	Lugar	Población Total	Mujeres	Hombres
25 a 29 años	San Andrés	4,337	2,140	2,197
30 a 34 años	San Andrés	4,669	2,401	2,268

25 a 29 años	Providencia	418	216	202
30 a 34 años	Providencia	486	260	226

Tabla 1. Mercado potencial

Fuente: Propia

CONSUMO APARENTE

El consumo aparente de Waiblue se establece en función de la producción y el interés del mercado objetivo. Con una producción inicial planificada de 500 prendas de ropa playera sostenibles, la marca busca satisfacer la demanda de un segmento de consumidores que valora tanto la calidad como la sostenibilidad en la moda. Este cálculo es fundamental para entender el potencial de ventas y la capacidad de respuesta de la marca en el mercado de San Andrés y Providencia donde la moda playera sostenible está en auge.

La estimación del consumo aparente se fundamenta en el perfil de mercado identificado, que incluye entre 1,200 y 1,350 consumidores potenciales interesados en la moda sostenible. Suponiendo una tasa de conversión del 20%, se espera captar entre 240 y 270 consumidores, cada uno comprando, en promedio dos prendas al año. Esto generaría un volumen de ventas potencial entre 480 y 540 prendas, lo que demuestra que la producción planeada de 500 prendas se alinea de manera óptima con las expectativas de ventas.

PRODUCCIÓN IDEAL Y VENTAS IDEALES

Se establece la producción anual ideal de 500 prendas de ropa playera sostenibles. En cuanto a las metas de ventas:

Ventas anuales ideales:

240 consumidores x 2 prendas = 480 prendas

270 consumidores x 2 prendas = 540 prendas

Con base en estos ideales se presenta un cálculo simplificado del consumo aparente:

Consumo Aparente = Producción + Importaciones – Exportaciones – Otros Usos

Consumo Aparente = 500 + 0 – 0 – 30= 470 prendas

Este cálculo implica que la producción ideal de Waibblue se alinea con el potencial de ventas estimado. Es esencial para establecer expectativas realistas a medida que se lanza la marca. La relevancia de este cálculo radica en que permite a Waibblue evaluar su capacidad de producción y establecer un punto de partida para el crecimiento y la expansión. La producción de 500 prendas asegura un inventario manejable minimizando el riesgo de sobreproducción en esta fase inicial y permitiendo ajustes basados en la respuesta del mercado.

Al considerar estos factores, Waibblue se posiciona favorablemente para capturar un segmento creciente de consumidores interesados en productos que cumplen con los estándares estéticos y ofrecen un valor significativo en términos de sostenibilidad y cultura. Esto es especialmente relevante en el contexto actual, donde la moda ética y sostenible está ganando tracción entre los consumidores jóvenes, lo que convierte a Waibblue en una marca con un alto potencial de crecimiento en el archipiélago.

Esto significa que el consumo aparente de cada producto de la marca Waibblue se estima que sea 500 unidades. Este resultado se puede interpretar de la siguiente manera:

Producción de 500 prendas: Este número representa la meta inicial de producción que permite a Waibblue testear la aceptación del producto en el mercado asegurando un inventario manejable para su lanzamiento.

Importaciones de 0: Waibblue no planea realizar importaciones en esta fase lo que simplifica la logística y reduce costos, permitiendo centrarse en la producción local y sostenible.

Exportaciones de 0: Similar a las importaciones, la marca aún no contempla exportaciones, lo que refuerza su enfoque en el mercado local y evita complicaciones en la distribución internacional.

Otros Usos de 30 prendas: Se estima que 30 prendas se destinarán a marketing y otros usos, como muestras para influencers y eventos promocionales. Este uso estratégico de las prendas ayuda a aumentar la visibilidad de la marca y atraer a más consumidores potenciales.

CONSUMO PER CÁPITA

El consumo aparente de Waiblue se establece en función de una producción inicial de 500 prendas de ropa playera sostenibles diseñada para satisfacer la demanda de un mercado creciente interesado en la moda ética. Dado que se estima un interés por parte de entre 1,200 y 1,350 consumidores potenciales en el archipiélago se espera una conversión del 20%, resultando en ventas de 480 a 540 prendas anualmente.

La población del Archipiélago de San Andrés, que es de aproximadamente 56,318 habitantes, se reduce a un grupo objetivo de 8,000 a 9,000 individuos entre 25 y 35 años. De este grupo, se calcula que alrededor del 15% ya tiene interés en la moda sostenible, lo que se traduce en un mercado potencial de 1,200 a 1,350 consumidores.

Utilizando estos datos, podemos calcular el consumo per cápita como sigue:

Consumo Per Cápita = Mercado Objetivo / Consumo Aparente

Si tomamos como referencia un consumo aparente de 470 prendas (después de considerar las prendas destinadas a marketing y otros usos) y un promedio de 8,500 personas en el mercado **Objetivo:**

Consumo Per Cápita = 8,500 personas / 470 prendas = 0.0553 prendas/persona

Este resultado indica que, en promedio, cada persona en el grupo objetivo podría adquirir aproximadamente 0.0553 prendas al año. Aunque esta cifra puede parecer baja es importante contextualizarla dentro de la etapa inicial de la marca y el creciente interés por la moda sostenible. La moda sostenible está todavía en un proceso de aceptación en el mercado, lo que significa que los consumidores pueden no estar completamente dispuestos a cambiar sus hábitos de compra tradicionales. Además, el contexto socioeconómico de la clase media alta y la fluctuación en la demanda de moda ética son factores que influyen en esta cifra.

A medida que la marca se consolida y los consumidores se familiarizan con los beneficios y la calidad de los productos sostenibles, es probable que se vea un aumento en la frecuencia de compra. La educación del consumidor sobre la importancia de la sostenibilidad y la autenticidad en las marcas también desempeñará un papel crucial en el cambio de comportamiento de compra lo que podría llevar a un mayor consumo de prendas a medida que se construye la lealtad hacia la marca y se consolida su propuesta de valor.

El cálculo del consumo per cápita para Waiblu, junto con el análisis de su consumo aparente y la población objetivo, proporciona una visión útil para la planificación estratégica de la marca. Este enfoque permite a Waiblu alinear su producción con las expectativas del mercado y desarrollar tácticas de marketing que fomenten el interés en sus productos sostenibles.

MAGNITUD DE LA NECESIDAD, OTRO

La magnitud de la necesidad de moda playera sostenible y funcional es considerable dentro del mercado objetivo de Waiblu compuesto por individuos de 23 a 35 años pertenecientes a la clase media alta. Este grupo demográfico no solo busca prendas estéticamente atractivas, sino que también tiene un creciente interés por la sostenibilidad y la ética en la moda. A medida que la conciencia ambiental se expande estos consumidores están cada vez más motivados a elegir productos que reflejen sus valores y que contribuyan a un futuro más sostenible. Las tendencias actuales muestran que los consumidores de este segmento no solo quieren verse bien en la playa, sino que desean prendas que sean responsables con el medio ambiente utilizando materiales reciclados y prácticas de producción justas.

El comportamiento de compra de este grupo indica que están dispuestos a pagar precios premium por productos que consideran valiosos no solo por su calidad, sino también por el impacto positivo que pueden tener en el medio ambiente. La creciente demanda de moda playera sostenible está respaldada por estadísticas que revelan que una gran parte de los consumidores jóvenes priorizan la sostenibilidad en sus decisiones de compra. Además, este mercado objetivo es altamente activo en redes sociales donde buscan inspiración y validación de sus elecciones de moda. Esto crea una necesidad para marcas como Waiblu de desarrollar colecciones que no solo sean funcionales y versátiles, sino que cuenten historias auténticas y significativas que resuenen con el deseo de estos consumidores de ser parte de un movimiento más amplio hacia la sostenibilidad.

La búsqueda de versatilidad también es un aspecto crucial; los consumidores de moda playera quieren prendas que puedan ser usadas tanto en la playa como en su vida cotidiana lo que indica una necesidad de productos que combinen estilo y funcionalidad. Por lo tanto, la

capacidad de Waiblu para ofrecer ropa de playa que no solo cumpla con los estándares estéticos, sino que ofrezca características como protección UV y secado rápido responde a una demanda clara en el mercado. Asimismo, la preferencia por detalles culturales en el diseño implica una necesidad de conexión emocional y personalización lo que posiciona a Waiblu en un lugar privilegiado para atender a un público que busca no solo ropa también una experiencia significativa detrás de cada prenda.

ESTIMACIÓN DEL SEGMENTO

La moda playera sostenible está experimentando un notable crecimiento en el mercado, impulsada por un interés creciente en opciones ecológicas y prácticas de producción responsables. Este segmento no solo abarca trajes de baño, sino también ropa de playa y accesorios que incorporan un enfoque en materiales reciclados, orgánicos y regenerativos. La industria se está adaptando a la demanda de transparencia y trazabilidad en las cadenas de suministro, lo que permite a los consumidores conocer el origen y el impacto ambiental de los productos que eligen (Neri & Valencia Crivelli, 2023).

En particular, se observa que los consumidores están cada vez más interesados en las características de los productos que compran, buscando telas que tengan un menor impacto ambiental. Muchas marcas están utilizando tejidos reciclados y orgánicos, así como adoptando prácticas de producción que minimizan el desperdicio y promueven la economía circular, creando prendas que pueden ser recicladas al final de su vida útil. Además, el creciente enfoque en la sostenibilidad también resalta la necesidad de reducir la contaminación y conservar la biodiversidad.

Este mercado tiene un potencial significativo para expandirse, especialmente en regiones como Asia-Pacífico, donde se prevé un crecimiento notable en los próximos años, impulsado por una mayor conciencia ambiental y la presencia de marcas comprometidas con la sostenibilidad. La tendencia hacia una moda que no solo es estilísticamente atractiva, sino también responsable con el medio ambiente, es un reflejo de los valores actuales de los consumidores y su deseo de hacer elecciones informadas que beneficien al planeta (Neri & Valencia Crivelli, 2023).

PERFIL DEL CONSUMIDOR

El perfil del consumidor de Waiblue se define por un grupo demográfico que abarca individuos de entre 23 y 35 años pertenecientes a la clase media alta. Este segmento no solo se caracteriza por su juventud, sino también por su creciente interés en la moda y los viajes especialmente hacia destinos de playa lo que establece un vínculo fuerte con la propuesta de la marca, centrada en la moda playera sostenible.

En esta etapa de vida los consumidores están buscando establecer una identidad clara y única utilizando la moda como una herramienta esencial para lograrlo. La ropa no es simplemente un medio para cubrirse, sino que se convierte en una forma de expresión que refleja sus valores, aspiraciones y estilo de vida. Esta búsqueda de identidad personal es especialmente importante en un contexto social donde la imagen y la percepción pública juegan un papel crucial.

DEMOGRAFÍA Y ESTILO DE VIDA

Los consumidores de Waiblue son tanto hombres como mujeres con una distribución equitativa, lo que permite a la marca crear propuestas inclusivas que resuenen con ambos géneros. Este grupo está en una fase de crecimiento personal y profesional caracterizada por una mayor estabilidad financiera que les permite invertir en productos de alta calidad. Muchos están en sus primeros años laborales, lo que les proporciona el poder adquisitivo necesario para elegir prendas que no solo son atractivas, sino que cumplen con estándares funcionales y estéticos.

La moda, para ellos no se limita a seguir tendencias; es un medio para comunicar su individualidad y sus preferencias culturales. En este sentido, buscan prendas que les permitan destacar y ser reconocidos por su estilo distintivo. En particular, valoran las características funcionales como la protección UV y el secado rápido que son esenciales para un estilo de vida activo y relacionado con la playa.

INTERESES Y COMPORTAMIENTO DE COMPRA

El interés por la moda está intrínsecamente ligado a un aprecio por la autenticidad cultural. Estos consumidores valoran las historias detrás de los productos y prefieren marcas que integren elementos culturales en sus diseños. Están dispuestos a explorar diferentes culturas y experiencias lo que los hace más propensos a elegir productos que ofrezcan versatilidad y que conecten con su deseo de aventura y descubrimiento.

El uso activo de redes sociales es fundamental en la vida de estos consumidores. Plataformas como Instagram y TikTok son sus principales herramientas para mantenerse al tanto de las tendencias y descubrir nuevas marcas. Buscan inspiración en influenciadores que reflejan su estilo de vida y esperan que las marcas con las que se relacionan tengan una presencia activa en estas plataformas. Además, valoran la posibilidad de compartir sus experiencias y convertirse en embajadores de las marcas que aman. La interacción en redes sociales no solo

les permite descubrir productos, sino formar comunidades en torno a sus intereses compartidos lo que amplifica su conexión con las marcas.

VALORES Y EXPECTATIVAS

En términos de valores, este segmento de consumidores busca marcas que ofrezcan no solo productos sino experiencias completas. La sostenibilidad y la ética en la producción son cruciales; prefieren productos fabricados con materiales respetuosos con el medio ambiente y bajo prácticas de producción justas. Este enfoque no solo les permite sentirse bien acerca de sus elecciones de compra, sino que también refuerza su identidad como consumidores conscientes. La autenticidad y la transparencia son características que fomentan la lealtad a la marca; prefieren aquellas que demuestran un compromiso genuino con sus principios.

La experiencia de compra también es un factor determinante en su comportamiento de consumo. Estos consumidores no buscan simplemente un buen producto; desean que cada interacción con la marca sea fluida y personalizada. Desde la selección del producto hasta la compra final, buscan una experiencia que les haga sentir únicos y valorados. Valoran la información clara sobre el origen y la fabricación de los productos, lo que refuerza su conexión emocional con la marca.

PRODUCTOS WAIBLUE

Waiblue ofrece una variada gama de productos de moda playera que se adaptan a las necesidades y preferencias de su mercado objetivo. Esto incluye desde vestidos de baño y pantalonetas hasta tops y Camisas diseñados para brindar comodidad y estilo en entornos costeros. La inclusión de shorts, pantalones y faldas permite que los consumidores construyan conjuntos versátiles que pueden usarse tanto en la playa como en actividades diarias.

Además, los vestidos y salidas de baño ofrecen opciones elegantes y fluidas que son perfectas para aquellos que desean lucir sofisticados mientras disfrutan del sol. Los accesorios, como gafas de sol y sombreros son complementos indispensables que no solo aportan un toque estético, sino que ofrecen protección contra los rayos UV. Por último, los bolsos y Set son prácticos para transportar lo esencial para un día de playa como toallas, protector solar y otros artículos necesarios.

En general, los productos de Waiblue están diseñados para ofrecer a los consumidores una experiencia completa y estilizada en sus actividades costeras, permitiéndoles expresarse mientras disfrutan de su tiempo al aire libre. Ahora, desglosaremos estos productos en dos categorías: sustitutos y complementarios.

PRODUCTOS SUSTITUTOS

Dentro de la línea de moda playera, los vestidos de baño y las pantalonetas representan productos sustitutos clave, ya que ambos cumplen la función básica de proporcionar una opción para nadar o disfrutar en la playa, pero varían en estilo, diseño y corte. Las Camisas que pueden ser utilizadas tanto en la playa como en el día a día, también actúan como un sustituto para la parte superior de un conjunto playero. A su vez, los tops pueden ser otra opción para quienes buscan alternativas a las Camisas mientras que los shorts pueden reemplazar a las faldas o los pantalones en un entorno costero. Estos productos son elegidos por los consumidores en función de sus preferencias personales, la ocasión, el clima y en muchos casos, el precio.

Productos complementarios

Por otro lado, la relación entre productos complementarios se da en el uso conjunto de varios artículos que enriquecen la experiencia del consumidor. Por ejemplo, los accesorios como gafas de sol, sombreros y joyería no solo mejoran el estilo general de un atuendo playero, sino que cumplen funciones prácticas como la protección solar. Los bolsos son otro complemento esencial, ya que permiten llevar todo lo necesario para un día de playa como toallas y protector solar. Además, las salidas de baño, vestidos y faldas son elementos que se pueden combinar con trajes de baño para crear un look más completo y versátil ideal para disfrutar tanto en la playa como en un almuerzo después del baño. Los Set, que podrían incluir varias piezas de moda playera también funcionan como un paquete complementario que simplifica la elección del atuendo. Finalmente, los pantalones y shorts pueden ser usados en conjunto con Camisas y tops para crear looks adecuados tanto para la playa como para actividades cotidianas

2.5 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

COMPETENCIA DIRECTA

En el competitivo ámbito de la moda de baño sostenible, varias marcas se han establecido como referentes, entre las que destacan Agua Coco, Fou fuera de lo Común, Agua Bendita, Silvia Tcherassi, Cocobloom, Onda de Mar, Waimari, Ancora y Serramar. Estas marcas no solo ofrecen productos de alta calidad también han logrado crear una conexión emocional con sus consumidores al integrar elementos de sostenibilidad y cultura en sus propuestas.

La sostenibilidad es un eje central en la estrategia de muchas de estas marcas. Por ejemplo, Foufuera de lo Común y Waimari utilizan materiales reciclados y procesos de producción éticos, alineándose con las expectativas de un consumidor moderno que prioriza la responsabilidad ambiental. Este enfoque no solo responde a una demanda creciente, sino que refuerza la lealtad del cliente que se siente atraído por marcas que comparten sus valores.

Por otro lado, la autenticidad cultural es un rasgo distintivo que diferencia a estas marcas en el mercado. Agua Bendita y Silvia Tcherassi, por ejemplo, incorporan técnicas artesanales y

patrones que reflejan la riqueza cultural de Colombia. Esta narrativa cultural no solo agrega un valor estético, sino que establece una conexión emocional con los consumidores que valoran las historias detrás de los productos que adquieren.

El segmento de mercado al que se dirigen estas marcas es diverso con una mezcla de consumidores que buscan lujo y aquellos que prefieren opciones más accesibles. Agua de Coco se posiciona como una marca de lujo, mientras que Cocobloom y Onda de Mar se enfocan en un público más joven y desenfadado ofreciendo diseños frescos y vibrantes que evocan el estilo de vida playero. Esta variedad en el enfoque les permite competir en diferentes niveles del mercado capturando la atención de un amplio espectro de consumidores.

Otro factor a considerar es la experiencia de compra que estas marcas ofrecen. Muchas de ellas han sabido integrar plataformas digitales y redes sociales en su estrategia de marketing creando una comunidad activa en torno a sus productos. Esto es especialmente relevante para consumidores jóvenes que valoran la interacción y la transparencia en las marcas que eligen. La presencia activa en redes sociales como Instagram y TikTok permite a las marcas no solo mostrar sus productos, sino también interactuar con su público, construir relaciones y fomentar un sentido de pertenencia.

A pesar de sus diferencias, todas estas marcas comparten un enfoque en la calidad y el diseño lo que les permite competir de manera efectiva en un mercado saturado. Las expectativas del consumidor han evolucionado y ahora buscan productos que no solo sean funcionales, sino que cuenten una historia, representen valores compartidos y ofrezcan una experiencia única.

AGUA COCO

Agua Coco es una marca de ropa de playa que se especializa en la fabricación de trajes de baño y prendas relacionadas, como bikinis, trajes de una pieza, blusas, pareos y vestidos. Sus precios oscilan entre 130,000 a 600,000 COP lo que refleja su enfoque en ofrecer productos de calidad y diseño atractivo. La marca destaca la producción ética y la alta calidad de sus materiales todos elaborados a mano en Cartagena. Además, Agua Coco promueve una imagen de sostenibilidad en su publicidad, utilizando redes sociales y marketing digital para

atraer a su audiencia centrándose en el estilo de vida que representan sus prendas. También ofrecen descuentos y envíos gratuitos en compras mayores a un monto específico, lo que resulta atractivo para los consumidores.

El mercado objetivo de Agua Coco se enfoca principalmente en mujeres jóvenes que buscan moda de playa con un fuerte componente ético. Esta estrategia se complementa con un enfoque en la satisfacción del cliente, ya que los consumidores valoran la autenticidad y el compromiso ambiental de la marca. Aunque la información sobre la estabilidad financiera de Agua Coco es limitada, su capacidad técnica para crear productos de alta calidad y su imagen positiva ante los clientes sugieren un buen posicionamiento en un mercado competitivo (Agua coco Swimwear, 2024).

FOU FUERA DE LO COMUN

Fou fuera de lo común se posiciona como una marca innovadora en el mercado de ropa de playa ofreciendo una amplia variedad de productos incluidos accesorios, Camisas, pantalones cortos, tops, faldas y vestidos. Sus precios son bastante competitivos comenzando desde \$20,000 COP para los accesorios y alcanzando hasta \$300,000 COP para prendas más elaboradas, lo que los hace accesibles para un amplio público. La marca enfrenta productos sustitutos que provienen de otras marcas de ropa de playa y tiendas departamentales. En cuanto a los plazos de pago ofrecen opciones a través de tarjetas de crédito y pagos digitales, aunque no se especifica una política clara en su sitio web. Además, implementan descuentos y promociones regularmente, especialmente a través de boletines informativos lo que añade valor a la experiencia de compra.

La publicidad de Fou fuera de lo común se centra en redes sociales como Instagram y TikTok utilizando imágenes atractivas y colaboraciones con influencers para llegar a su público objetivo que abarca principalmente a jóvenes de 18 a 35 años. La marca utiliza materias primas sostenibles como algodón, apelando a consumidores conscientes del medio ambiente. La satisfacción del cliente es alta gracias a la originalidad y calidad de sus productos, aunque la disponibilidad de tallas puede ser un reto ocasional. Su capacidad técnica en comercio electrónico y su sólida estructura administrativa han contribuido a su crecimiento en el

mercado, proyectando una imagen fresca y moderna que resuena bien con su base de clientes (Fou Fuera de lo comun, 2024).

AGUA BENDITA

Agua Bendita es una destacada marca colombiana de ropa de playa reconocida por su enfoque en la moda artesanal y su calidad excepcional. Su catálogo abarca una amplia gama de productos que incluyen bikinis, trajes de baño, vestidos y accesorios con precios que van desde \$15,000 COP para los accesorios y entre los \$80,000 COP y \$1,500,000 COP para otras prendas más exclusivas. Esto les permite atender a distintos segmentos del mercado. Entre sus productos sustitutos se encuentran marcas como “Tennis” y “Bali”, aunque Agua Bendita se distingue por sus diseños únicos y atención al detalle en la confección. La marca también ofrece opciones de pago flexibles incluyendo tarjetas de crédito y plataformas digitales, además de implementar descuentos durante temporadas específicas para incentivar las compras.

La publicidad de Agua Bendita se apoya en estrategias efectivas en redes sociales y colaboraciones con influencers consolidándose como una marca de lujo en el sector. Utiliza materias primas de alta calidad como fibras naturales y estampados exclusivos lo que no solo garantiza la durabilidad de sus productos, sino que resuena con consumidores que valoran la sostenibilidad. La satisfacción del cliente es alta gracias a su compromiso con la calidad y el diseño atractivo dirigido principalmente a mujeres jóvenes y adultas que buscan moda de alta gama para la playa. La marca ha demostrado una sólida capacidad técnica y administrativa integrando ventas en línea con una presencia física en tiendas tanto en Colombia como en el extranjero lo que refuerza su imagen de sofisticación y exclusividad ante los clientes (La Republica, 2023).

SILVIA TCHERASSI

Silvia Tcherassi es una destacada marca de moda colombiana, conocida por su enfoque elegante y contemporáneo. Fundada por la diseñadora del mismo nombre la marca se ha establecido como un referente de lujo en la moda de playa, ofreciendo productos que varían en precio desde aproximadamente \$610,000 hasta \$14,900,000. Esta amplia gama de precios refleja la diversidad de su colección que abarca desde piezas más accesibles hasta diseños de alta costura, utilizando materias primas de la más alta calidad que aseguran tanto la estética como la durabilidad.

La publicidad de Silvia Tcherassi se centra en destacar su herencia colombiana y el uso de elementos culturales, creando una conexión emocional con sus clientes. La marca se dirige principalmente a mujeres sofisticadas que buscan moda que exprese elegancia y un sentido de identidad cultural. En términos de capacidad técnica, financiera y administrativa, Silvia Tcherassi opera con un enfoque familiar que prioriza la calidad y la atención al detalle lo que le permite mantenerse relevante en la industria de la moda a nivel global. Su compromiso con la innovación y la sostenibilidad también contribuye a una imagen positiva ante sus clientes consolidando su posición como un competidor fuerte en el mercado de la moda de playa (Silvia Tcherassi, 2020).

COCOBLOOM

Cocobloom es una marca de moda de playa que se ha consolidado en el mercado por su propuesta fresca y vibrante ofreciendo una variedad de productos que incluyen trajes de baño, vestidos de playa y accesorios con precios que oscilan entre \$98,000 y \$265,000. Esta amplia gama de precios permite a Cocobloom atraer a un público diverso que busca calidad y estilo sin exceder su presupuesto. Entre los productos sustitutos se pueden encontrar otras marcas de ropa de playa, así como opciones más asequibles de cadenas de moda masiva. La marca facilita el proceso de compra a través de opciones de pago flexibles y en muchas ocasiones, ofrece descuentos y promociones especiales durante temporadas altas lo que aumenta su atractivo.

Cocobloom se destaca por su fuerte presencia en redes sociales donde colabora con influencers que encarnan el estilo de vida activo y alegre de su clientela. Utiliza materias primas seleccionadas, priorizando tejidos duraderos y cómodos lo que contribuye a la satisfacción del cliente. Su enfoque principal son mujeres jóvenes que buscan prendas atractivas y funcionales para disfrutar de días de playa. Con una capacidad técnica y financiera en crecimiento, Cocobloom se esfuerza por consolidarse en el mercado destacándose por su compromiso con la sostenibilidad y el servicio al cliente. La imagen de la marca es la de una opción moderna y responsable lo que ha ayudado a establecer una conexión emocional con sus consumidores y a destacar en un competitivo mercado de moda de playa (Cocobloom Shop, 2024).

ONDA DE MAR

Onda de Mar es una reconocida marca colombiana especializada en ropa de playa famosa por su enfoque en diseños vibrantes y frescos que reflejan el estilo de vida costero. Ofrecen una amplia gama de productos que incluyen trajes de baño, pareos, Camisas, vestidos y accesorios con precios que oscilan entre \$56,000 y \$610,000. Esta variabilidad en precios permite a la marca atraer a diferentes segmentos de mercado desde consumidores que buscan opciones asequibles hasta aquellos dispuestos a invertir en prendas de mayor calidad. La marca se distingue por su compromiso con la funcionalidad y el confort utilizando materiales de buena calidad que aseguran la durabilidad de sus productos.

En un mercado competitivo donde los productos pueden ser fácilmente sustituidos por alternativas más económicas o marcas de moda de playa, Onda de Mar se destaca por su atención al diseño y la calidad lo que ha cultivado una base de clientes leales. La empresa ofrece plazos de pago flexibles y descuentos durante temporadas especiales además de utilizar estrategias publicitarias que incluyen redes sociales y colaboraciones con influencers para fortalecer su imagen moderna y atractiva. Con una sólida capacidad técnica y financiera, Onda de Mar se mantiene a la vanguardia de la innovación a la vez que promueve un estilo de vida alegre y despreocupado, consolidando su posición como un referente en la industria de la moda de playa en Colombia (Modaes, 2024).

WAIMARI

Waimari se posiciona como una marca reconocida en el sector de la moda de playa, especializada en ofrecer prendas que fusionan estilo, comodidad y calidad. Su catálogo incluye una variedad de productos desde vestidos y tops hasta conjuntos completos con precios que oscilan entre los \$480,000 y \$2,400,000 COP. A pesar de la competencia de marcas que ofrecen alternativas más asequibles, Waimari se distingue por su enfoque en la exclusividad y la calidad de los materiales utilizados, aunque la información específica sobre estos últimos no es siempre divulgada. La marca implementa estrategias de marketing digital efectivas utilizando plataformas como Instagram para atraer a su público objetivo que son mujeres jóvenes y adultas que buscan prendas elegantes para el verano.

Además, Waimari parece tener una sólida capacidad técnica y administrativa lo que le permite gestionar de manera eficaz su presencia en el mercado y ofrecer una experiencia de compra atractiva. Aunque los detalles sobre plazos de pago y descuentos específicos son limitados, es común que ofrezcan promociones durante temporadas especiales. La percepción de la marca es positiva asociada a un estilo de vida sofisticado lo que contribuye a su imagen como un referente en la moda de playa (Waimari, 2024).

ANCORA

Ancora es una marca colombiana conocida por sus colecciones de ropa de playa de lujo y trajes de baño exclusivos. Sus productos incluyen bikinis, enterizos, pareos y ropa ligera para el verano con precios que oscilan entre 99,900 COP para artículos más sencillos y 429,900 COP para piezas más elaboradas. Se posiciona en el segmento de mercado de alta gama enfocándose en mujeres jóvenes y adultas que buscan estilo exclusivo y sostenible. Ancora utiliza materias primas de alta calidad lo que garantiza durabilidad, comodidad y un enfoque en la moda consciente destacando su compromiso ético y ambiental. Ofrecen opciones de pago seguras y promociones esporádicas como descuentos en temporadas y envíos gratuitos para compras mayores a 350,000 COP.

En términos de comunicación, la marca se apoya en plataformas digitales como Instagram y TikTok para promover sus colecciones, con una imagen de lujo y sostenibilidad. La satisfacción del cliente es alta, gracias a la calidad de los productos y el diseño de vanguardia. El mercado objetivo se extiende tanto a nivel local como internacional capturando a consumidores que valoran la exclusividad y el compromiso ambiental. Ancora ha consolidado su posición en la industria de la moda colombiana, lo que refleja su solidez técnica, financiera y administrativa logrando mantener una imagen positiva y deseada entre sus clientes (Ancora, 2022).

SERRAMAR

Serramar es una marca de moda colombiana que se especializa en ropa de playa de alta calidad con sede en Medellín. La marca ofrece una variedad de productos que incluyen bikinis, salidas de baño, vestidos y prendas para resorts. Los precios de los bikinis oscilan entre \$195,000 y \$330,000 COP mientras que los vestidos van de \$210,000 a \$410,000 COP. La marca también maneja descuentos en colecciones de temporada y ofrece envíos gratuitos para compras superiores a \$400,000 COP lo cual atrae a consumidores de mayor poder adquisitivo. A nivel de materiales, Serramar utiliza tejidos resistentes al sol, agua y arena lo que garantiza la durabilidad y calidad de sus productos.

En términos de publicidad, Serramar se enfoca principalmente en plataformas digitales como redes sociales, donde promociona sus colecciones y ofertas. Sus productos compiten con marcas como Agua Bendita y Maaji, que también ofrecen ropa de playa de lujo con un enfoque similar. Sin embargo, Serramar se destaca por su enfoque en detalles únicos y diseños exclusivos que buscan satisfacer a un mercado de mujeres sofisticadas y conscientes de la moda. La marca tiene una imagen sólida ante sus clientes gracias a su estabilidad técnica y financiera ofreciendo productos de alta calidad que reflejan lujo y exclusividad en cada prenda (Serramar Swim, 2024).

ANALISIS DE PRECIOS COMPETENCIA

En el presente estudio, se realiza un análisis comparativo de la competencia directa, con el fin de identificar sus rangos de precios y proporcionar una visión general del mercado. Para ello, se seleccionaron las marcas mencionadas anteriormente, recopilando datos de sus productos y precios. Esta información permite calcular un promedio de los precios mínimos y máximos para cada marca facilitando la evaluación de las opciones disponibles para los consumidores.

Marca	Producto	Precio (COP)
Agua Coco	Bikinis, trajes de una pieza, blusas, pareos, vestidos	\$130,000 - \$600,000
Fou fuera de lo común	Accesorios, Camisas, pantalones cortos, tops, faldas, vestidos	\$20,000 - \$300,000
Agua Bendita	Bikinis, trajes de baño, vestidos, accesorios	\$15,000 - \$1,500,000
Silvia Tcherassi	Moda de playa (alta costura)	\$610,000 - \$14,900,000
Cocobloom	Trajes de baño, vestidos de playa, accesorios	\$98,000 - \$265,000
Onda de Mar	Trajes de baño, pareos, Camisas, vestidos, accesorios	\$56,000 - \$610,000
Waimari	Vestidos, tops, conjuntos	\$480,000 - \$2,400,000
Ancora	Bikinis, enterizos, pareos, ropa ligera	\$99,900 - \$429,900

Serramar	Bikinis, salidas de baño, vestidos	\$195,000 - \$410,000
-----------------	---------------------------------------	-----------------------

Tabla 2. Análisis de precios competencia.

Fuente: Propia.

CÁLCULO DEL PROMEDIO

Suma de los precios mínimos:

$$\begin{aligned} & \$130,000 + \$20,000 + \$15,000 + \$610,000 + \$98,000 + \$56,000 + \$480,000 + \$99,900 + \\ & \$195,000 = \$1,703,900 \end{aligned}$$

Suma de los precios máximos:

$$\begin{aligned} & \$600,000 + \$300,000 + \$1,500,000 + \$14,900,000 + \$265,000 + \$610,000 + \$2,400,000 + \\ & \$429,900 + \$410,000 = \$21,414,900 \end{aligned}$$

Número de marcas: 9

Promedio de los precios mínimos: $\$1,703,900 \div 9 = \$189,322$

Promedio de los precios máximos: $\$21,414,900 \div 9 = \$2,379,433$

El rango promedio de precios de las marcas sería $\$189,322 - \$2,379,433$ COP.

3. ESTRATEGIAS DE MERCADO.

La ropa diseñada en Waiblu no solo cumple una función estética, sino que busca ser un puente entre la moda y la cultura. Cada pieza refleja el compromiso de la marca por visibilizar y celebrar la cultura Raizal utilizando sus raíces como inspiración para crear prendas que cuenten historias y ofrezcan una experiencia cultural única. Las personas que usen la ropa de Waiblu podrán sentirse conectadas con una tradición rica en significado, mientras disfrutan de productos de alta calidad que promueven la sostenibilidad y el aprecio por la diversidad. Más allá de lo visual las prendas están diseñadas para quienes buscan un estilo de vida que valore el aprendizaje y el respeto por otras culturas proporcionando una sensación de orgullo y autenticidad en cada uso.

3.1 CONCEPTO DEL PRODUCTO O SERVICIO

3.1.1 DESCRIPCIÓN BÁSICA

Vestidos de baño: Son trajes diseñados para ser utilizados en ambientes acuáticos como piscinas o playas. Generalmente se fabrican con materiales resistentes al agua y al cloro y pueden ser de una o dos piezas.

Pantalonetas: Son pantalones cortos que se utilizan principalmente para nadar o en actividades recreativas al aire libre. Suelen estar confeccionadas con telas ligeras y de secado rápido, ideales para la playa.

Set: Se refiere a un conjunto de prendas que normalmente incluye un top y una parte inferior diseñado para coordinarse y usarse como un look completo. En el contexto de ropa playera, puede incluir un conjunto cómodo y versátil.

Camisas: Son prendas de vestir con mangas cortas o largas y cuello redondo o en V. Son ligeras, transpirables y se usan tanto para looks casuales como para protección solar en ambientes playeros.

Salidas de baño: Prendas ligeras y holgadas que se utilizan para cubrir el cuerpo tras salir del agua como túnicas o pareos. Suelen estar hechas de materiales transpirables como algodón o lino.

Pantalones: Son prendas que cubren las piernas desde la cintura hasta los tobillos. En el contexto playero suelen ser ligeros, frescos y cómodos con materiales como lino o algodón.

Tops: Prendas que cubren el torso superior dejando los brazos descubiertos. En la moda playera pueden variar desde crop tops hasta Camisas más ligeras y holgadas.

Vestidos: Prendas que cubren todo el cuerpo desde los hombros hasta una longitud variable, comúnmente por debajo de la rodilla o hasta los tobillos. Los vestidos playeros son generalmente sueltos y ligeros.

Faldas: Prendas femeninas que cubren la parte inferior del cuerpo y pueden variar en longitud. En la moda de playa suelen ser frescas y fluidas, ideales para el clima cálido.

Accesorios: Complementos que se utilizan para realzar el estilo o la funcionalidad de un atuendo como sombreros, gafas de sol, pulseras o pañuelos.

Bolsos: Contenedores de mano utilizados para llevar pertenencias personales. En un entorno playero, los bolsos suelen ser más grandes y resistentes al agua como los hechos de lona o **plástico.**
Shorts: Pantalones cortos que terminan por encima de la rodilla. Son versátiles y frescos, ideales para el clima cálido y las actividades al aire libre.

3.1.2 ESPECIFICACIONES O CARACTERÍSTICAS

Vestidos de baño

Características: Diseñados con estampados vibrantes que reflejan la cultura Raizal, son ideales para quienes buscan estilo y funcionalidad en la playa. Proporcionan soporte y comodidad.

Especificaciones: Fabricados con tejidos reciclados y de secado rápido. Son resistentes al cloro y a la exposición solar, garantizando durabilidad y protección.

Pantalinetas

Características: Ligeras y cómodas, ideales para el clima cálido y actividades acuáticas. Los diseños son frescos y modernos capturando la esencia tropical.

Especificaciones: Confeccionadas en materiales resistentes al agua y con estampados inspirados en la flora marina. Incluyen una cintura elástica para mayor comodidad.

Set

Características: Combinaciones versátiles que permiten múltiples estilos. Ideal para quienes desean una opción de vestimenta rápida y estilizada para la playa.

Especificaciones: Hechos con telas transpirables y suaves, incluyen detalles culturales en los estampados y son fáciles de mezclar con otras prendas.

Camisas

Características: Suaves y cómodas, ideales para un look casual. Los estampados cuentan historias sobre la cultura Raizal, promoviendo el orgullo cultural.

Especificaciones: Confeccionadas en algodón orgánico. Presentan gráficos vibrantes y están diseñadas para el uso diario, con cortes que favorecen diversos tipos de cuerpo.

Salidas de baño

Características: Prendas ligeras que ofrecen comodidad y estilo después de un baño. Perfectas para cubrirse y mantenerse frescas.

Especificaciones: Fabricadas en lino o algodón reciclado, cuentan con diseños que evocan la naturaleza y son fáciles de llevar.

Pantalones

Características: Holgados y cómodos, perfectos para un look relajado y casual. Combinan estilo con comodidad, ideales para actividades de verano.

Especificaciones: Hechos de tejidos naturales como el lino, presentan estampados que celebran la biodiversidad del archipiélago.

Tops

Características: Femeninos y elegantes, ideales para combinar con otras prendas. Diseñados para resaltar la silueta y el estilo personal.

Especificaciones: Confeccionados en materiales sostenibles, incorporan detalles artesanales que reflejan la herencia cultural de la comunidad.

Vestidos

Características: Ligeros y fluidos, ideales para los días calurosos. Cada vestido cuenta una historia cultural, proporcionando una conexión emocional con la moda.

Especificaciones: Hechos de telas suaves y respetuosas con el medio ambiente, incluyen bordados a mano y diseños únicos que mezclan tradición y modernidad.

Faldas

Características: Prendas cómodas y versátiles, adecuadas para diferentes ocasiones. Ideales para quienes buscan un look fresco y femenino.

Especificaciones: Fabricadas en materiales orgánicos, los estampados están inspirados en los colores del Caribe y son fáciles de combinar.

Accesorios

Características: Elementos que complementan el atuendo playero, como sombreros y pulseras. Diseñados para añadir un toque cultural a cualquier look.

Especificaciones: Hechos con materiales reciclados o naturales, presentan símbolos culturales Raizales en sus diseños, ofreciendo una conexión más profunda con la herencia local.

Bolsos

Características: Prácticos y estilizados, perfectos para llevar lo esencial en la playa. Sus diseños son funcionales y atractivos.

Especificaciones: Confeccionados en fibras naturales y tejidos artesanales, cada bolso incluye detalles inspirados en la cultura Raizal.

Shorts

Características: Comodidad y frescura en cada prenda. Ideales para actividades al aire libre y días calurosos.

Especificaciones: Hechos de telas ligeras y transpirables, con diseños que reflejan la fauna y flora local, brindando un estilo relajado.

3.1.3 PARA QUE SE USA DEL PRODUCTO O SERVICIO

Los productos diseñados por Waiblué tales como vestidos de baño, pantalonetas, sets van, Camisas, salidas de baño, pantalones, tops, vestidos, faldas, accesorios, bolsos y shorts están pensados para su uso en contextos playeros y actividades relacionadas con el disfrute del sol, el mar y el aire libre. Estas prendas no solo ofrecen comodidad y funcionalidad, sino que permiten a los usuarios conectarse con la cultura Raizal mediante sus estampados y diseños inspirados en la rica herencia cultural del Caribe.

Cada pieza está creada para brindar una experiencia de uso relajada, ideal para vacaciones, escapadas a la playa o eventos informales donde la moda y la funcionalidad se combinan para garantizar comodidad en condiciones de calor y humedad. Además, Waiblué busca que sus productos sean no solo una elección estética, sino una manifestación de identidad y apreciación cultural lo que añade un valor emocional al uso de cada prenda.

3.1.4 DISEÑO

El diseño de las prendas de Waibblue es un homenaje a la rica herencia cultural de la comunidad Raizal, reflejando la diversidad y los matices de su entorno. Cada prenda se caracteriza por el uso de colores vibrantes que evocan los paisajes caribeños. Los estampados meticulosamente creados, incorporan elementos que narran historias de la cultura local, incluyendo motivos inspirados en la flora y fauna autóctona, así como símbolos tradicionales que llevan consigo un significado profundo.

Además, las siluetas de las prendas están diseñadas para ofrecer comodidad y libertad de movimiento, esenciales para disfrutar de un estilo de vida al aire libre en un clima cálido y húmedo. Los diseños de Waibblue buscan no solo ser visualmente atractivos, sino funcionales permitiendo que quienes los lleven sientan una conexión auténtica con sus raíces culturales. Al usar una prenda de Waibblue, cada cliente no solo adopta una pieza de moda, sino que también lleva consigo una parte de la historia y el espíritu de la comunidad Raizal, promoviendo la apreciación y el aprendizaje cultural en cada ocasión.

A continuación, se presentan algunas fotografías de las prendas confeccionadas que reflejan la calidad y la estética final que Waibblue busca transmitir:



Figura 1. Diseños Waiblue.

Fuente: Propia.



Figura 2. Diseños Waiblue.

Fuente: Propia.



Figura 3. Diseños Waiblue.

Fuente: Propia.



Figura 4. Diseños Waiblue.

Fuente: Propia.



Figura 5. Diseños Waibblue.

Fuente: Propia.

3.1.5 CALIDAD

La calidad de los productos de Waibblue se refleja en su compromiso con la moda sostenible y la inclusión cultural. Cada prenda está cuidadosamente diseñada utilizando materiales de alta durabilidad que aseguran resistencia y comodidad permitiendo a los usuarios disfrutar de piezas frescas y funcionales por más tiempo. Waibblue utiliza telas de origen natural y ecológico priorizando fibras como el algodón orgánico y materiales reciclados, garantizando no solo la suavidad al tacto, sino también un impacto reducido en el medio ambiente (Burguete-Garcia, Romero y Cejudo, & Acle-Mena, 2019).

Además, el proceso de producción involucra técnicas de confección precisas y detalles minuciosos en los acabados, asegurando que cada prenda cumpla con los más altos estándares de calidad. Las piezas están diseñadas para resistir el desgaste propio de las actividades de playa manteniendo su forma y colores vibrantes incluso después de múltiples usos y lavados. La marca se esfuerza por crear prendas no solo visualmente atractivas, sino también duraderas alineando la calidad de sus productos con su misión de sostenibilidad y valorización cultural.

3.1.6 EMPAQUE

La elección de una tula como empaque para los productos de Waiblu responde a múltiples factores que se alinean con la filosofía de la marca y la experiencia del consumidor. Las tulas son ideales para el contexto de moda de playa, ya que ofrecen una solución práctica y versátil para transportar prendas, accesorios y otros artículos necesarios para disfrutar de un día en la playa. Su diseño liviano y fácil de llevar permite a los usuarios transportarlas cómodamente, ya sea para ir a la playa, a la piscina o incluso para actividades cotidianas.

Además, el uso de tulas se enmarca en una tendencia creciente hacia la sostenibilidad, ya que son reutilizables y ayudan a reducir el consumo de bolsas desechables. Esto se alinea con la misión de Waiblu de promover el respeto por el medio ambiente y la cultura local. Al optar por una tula con un diseño que representa la herencia Raizal, la marca no solo ofrece un empaque funcional, sino que también fortalece la conexión entre el consumidor y la cultura del Archipiélago, resaltando la importancia de la identidad cultural y la sostenibilidad en el consumo moderno.

Por lo tanto, el empaque no solo cumple su función práctica, sino que también actúa como una extensión del mensaje de Waiblu, promoviendo la conexión con la naturaleza y la cultura. Así, al elegir una tula, se potencia la experiencia de los clientes, quienes no solo

adquieren un producto, sino también un pedazo de la cultura Raizal y un compromiso con la sostenibilidad. Aquí se muestra:



Figura 6. Empaque Waibblue.

Fuente: Propia.

3.1.7 EMBALAJE

El embalaje de Waibblue sigue una estrategia coherente con los valores y la visión de la marca. Está diseñado para proteger cada producto durante su transporte y entrega, asegurando que llegue en perfectas condiciones al cliente, pero también va más allá de una simple protección física.

Waibblue utiliza un embalaje sostenible y ecoamigable evitando plásticos de un solo uso y optando por materiales reciclables o biodegradables. La marca se esfuerza por minimizar su impacto ambiental, utilizando cajas o envoltorios hechos de cartón reciclado y tintas a base de agua para sus etiquetas y logotipos, alineándose con su compromiso con la sostenibilidad. Este embalaje también refuerza la conexión con la naturaleza haciendo eco de la misión de la marca de ser culturalmente inclusiva y respetuosa con el medio ambiente.

Dentro del embalaje, los productos vienen envueltos cuidadosamente para garantizar su protección. Además, se incluye una nota personalizada que explica brevemente la inspiración detrás del diseño o la colección, acercando a los clientes a la cultura Raizal y la historia detrás de cada prenda.

3.1.8 FORTALEZAS Y DEBILIDADES DE SU PRODUCTO O SERVICIO FRENTE A LA COMPETENCIA

FORTALEZAS DE WAIBLUE FRENTE A LA COMPETENCIA

Enfoque en la sostenibilidad: Waibblue se diferencia por su compromiso con la sostenibilidad, utilizando materiales como el algodón orgánico y fibras recicladas. Esto atrae a un nicho de consumidores cada vez más consciente de su impacto ambiental. La industria de la moda y particularmente la moda playera, enfrenta críticas por su impacto ambiental, pero Waibblue ofrece una solución con productos que minimizan este impacto. Además, al ser una marca que valora la sostenibilidad, se alinea con tendencias globales de consumo responsable creando una ventaja competitiva en un mercado que busca productos más éticos y ecológicos.

Propuesta cultural única: Una de las grandes fortalezas de Waibblue es su enfoque en la cultura Raizal. Las prendas no son solo ropa de playa; cada diseño está impregnado de una narrativa que conecta con las raíces y tradiciones de esta comunidad. Esto no solo añade un valor estético, sino que convierte cada prenda en una pieza cultural, algo que las marcas competidoras con enfoques más genéricos, no pueden ofrecer. Esto permite que Waibblue se diferencie en el mercado ofreciendo a los consumidores no solo moda, sino también una experiencia de conexión cultural única.

Productos con buenos acabados y atención a los detalles: Waibblue cuida los detalles y acabados de sus prendas, asegurándose de que cada pieza cumpla con estándares de resistencia y comodidad para un uso prolongado. Las telas seleccionadas ofrecen una experiencia cómoda y práctica, adecuada para las condiciones de playa y el clima tropical.

Esto da a los consumidores una mayor confianza en la durabilidad y comodidad de las prendas sin prometer estándares imposiblemente altos.

DEBILIDADES DE WAIBLUE FRENTE A LA COMPETENCIA

Producción a gran escala: Si la demanda por los productos de Waibblue sigue creciendo, uno de los mayores desafíos será mantener su compromiso con la sostenibilidad sin comprometer la calidad. La producción a gran escala puede generar dificultades en el abastecimiento de materiales ecológicos lo que podría limitar su capacidad de crecimiento o llevar a aumentos en los costos de producción que podrían trasladarse al precio final para el consumidor.

Competencia intensa: Waibblue compite en un mercado donde grandes marcas internacionales tienen una presencia consolidada con mayores recursos financieros y logísticos. Estas marcas pueden ofrecer productos a precios más bajos y con mayor disponibilidad lo que puede hacer que Waibblue enfrente dificultades para competir en precio y distribución, especialmente en mercados más amplios o globales.

Dependencia en un nicho de mercado: Aunque la conexión con la cultura Raizal es una gran fortaleza, también podría limitar el crecimiento de la marca fuera de los mercados locales o nichos interesados en la moda cultural. Al estar tan centrada en un concepto específico, podría no tener el mismo atractivo en audiencias que buscan productos más universales o simplemente moda de playa sin una historia cultural detrás.

3.1.9 MATERIA PRIMA QUE UTILIZA EN EL PRODUCTO

Waibblue se enfoca en utilizar materias primas que reflejan su compromiso con la sostenibilidad y la calidad de sus productos. La marca incorpora algodón orgánico que se cultiva sin el uso de pesticidas ni químicos dañinos. Este material no solo garantiza una textura suave y cómoda para el usuario, sino que contribuye a la salud del medio ambiente. El algodón orgánico es ideal para prendas ligeras como Camisas y tops brindando confort

durante los días de calor en la playa. Además, Waiblue utiliza poliéster reciclado, un material que se obtiene de botellas plásticas recicladas lo que no solo aporta durabilidad y resistencia a las prendas, sino que ayuda a reducir la cantidad de residuos plásticos en el medio ambiente. Por otro lado, la marca incluye fibras recicladas en varias de sus prendas promoviendo un enfoque de economía circular que minimiza el impacto ambiental. También se destaca el uso de tintes naturales y ecológicos en sus diseños asegurando que los colores de las prendas sean vibrantes y sostenibles. Estas elecciones no solo benefician a los usuarios al proporcionar productos de calidad también reflejan un compromiso genuino con la preservación de la naturaleza y el apoyo a la comunidad local. Así, Waiblue no solo crea moda, sino que también contribuye a la sostenibilidad y a la valorización de la cultura Raizal a través de la elección consciente de sus materias primas.

3.2 DISTRIBUCIÓN

3.2.1 CANAL DE DISTRIBUCIÓN QUE UTILIZARA

Waibblue implementará una estrategia de distribución diversificada para maximizar su alcance y asegurar la accesibilidad de sus productos centrándose en métodos que potencien su presencia sin necesidad de un establecimiento físico. En primer lugar, se establecerá una plataforma de e-commerce que permitirá a los consumidores adquirir productos cómodamente desde sus hogares. Esta tienda en línea no solo facilitará el acceso a la colección de Waibblue, sino que ofrecerá un espacio narrativo donde se cuenten las historias detrás de cada prenda resaltando los elementos visuales y culturales de la herencia Raizal. Al permitir la compra desde cualquier lugar, la marca podrá alcanzar un público más amplio, esencial para su crecimiento inicial (Erickson, 2009).

Para expandir su presencia, Waibblue colaborará con mayoristas que facilitarán la distribución de productos a diferentes minoristas. Esta estrategia es crucial para incrementar la disponibilidad de los productos en diversas regiones especialmente donde la marca aún no tiene un establecimiento físico. Trabajar con mayoristas permitirá que los productos de Waibblue lleguen a una variedad de puntos de venta desde boutiques especializadas en moda sostenible hasta grandes cadenas que valoren la inclusión cultural. Esta colaboración permitirá a Waibblue concentrarse en su producción y diseño, asegurando que sus productos lleguen a los consumidores de manera eficiente (Erickson, 2009).

Adicionalmente, se buscarán concesiones en tiendas especializadas en moda sostenible y cultural donde los productos de Waibblue podrán ser exhibidos y vendidos. Estas concesiones ofrecen una plataforma para mostrar los productos en un entorno alineado con los valores de la marca, fomentando interacciones directas con consumidores que valoran tanto la sostenibilidad como la cultura. Esto crea un ambiente propicio para la venta permitiendo a los consumidores ver y tocar los productos, lo que a menudo resulta en una mayor tasa de conversión.

Las ventas por consignación serán otra estrategia clave, permitiendo que las tiendas exhiban productos sin necesidad de una compra inicial. Esta modalidad reduce el riesgo financiero

para los minoristas y les da la oportunidad de probar los productos en su mercado local. Waibblue se beneficiará de esta estrategia al ampliar su presencia en el mercado sin comprometer grandes inversiones iniciales en inventario, lo cual es especialmente valioso para una marca emergente.

Además, se considerará el uso de representantes o comisionistas que promuevan los productos en diversas ubicaciones y eventos. Estos representantes pueden ayudar a generar mayor visibilidad y a construir relaciones con potenciales clientes en ferias comerciales, festivales culturales y eventos de moda. Tener un equipo de ventas dedicado permitirá a Waibblue interactuar directamente con los consumidores, captando la esencia de lo que buscan y obteniendo retroalimentación valiosa que puede influir en futuras colecciones (Erickson, 2009).

Las redes sociales jugarán un papel crucial en la promoción de la marca y sus productos. Plataformas como Instagram, Facebook y TikTok no solo servirán como canales para mostrar los diseños y la cultura que representan, sino que facilitarán la creación de una comunidad activa en torno a la moda cultural y sostenible. Al compartir contenido visual atractivo y narrativas auténticas, Waibblue podrá atraer a un público que aprecie la historia detrás de cada diseño y la misión de la marca. La interacción en estas plataformas fomentará un diálogo significativo con los consumidores, cultivando lealtad hacia la marca que va más allá de la simple transacción comercial (Branding, 2021).

Finalmente, la participación en eventos y ferias locales ofrecerá a Waibblue la oportunidad de vender productos directamente y conectar con un público más amplio que valore la cultura y la moda inclusiva. Estos eventos son momentos ideales para exhibir la identidad de la marca, compartir historias culturales y crear experiencias memorables que resuenen con los asistentes. Este enfoque integral de distribución está diseñado para maximizar la presencia de Waibblue en el mercado, celebrando y visibilizando la rica cultura que inspira sus diseños.

3.2.2 MÉTODOS DE DESPACHO Y TRANSPORTE

Waiblue implementará métodos de despacho y transporte que se alineen con su compromiso con la sostenibilidad y la atención al cliente. Estos métodos incluyen la entrega directa por parte del fabricante y otras opciones diseñadas para maximizar la eficiencia y la satisfacción del consumidor.

ENTREGA DIRECTA POR PARTE DEL FABRICANTE

En el modelo de entrega directa, Waiblue gestionará el proceso logístico internamente enviando los productos directamente desde su centro de distribución a la dirección del cliente. Este proceso utilizará plataformas de gestión de pedidos que permitirán un seguimiento en tiempo real desde la preparación del pedido hasta la entrega final. Los clientes recibirán notificaciones por correo electrónico o mensaje de texto sobre el estado de su envío, brindándoles tranquilidad y confianza en el servicio (Ramírez & Diván, 2010).

Para optimizar el transporte, Waiblue explorará alianzas con empresas de mensajería que prioricen prácticas sostenibles, asegurando que la entrega sea eficiente y respetuosa con el medio ambiente. Además, la marca ofrecerá opciones de entrega programada permitiendo a los clientes seleccionar horarios que se adapten a sus necesidades, mejorando la experiencia general de compra.

OPCIONES DE ENTREGA

Entrega bajo pedido a través de plataformas: Waiblue ofrecerá un sistema de pedidos personalizado en su tienda en línea donde los clientes podrán solicitar productos específicos. Esto permitirá a la marca adaptar su oferta a las preferencias de los consumidores, asegurando que reciban exactamente lo que buscan.

Entrega contra entrega: Esta modalidad permitirá a los clientes pagar al recibir sus productos lo que puede aumentar la confianza en la compra, especialmente para quienes son reacios a realizar pagos en línea. Waiblue se asegurará de que esta opción esté claramente comunicada y disponible para los clientes que prefieran este método.

Sistemas de seguimiento en tiempo real: Además de las notificaciones por correo electrónico y SMS, Waiblu implementará un sistema de seguimiento accesible a través de la plataforma de e-commerce. Esto permitirá a los clientes verificar el estado de su envío en cualquier momento, ofreciendo una mayor transparencia en el proceso de entrega y mejorando la satisfacción general.

Puntos de recogida estratégicos: Aunque no habrá recogida en tienda, Waiblu considerará la posibilidad de establecer alianzas con tiendas colaboradoras o centros comunitarios para ofrecer puntos de entrega convenientes. Esto permitirá a los clientes recoger sus pedidos de manera fácil y rápida facilitando la logística y ampliando el alcance de la marca.

Servicios de entrega a domicilio a través de aplicaciones de transporte: Waiblu explorará asociaciones con aplicaciones de entrega que son cada vez más populares en el mercado. Este método proporcionará una forma flexible y rápida de llegar a los clientes especialmente en áreas urbanas donde la entrega inmediata es altamente valorada. Al asociarse con estas aplicaciones, Waiblu podrá atraer a un público más amplio y mejorar la comodidad para sus consumidores.

Estos métodos de despacho se complementan entre sí, ofreciendo opciones que se adaptan a las necesidades y preferencias de los consumidores, manteniendo siempre el enfoque en la sostenibilidad y la satisfacción del cliente. Waiblu se posiciona como una marca innovadora en el mercado de la moda playera, asegurando que cada paso del proceso de compra refleje su compromiso con la calidad y la comunidad.

3.2.3 COSTOS DEL TRANSPORTE Y SEGUROS

En Waiblu, los costos de transporte y seguros se estructuran de manera que se garantice una experiencia de compra eficiente y segura para nuestros clientes. A través de la colaboración con Interrapidísimo, una de las empresas de mensajería más reconocidas en Colombia se establecerán tarifas competitivas y claras que facilitarán la gestión de envíos nacionales.

Estructura de Costos de Transporte

El costo del transporte en Waiblu se basa en el peso del paquete y la distancia del envío. A partir de septiembre de 2024, las tarifas de Interrapidísimo son las siguientes:

Envíos Locales:

Kilo inicial: \$11,300

Kilo adicional: \$3,200

Envíos Regionales:

Kilo inicial: \$15,300

Kilo adicional: \$3,700

Envíos Nacionales:

Kilo inicial: \$21,500

Kilo adicional: \$4,000

Proceso de Cobro

El costo del transporte se agregará automáticamente al total de la compra en el momento del checkout en la plataforma de Waiblu. Los clientes podrán visualizar el costo del envío antes de confirmar su pedido, lo que les permitirá conocer exactamente el total que deberán pagar. Además, para los envíos contra entrega, que por el momento se implementarán únicamente en Medellín y Cartagena debido a la existencia de distribuidores directos en estas ciudades, se cobrará una tarifa que variará entre \$12,000 y \$45.000 dependiendo del peso y la distancia del envío. Esta opción ofrece a los clientes la comodidad de pagar al recibir sus productos lo cual es una práctica que fomenta la confianza y la satisfacción del cliente.

OPCIONES DE SEGUROS

Con el fin de proteger tanto a Waiblu como a sus clientes, se ofrecerá la opción de asegurar los paquetes enviados. El costo del seguro se calculará como un 2% del valor declarado del envío brindando cobertura en caso de pérdida o daño durante el transporte. Esta medida es particularmente relevante para artículos de mayor valor garantizando que los clientes se sientan seguros al realizar su compra.

MÉTODOS DE PAGO

Waibluce aceptará diversas formas de pago para facilitar la experiencia del cliente. Las opciones incluirán:

Tarjetas de Crédito y Débito: Aceptaremos las principales tarjetas de crédito y débito, permitiendo transacciones rápidas y seguras.

Pagos en Efectivo: Para los envíos contra entrega, los clientes podrán pagar en efectivo al recibir su pedido, lo que agrega un nivel adicional de flexibilidad.

Transferencias Bancarias: También se permitirá el uso de transferencias bancarias como método de pago, asegurando que todos los clientes puedan elegir la opción que mejor se adapte a sus necesidades.

Los costos de transporte y seguros de Waibluce están diseñados para ser transparentes y accesibles, garantizando que los clientes tengan una comprensión clara de los gastos involucrados en sus compras. A través de la asociación con Interrapidísimo, la marca no solo garantiza la entrega eficiente de productos, sino que prioriza la satisfacción del cliente mediante un proceso de compra seguro y confiable (Martínez, 2015).

Waibluce se compromete a ofrecer un servicio de alta calidad, reflejando su filosofía de atención al cliente y sostenibilidad en cada paso del proceso de compra.

POLÍTICA DE INVENTARIO DE PRODUCTO TERMINADO

En Waibluce, la gestión del inventario de producto terminado es un componente fundamental que refleja nuestro compromiso con la eficiencia operativa, la satisfacción del cliente y la sostenibilidad. La política de inventario de producto terminado se basa en principios de transparencia, flexibilidad y alineación con las demandas del mercado.

3.2.4 OBJETIVOS DE LA POLÍTICA DE INVENTARIO

El objetivo principal de nuestra política de inventario es asegurar que se mantenga un nivel adecuado de productos terminados que permita satisfacer la demanda de los clientes sin incurrir en costos excesivos por almacenamiento o por desabastecimiento. Esto incluye:

Reducción de Costos: Minimizar los costos de almacenamiento y manejo de inventarios al mantener solo la cantidad necesaria de productos.

Satisfacción del Cliente: Asegurar que los productos más demandados estén disponibles para su entrega inmediata, lo que aumenta la satisfacción y fidelización del cliente.

Sostenibilidad: Implementar prácticas que reduzcan el impacto ambiental de la producción y el almacenamiento, alineándose con el compromiso de Waiblu con la sostenibilidad.

Métodos de Gestión de Inventario

Para lograr los objetivos mencionados, Waiblu implementará los siguientes métodos de gestión de inventario:

Sistema Justo a Tiempo (JIT): Este sistema permite que los productos se fabriquen y se entreguen justo cuando se necesitan, reduciendo la necesidad de mantener grandes cantidades de inventario. Al trabajar en estrecha colaboración con nuestros proveedores y fabricantes, aseguramos que podamos responder rápidamente a las fluctuaciones en la demanda sin comprometer la calidad del producto.

Análisis de Ventas y Pronósticos: Utilizaremos herramientas analíticas para monitorear las tendencias de ventas y hacer pronósticos precisos sobre la demanda futura. Esto nos permitirá ajustar nuestros niveles de inventario y asegurar que los productos más populares estén siempre disponibles.

Inventario Cíclico: Se implementará un sistema de auditoría de inventario regular que permita revisar y ajustar los niveles de inventario de manera continua. Esto ayuda a identificar rápidamente los productos que no se están vendiendo como se esperaba permitiendo acciones correctivas oportunas.

CONTROL DE CALIDAD

La calidad de nuestros productos es primordial. Cada lote de productos terminados será sometido a un riguroso control de calidad antes de ser almacenado. Este proceso incluye:

Inspección Visual: Todos los productos serán revisados para detectar defectos visibles antes de ser aceptados en el inventario.

Pruebas Funcionales: Para los productos que lo requieran, se llevarán a cabo pruebas funcionales para garantizar que cumplen con los estándares de calidad establecidos.

Gestión de Devoluciones

Entendemos que a veces es necesario devolver productos. Nuestra política de inventario incluirá un proceso claro y eficiente para gestionar las devoluciones de productos que será fundamental para mantener la satisfacción del cliente y optimizar nuestro inventario. Este proceso incluirá:

Evaluación Rápida de Devoluciones: Una vez recibido un producto devuelto, se realizará una evaluación rápida para determinar su estado. Esto nos permitirá restablecer rápidamente el producto en el inventario o gestionarlo de manera adecuada.

Reinserción en Inventario: Los productos devueltos que cumplan con los estándares de calidad serán reincorporados al inventario en el menor tiempo posible garantizando que estén disponibles para otros clientes.

Reportes y Transparencia

La gestión del inventario será documentada y se generarán reportes periódicos que reflejen el estado del inventario. Esto permitirá a la gerencia tomar decisiones informadas sobre la producción, el almacenamiento y las compras. La transparencia en la gestión del inventario es esencial para construir confianza tanto dentro de la organización como con nuestros clientes (González, 2016).

CAPACITACIÓN DEL PERSONAL

El personal involucrado en la gestión del inventario recibirá capacitación continua para garantizar que comprendan los procedimientos, las herramientas y las mejores prácticas necesarias para una gestión efectiva del inventario. Esto incluye la formación en el uso de sistemas de gestión de inventarios y en los estándares de control de calidad.

3.3 PRECIO

3.3.1 ANÁLISIS DEL PRECIO CON RESPECTO A LA COMPETENCIA

El análisis de precios de Waiblué en comparación con otras marcas del mercado colombiano de ropa de playa destaca un enfoque estratégico de precios que equilibra la calidad de los materiales y el diseño exclusivo con la accesibilidad para un segmento específico de consumidores. En este sentido, los precios de Waiblué que oscilan entre \$100,000 y \$450,000 para las principales categorías de productos se posicionan dentro de un rango medio-alto que permite a la marca competir tanto con opciones más asequibles como con marcas de lujo.

Waiblué mantiene precios competitivos en comparación con marcas como Agua Coco y Serramar, cuyos productos varían entre \$130,000 y \$600,000. Ambas marcas, al igual que Waiblué destacan por su enfoque en la producción artesanal y sostenible, lo que eleva el valor percibido de sus prendas. Esta similitud en estrategia justifica que los vestidos de baño y sets de Waiblué se encuentren en un rango de precios comparable. Además, el uso de materiales de alta calidad y una propuesta de diseño que combina estilo con funcionalidad refuerzan la percepción de exclusividad, permitiendo a Waiblué atraer a consumidores que valoran la durabilidad y la sostenibilidad en sus compras.

Por otro lado, en contraste con marcas más accesibles como Fou y Cocobloom, cuyos precios oscilan entre \$20,000 y \$300,000 para accesorios y prendas básicas Waiblué se posiciona como una opción más exclusiva. Estas marcas, si bien accesibles, no priorizan tanto la exclusividad y la calidad premium en cada producto, lo que permite a Waiblué ofrecer una propuesta de valor diferenciada. Esto es particularmente relevante en productos clave como

los vestidos de baño, pantalonetas y Camisas donde la calidad de los materiales y la elaboración artesanal elevan el costo, pero también el valor percibido por los consumidores. En comparación con marcas de lujo como Silvia Tcherassi y Waimari, cuyos precios pueden alcanzar hasta \$14,900,000 en el caso de las colecciones más exclusivas, Waiblue ofrece un equilibrio entre lujo accesible y calidad premium. Este posicionamiento le permite a la marca captar a consumidores que buscan prendas de alta calidad sin llegar a pagar los precios exorbitantes asociados con las marcas de alta costura. A medida que Waiblue siga consolidando su presencia en el mercado, su enfoque en la calidad, el diseño único y los precios competitivos puede convertirse en un diferencial clave especialmente frente a la competencia que se enfoca en productos más masivos o de lujo extremo.

Adicionalmente, cabe destacar que la estrategia de precios de Waiblue refleja un compromiso por ofrecer productos accesibles dentro del segmento premium, sin sacrificar la calidad o el diseño. Esto es evidente en categorías como los accesorios, donde Waiblue se posiciona en un rango de \$100,000 a \$220,000 diferenciándose de marcas como Cocobloom o Fou que pueden ofrecer accesorios a precios más bajos, pero sin la misma atención al detalle o calidad de los materiales. En este sentido, Waiblue no compite por precio, sino por valor agregado y exclusividad, una estrategia que es clave para su segmento objetivo.

Más adelante, a medida que Waiblue amplíe su catálogo o introduzca nuevas líneas de productos, la estrategia de precios podría ajustarse para mantener su competitividad frente a marcas emergentes y consolidadas en el mercado colombiano. Mantener el equilibrio entre calidad, exclusividad y accesibilidad será crucial para seguir atrayendo a consumidores que buscan un producto de moda playera que combine diseño y funcionalidad sin alcanzar precios de lujo desorbitados, pero que a la vez ofrezca un nivel superior al de las marcas más accesibles.

3.3.2 PRECIO DE LANZAMIENTO

El precio de lanzamiento de nuestra primera colección de Waiblu ha sido cuidadosamente diseñado para reflejar tanto la calidad premium de nuestros materiales como el diseño exclusivo y la funcionalidad de cada prenda. Con un enfoque en la durabilidad y la sostenibilidad, hemos ajustado los precios de nuestros productos principales para atraer a un público que busca moda playera de alta gama sin llegar a los extremos del lujo inalcanzable. Este enfoque estratégico nos permitirá posicionarnos competitivamente en el mercado colombiano.

Rango de precios estimado por categoría:

Vestidos de baño: \$150,000 - \$450,000. Como prenda central de nuestra marca, los vestidos de baño reflejan tanto la calidad de los materiales como la atención a los detalles de diseño. Estos productos se sitúan en un precio que resalta su durabilidad y el estilo exclusivo, garantizando que el cliente perciba valor en cada compra.

Pantalinetas: \$120,000 - \$250,000. Las pantalonetas son una pieza esencial tanto para el uso playero como diario combinando comodidad y funcionalidad. El precio medio refleja el balance entre estilo, versatilidad y alta calidad de los materiales utilizados.

Set: \$250,000 - \$450,000. Al incluir varias piezas en un conjunto, el precio es más alto que las prendas individuales, pero ofrece un valor añadido considerable para el cliente, al recibir un look completo con un diseño coherente y de calidad superior.

Camisas: \$150,000 - \$220,000. Dado que las Camisas son un básico dentro de la moda playera, pero también representan la esencia premium de la marca, su precio refleja tanto el diseño distintivo como la calidad de los materiales.

Salidas de baño: \$150,000 - \$350,000. Estas prendas combinan elegancia y practicidad, con precios que reflejan tanto el diseño innovador como el uso de materiales frescos y confortables para el ambiente de playa.

Pantalones: \$130,000 - \$270,000. Los pantalones, como prendas más elaboradas, requieren un mayor trabajo en los detalles y la calidad de los tejidos, lo que justifica el precio en un rango más elevado dentro de nuestra colección.

Tops: \$100,000 - \$180,000. Aunque son prendas ligeras, los tops deben tener un precio que refleje tanto su exclusividad como el impacto visual que aportan a un conjunto playero completo.

Vestidos: \$180,000 - \$450,000. Al ser prendas estrella dentro de nuestra colección, los vestidos cuentan con un rango de precios más amplio, lo que permite que reflejen tanto la calidad de los materiales como el trabajo minucioso de diseño.

Faldas: \$120,000 - \$270,000. Las faldas, siendo prendas versátiles y esenciales para el ambiente playero, requieren un precio que refleje tanto su diseño único como su funcionalidad y calidad.

Accesorios: \$100,000 - \$220,000. Los accesorios son detalles clave para completar cualquier look playero. Su precio está diseñado para resaltar su exclusividad y diseño artesanal.

Bolsos: \$180,000 - \$350,000. Los bolsos de playa son tanto funcionales como estéticamente atractivos. Este rango de precios refleja la calidad de los materiales y los diseños únicos que ofrecemos.

Shorts: \$100,000 - \$220,000. Los shorts son esenciales tanto para el uso diario como playero. Su precio está pensado para reflejar la funcionalidad y la calidad del diseño que los hace destacar.

Precios de lanzamiento:

Estos precios de lanzamiento no solo buscan reflejar la calidad y el valor de cada prenda, sino que también establecen una base sólida para el posicionamiento de Waiblue dentro del mercado premium de ropa de playa en Colombia.

Tabla de precios de lanzamiento:

Prenda	Precio Específico
Vestidos de baño	\$380,000
Pantalonetas	\$250,000
Set	\$420,000
Camisas	\$200,000
Salidas de baño	\$350,000
Pantalones	\$270,000
Tops	\$180,000
Vestidos	\$440,000
Faldas	\$230,000
Accesorios	\$180,000
Bolsos	\$320,000

Tabla 3. Precios de lanzamiento

Fuente: Propia

Para determinar cuántas prendas lanzar en cada categoría de la colección de Waiblu, tenemos que basarnos en la cifra total de producción, que es de 470 prendas, tal como se calculó en el "Consumo Aparente."

Dado que algunas prendas son más importantes para la marca, se ajusta la distribución para dar prioridad a esas categorías, como los vestidos de baño y los sets van, sin descuidar las demás categorías. A continuación, presento una distribución proporcional basada en la relevancia y el precio de cada categoría

Distribución de las prendas:

Vestidos de baño (\$380,000): Son una pieza clave en la colección de Waiblu, por lo que se asignará un mayor porcentaje de la producción.

Cantidad: 20% del total = 94 unidades

Set (\$420,000): Al ser una prenda que incluye varias piezas y con un precio alto, representan un valor importante en la colección.

Cantidad: 15% del total = 71 unidades

Pantalonetas (\$250,000): Son esenciales para la playa y para el uso diario. Tendrán una cantidad relevante en la colección.

Cantidad: 12% del total = 56 unidades

Camisas (\$200,000): Al ser un básico dentro de la moda playera, su producción será considerable.

Cantidad: 10% del total = 47 unidades

Salidas de baño (\$350,000): Estas prendas son elegantes y prácticas, pero se producirá una cantidad ligeramente menor.

Cantidad: 10% del total = 47 unidades

Pantalones (\$270,000): Los pantalones, por su diseño elaborado, tendrán una producción moderada.

Cantidad: 8% del total = 38 unidades

Tops (\$180,000): Aunque ligeros, son importantes por su impacto visual, pero no se producirá en grandes cantidades.

Cantidad: 6% del total = 28 unidades

Vestidos (\$440,000): Los vestidos son prendas estrella, por lo que habrá una producción adecuada para reflejar su relevancia.

Cantidad: 8% del total = 38 unidades

Faldas (\$230,000): Las faldas son versátiles y esenciales, pero la producción será menor en comparación con otras prendas clave.

Cantidad: 6% del total = 28 unidades

Accesorios (\$180,000): Los accesorios complementan el look, pero no serán la prioridad en términos de cantidad.

Cantidad: 3% del total = 14 unidades

Bolsos (\$320,000): Los bolsos tienen un valor alto y un diseño exclusivo, por lo que se producirá una cantidad menor, pero significativa.

Cantidad: 2% del total = 9 unidades

Resumen de la distribución:

Categoría	Cantidad de prendas
Vestidos de baño	94
Pantalinetas	56
Set	71
Camisas	47
Salidas de baño	47
Pantalones	38
Tops	28
Vestidos	38
Faldas	28
Accesorios	14
Bolsos	9

Tabla 4. Cantidad de prendas por categoría

fuelle: Propia.

3.3 COSTOS FIJOS Y VARIABLES PARA WAIBLUE

A continuación, se presenta un desglose de los costos fijos y variables estimados para Waibblue. Estos costos son fundamentales para la planificación financiera y operativa del negocio.

Costos fijos incluyen aquellos gastos que se mantienen constantes independientemente de la producción como el alquiler del espacio de trabajo, salarios de los empleados, servicios públicos y gastos de marketing. En este caso, se ha considerado un espacio de trabajo que puede variar entre un local pequeño y un hogar, así como la contratación de dos costureros y un artesano manual lo cual asegura la calidad en la producción de las prendas (Franco, 2022). Costos variables, por otro lado, son aquellos que cambian en función de la cantidad de productos elaborados. Incluyen los costos de materiales, mano de obra directa y empaque. Estos costos son cruciales para determinar el precio de venta de cada prenda, asegurando que cada producto no solo cubra sus costos, sino que también genere ganancias.

El cuadro a continuación detalla estos costos, proporcionando una visión clara y comprensible para la evaluación y toma de decisiones en la gestión de Waibblue:

Descripción	Cantidad	Costo Estimado Mensual (COP)	Costo por unidad (COP)
Costos Fijos			
Espacio de trabajo (local o casa)	1	\$ -	0
Salario de confeccionistas (2)	2	\$ 800.000	\$ 1.600.000
Salario de artesano manual	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Publicidad y marketing	1	\$ 800.000	\$ 800.000
Servicios (internet, electricidad, etc.)	1	\$ 250.000	\$ 250.000
Software o herramientas	1	\$ 200.000	\$ 200.000
Total Costos Fijos		\$ 3.850.000,00	
Costos Variables (por unidad)			
Materiales por unidad	1	\$ 105.000	\$ 105.000
Mano de obra por unidad	1	\$ 50.000	\$ 50.000
Empaque por unidad	1	12000	\$ 12.000
\$			167.000

Tabla 5. Costos fijos y variables

Fuente: Propia.

CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es el volumen de ventas necesario para cubrir todos los costos fijos y variables de Waiblue, sin generar ganancias ni pérdidas. A continuación, se detalla el proceso para calcularlo utilizando los datos de precios, cantidades de productos, y costos:

Costos Fijos

Salario de confeccionistas (2): \$800,000 COP

Salario de artesano manual (1): \$1,000,000 COP

Publicidad y marketing: \$800,000 COP

Servicios (internet, electricidad, etc.): \$250,000 COP

Software o herramientas: \$200,000 COP

Total de Costos Fijos: $800,000 + 1,000,000 + 800,000 + 250,000 + 200,000 = 3,850,000$ COP

Costos Variables

Materiales por unidad: \$105,000 COP

Mano de obra por unidad: \$50,000 COP

Empaque por unidad: \$12,000 COP

Total de Costos Variables por unidad: $105,000 + 50,000 + 12,000 = 167,000$ COP

MARGEN DE CONTRIBUCIÓN

Prenda	Precio	Costos variables	Margen de contribución
Vestidos de baño	\$380,000	\$167,000	\$213,000
Pantalinetas	\$250,000	\$167,000	\$83,000
Set	\$420,000	\$167,000	\$253,000
Camisas	\$200,000	\$167,000	\$33,000
Salidas de baño	\$350,000	\$167,000	\$183,000
Pantalones	\$270,000	\$167,000	\$103,000
Tops	\$180,000	\$167,000	\$13,000
Vestidos	\$440,000	\$167,000	\$273,000
Faldas	\$230,000	\$167,000	\$63,000
Accesorios	\$180,000	\$167,000	\$13,000
Bolsos	\$320,000	\$167,000	\$153,000

Tabla 6. Margen de contribución

Fuente: Propia.

INGRESO TOTAL

Con los precios, el ingreso total por prenda se calcula así:

$$\begin{aligned} \text{Ingreso Total} &= 35,880,000 + 14,000,000 + 29,820,000 + 9,400,000 + 16,450,000 + \\ &10,260,000 + 5,040,000 + 16,720,000 + 6,440,000 + 2,520,000 + 2,880,000 = \\ &132,060,000 \text{ COP} \end{aligned}$$

Cálculo del Punto de Equilibrio

$$\text{Precio de Venta Promedio: } 132,060,000 / 438 = 01,000 \text{ COP}$$

$$\text{Costos Variables Promedio: } \$167,000 \text{ COP}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = 3,850,000 / 301,000 - 167,000 = 3,850,000 / 134,000 = 28.7$$

Esto significa que Waibblue necesitaría vender aproximadamente 29 prendas para alcanzar el punto de equilibrio.

ESTRATEGIAS DE IMPLEMENTACIÓN

Ajuste de Precios: Es importante que Waibblue comunique claramente el valor agregado de cada prenda a sus clientes.

Promociones: Ofrecer descuentos en la compra de conjuntos para incentivar la compra de múltiples prendas.

Diversificación: Introducir nuevos productos que puedan atraer a más clientes.

Estrategias de Marketing: Utilizar redes sociales para promover los nuevos precios y destacar los márgenes de ganancia.

3.3.4 CONDICIONES DE PAGO

En Waibblue, queremos ofrecer a nuestros clientes flexibilidad y beneficios para que puedan elegir la opción de pago que mejor se adapte a sus necesidades. Hemos diseñado nuestras condiciones de pago pensando en la comodidad, incentivando el pago puntual y ofreciendo pequeñas recompensas por su fidelidad.

Pago por Adelantado: Los clientes pagan el monto total de su compra antes de que el pedido sea procesado y enviado.

Beneficios: Al elegir esta opción, los clientes podrán recibir un descuento **del 8%** sobre el valor total de su compra, además de prioridad en la entrega de sus productos. También incluiremos un pequeño regalo sorpresa en agradecimiento por su compromiso.

Ideal para: Clientes que desean recibir su pedido de manera rápida y obtener un descuento por ser puntuales.

Pago a Plazos: Ofrecemos la posibilidad de pagar en cuotas mensuales sin intereses dividiendo el costo total del pedido en 3 pagos cómodos.

Beneficios: Facilita la compra de productos de mayor valor como los sets o vestidos de baño. No aplicamos intereses en estas cuotas y los clientes tienen la flexibilidad de ajustarse a su presupuesto.

Ideal para: Clientes que prefieren distribuir el costo de su compra a lo largo del tiempo.

Descuento por Pronto Pago: Si los clientes pagan el total de su compra dentro de los primeros **5 días** desde que realizan el pedido, obtendrán un descuento del **4%** sobre el valor total de la compra.

Beneficios: Además del descuento, los clientes que elijan esta opción recibirán un **regalo especial** en su pedido, como un accesorio exclusivo de nuestra colección.

Ideal para: Clientes que desean aprovechar un descuento por pagar rápidamente.

Pago Contra Entrega: Los clientes pueden pagar en efectivo o con tarjeta al momento de recibir su pedido.

Beneficios: Esta opción ofrece mayor **confianza** para los clientes que prefieren ver su producto antes de pagar. Este tipo de pago es principalmente en las ciudades de Medellín y Cartagena.

Ideal para: Clientes que desconfían de los pagos anticipados o que prefieren verificar la calidad del producto antes de realizar el pago.

Transferencia Bancaria o Pago en Línea: Aceptamos pagos mediante transferencias bancarias o a través de plataformas seguras de pago en línea como PayU, MercadoPago, y PayPal.

Beneficios: Este método es rápido y seguro permitiendo a los clientes pagar desde la comodidad de su hogar, sin costos adicionales.

Ideal para: Clientes que buscan la comodidad de pagar electrónicamente sin comprometer la seguridad.

Plazo de Crédito para Clientes Frecuentes: Los clientes recurrentes que han realizado más de **tres compras** en Waiblue pueden solicitar un **plazo de crédito** de hasta 60 días.

Beneficios: Este plazo es una manera de premiar la fidelidad y lealtad de nuestros clientes frecuentes, permitiéndoles adquirir productos sin necesidad de un pago inmediato.

Ideal para: Clientes que ya confían en la marca y desean mayor flexibilidad en sus pagos.

Métodos de Pago Diversificados: Aceptamos una amplia variedad de métodos de pago, incluyendo tarjetas de crédito y débito, aplicaciones de pago móvil y transferencias.

Beneficios: Esto proporciona a los clientes la mayor flexibilidad para elegir cómo prefieren pagar, lo que simplifica el proceso y mejora la experiencia de compra.

Ideal para: Clientes que buscan una experiencia de compra sin complicaciones y con múltiples opciones.

INCENTIVOS ADICIONALES

Además de las opciones de pago, en Waibluwe ofrecemos recompensas especiales:

Regalos: Los clientes que paguen por adelantado o realicen pagos dentro del plazo recibirán un pequeño regalo como agradecimiento.

Accesorios Exclusivos: Dependiendo del valor de la compra, también incluimos accesorios exclusivos como obsequio.

Con estas condiciones, Waibluwe busca ofrecer una experiencia de compra flexible, gratificante y conveniente para nuestros clientes incentivando el pago rápido y la fidelización.

3.3.5 IMPUESTO A LAS VENTAS (A QUE RÉGIMEN PERTENECE LA EMPRESA)

En Waibluwe, hemos decidido que lo más adecuado para nuestro negocio en crecimiento es pertenecer al Régimen Simple de Tributación (RST). Este régimen nos permite optimizar la gestión fiscal y simplificar nuestras responsabilidades tributarias mientras estamos en una etapa de expansión y consolidación.

Régimen Simple de Tributación (RST)

Este régimen está diseñado para pequeñas empresas como la nuestra, que buscan una forma más sencilla de cumplir con sus obligaciones tributarias sin la carga administrativa de los regímenes tradicionales. En lugar de declarar el IVA de manera separada, el Régimen Simple agrupa varios impuestos en una tarifa unificada (Pinto, 2022). Esto facilita la declaración y el pago de nuestros tributos permitiéndonos concentrarnos en el crecimiento de Waibluwe.

Beneficios del Régimen Simple para Waibblue:

Simplicidad en la gestión tributaria: Al pertenecer al RST, no tendremos que llevar un control exhaustivo del IVA lo que nos libera de procesos complejos y reduce los costos asociados a la contabilidad y el cumplimiento fiscal.

Reducción de la carga impositiva: Para empresas con ingresos relativamente bajos, este régimen es una excelente opción, ya que las tarifas impositivas son menores y están diseñadas para negocios que apenas están empezando.

Facilidad en el cumplimiento: Las declaraciones y pagos de impuestos son mucho más simples en este régimen lo que facilita que nos mantengamos al día con nuestras obligaciones tributarias sin necesidad de procedimientos complicados.

Condiciones para pertenecer al Régimen Simple:

Ingresos anuales: El Régimen Simple está disponible para empresas como Waibblue, que no superan los 3,200 millones de pesos colombianos en ingresos anuales.

Inscripción ante la DIAN: Hemos realizado el registro correspondiente ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) para formalizarnos dentro de este régimen.

Proyección a Futuro

En Waibblue, nuestra meta es crecer y seguir expandiendo nuestro negocio. Si en algún momento nuestros ingresos superan los límites establecidos para el Régimen Simple tendremos que migrar al Régimen Común donde empezaremos a gestionar el IVA de manera tradicional, cobrando el 19% en nuestras ventas y presentando declaraciones periódicas.

Por ahora, el Régimen Simple de Tributación nos permite enfocarnos en desarrollar nuestra marca y ofrecer productos de calidad sin las complicaciones de un sistema tributario más complejo. Esto nos da la flexibilidad necesaria para continuar innovando y creciendo de manera eficiente.

3.3.6 ESTRATEGIAS A UTILIZAR FRENTE A UNA GUERRA DE PRECIOS

En Waibblue, enfrentamos la competencia con una estrategia centrada en la preservación de nuestra identidad y valores culturales, alineándonos con nuestra misión de celebrar y visibilizar la cultura Raizal a través de la moda sostenible. Entendemos que una guerra de precios puede ser perjudicial, especialmente para una marca como la nuestra que valora la autenticidad, la calidad y la historia detrás de cada diseño (Galindo, 2007). Por eso, hemos definido un conjunto de estrategias para mantener nuestra competitividad sin comprometer nuestros principios.

Diferenciación a través del valor cultural y sostenibilidad: A diferencia de la competencia que puede basar su estrategia únicamente en la reducción de precios, en Waibblue nos enfocamos en ofrecer un producto único donde cada pieza cuenta una historia. Nuestro valor diferencial radica en los diseños exclusivos que reflejan la herencia cultural Raizal. Al visibilizar esta riqueza cultural, creamos una conexión auténtica con nuestros clientes quienes valoran el propósito detrás de nuestros productos y no solo el precio.

Creación de experiencias inmersivas y educación cultural: Además de nuestros productos, ofreceremos talleres y experiencias que permitirán a nuestros consumidores aprender sobre las técnicas artesanales y tradiciones de la comunidad Raizal. Este enfoque nos permite ir más allá de la competencia basada en precios al ofrecer una experiencia única que enriquece la relación de nuestros clientes con la marca y con la cultura que promovemos.

Promociones dirigidas y recompensas por fidelidad: En lugar de una guerra de precios indiscriminada, en Waibblue optaremos por promociones específicas para ciertos segmentos del mercado y recompensas por fidelidad. Los clientes que regresan serán incentivados con descuentos personalizados, productos exclusivos y regalos culturales como artesanías locales lo que fomentará su lealtad sin devaluar nuestros productos.

Sostenibilidad y responsabilidad social como diferenciadores: En Waibblue, creemos que nuestros clientes no solo compran moda, sino que apoyan un movimiento. Apostamos por la sostenibilidad en nuestras prácticas de producción y destinamos parte de nuestras ganancias a iniciativas de desarrollo cultural y económico en el Archipiélago. Esta misión nos permite

captar un mercado que valora el impacto positivo de su compra manteniendo nuestra competitividad en momentos de presiones externas sobre los precios.

Optimización de la cadena de suministro sin sacrificar calidad: Para garantizar que podamos competir eficazmente, realizaremos ajustes en nuestra cadena de suministro asegurándonos de mantener costos operativos eficientes sin sacrificar la calidad de nuestros productos. Esto incluirá alianzas estratégicas con proveedores locales que comparten nuestros valores de sostenibilidad y comercio justo.

Educación al cliente sobre el valor de la compra anticipada: Ofreceremos incentivos especiales para los clientes que realicen pagos anticipados, como descuentos exclusivos y acceso temprano a nuevas colecciones. De esta manera, no solo aumentamos nuestra liquidez, sino que fomentamos un modelo de consumo consciente que premia a los clientes por planificar sus compras.

En Waibblue, estamos comprometidos a mantener nuestra integridad como una marca que celebra la diversidad cultural y la sostenibilidad. Nuestras estrategias para enfrentar una guerra de precios no se basan en reducir nuestros estándares, sino en fortalecer nuestro valor diferencial, educar a nuestros clientes y garantizar que cada compra no solo represente un producto de calidad, sino una inversión en la preservación de la cultura Raizal.

3.3.7 MÉTODO UTILIZADO PARA LA DEFINICIÓN DEL PRECIO

En Waibblue el proceso de definición de precios está basado en un análisis integral que considera tanto el valor cultural y diferenciador de nuestros productos como los costos asociados a su producción. Este enfoque nos permite establecer precios justos y competitivos, alineados con nuestra misión de promover la cultura Raizal de manera sostenible. El método de definición de precios incluye los siguientes elementos:

Costos de Producción: Para garantizar la sostenibilidad financiera de Waibblue, el primer factor que consideramos es el costo total de producción de cada prenda. Esto incluye:

Materia prima: tejidos sostenibles y materiales ecológicos.

Mano de obra: colaboración con artesanos locales de la comunidad Raizal asegurando un pago justo por su trabajo.

Proceso de manufactura: costos asociados a la confección, logística, y embalaje.

Valor Cultural Añadido: Waiblu no solo vende moda, sino una experiencia cultural que visibiliza y celebra la herencia Raizal. Este valor agregado se refleja en la originalidad de los estampados, los procesos de diseño únicos y la historia que hay detrás de cada prenda justificando un precio superior en comparación con productos convencionales del mercado.

Benchmarking del Mercado: Como parte del proceso, realizamos un análisis de benchmarking para comparar nuestros precios con los de otras marcas de moda sostenible y culturalmente inclusiva. Esto nos permite ajustar nuestros precios para ser competitivos sin comprometer la calidad o la autenticidad de nuestros productos.

Estrategia de Valor Percibido: La percepción del cliente sobre el valor del producto también juega un papel crucial. Waiblu se posiciona como una marca de moda culturalmente significativa y sostenible por lo que nuestros clientes valoran no solo el producto en sí, sino el impacto social y cultural detrás de él. Esta percepción nos permite justificar un precio superior, al tiempo que seguimos ofreciendo una propuesta de valor única en el mercado.

Margen de Beneficio: Para asegurar la viabilidad y crecimiento de Waiblu, establecemos un margen de beneficio razonable que permita cubrir costos operativos y reinvertir en la comunidad Raizal cumpliendo así con nuestro objetivo de destinar parte de las ganancias a iniciativas de desarrollo cultural.

Elasticidad de Precios y Segmentación: Adaptamos nuestros precios según los segmentos de mercado y la elasticidad de demanda. Por ejemplo, ofrecemos precios diferenciados para clientes que valoran más la exclusividad y la sostenibilidad, así como incentivos y promociones para aquellos que buscan opciones más accesibles, sin comprometer la esencia cultural de nuestros productos.

El método de definición de precios de Waiblu no se basa únicamente en los costos operativos, sino que también toma en cuenta el valor cultural, el posicionamiento en el mercado y las expectativas de los clientes. Así, aseguramos precios justos y alineados con nuestra misión de ofrecer moda sostenible que refleje y promueva la riqueza de la cultura Raizal.

3.4 PROMOCIÓN

3.4.1 DESCUENTOS POR VOLUMEN O PRONTO PAGO

En Waiblué reconocemos que los descuentos son una herramienta estratégica no solo para impulsar ventas, sino para construir relaciones duraderas y beneficiosas con nuestros clientes. A continuación, explicamos detalladamente las dos principales modalidades de descuentos que ofreceremos:

DESCUENTO POR VOLUMEN

El descuento por volumen está diseñado para incentivar a los clientes que compran en mayores cantidades, promoviendo la lealtad y permitiendo que los productos de Waiblué lleguen a más personas tanto a nivel individual como a través de distribuidores o minoristas. Esta estrategia tiene dos objetivos clave: aumentar el volumen de ventas y fomentar una mayor difusión de nuestra propuesta cultural, vinculada a la cultura Raizal.

Estructura de descuentos por volumen:

De 10 a 20 prendas: 5% de descuento: Este nivel inicial está pensado para pequeñas tiendas o clientes que quieran adquirir productos de manera grupal o familiar. También es una excelente opción para aquellos interesados en organizar eventos o ferias temáticas donde se promueva nuestra cultura a través de la moda.

De 21 a 50 prendas: 10% de descuento: Este nivel intermedio es ideal para minoristas o empresas que desean incorporar prendas de Waiblué en su catálogo de productos. Además de recibir un descuento considerable, los clientes podrán disfrutar de condiciones preferenciales, como atención personalizada y acceso anticipado a nuestras colecciones.

Más de 50 prendas: 15% de descuento: Este nivel más alto de descuento está dirigido a grandes distribuidores o tiendas especializadas en moda sostenible. Al comprar en grandes cantidades, no solo obtienen un precio altamente competitivo, sino que también contribuyen a la expansión de la cultura Raizal, dado que cada prenda cuenta una historia única.

Beneficios adicionales del descuento por volumen:

Aumenta el reconocimiento de la marca: Cuantas más personas adquieran nuestros productos, mayor será la difusión de nuestra misión de visibilizar la cultura Raizal.

Mejora la planificación de la producción: Las compras por volumen permiten planificar de manera más eficiente las producciones a mayor escala, reduciendo costos y optimizando recursos.

Fortalece las relaciones comerciales: A medida que los clientes compran más productos, se afianzan relaciones que pueden llevar a futuras colaboraciones y ventas exclusivas.

Descuento por pronto pago

El descuento por pronto pago es otra estrategia que Waiblue utiliza para fomentar una relación comercial sólida y transparente con sus clientes. Este tipo de descuento está diseñado para aquellos clientes que prefieren pagar en su totalidad al momento de realizar la compra, antes de que el producto sea entregado. Esta modalidad no solo beneficia al cliente por el descuento adicional, sino que fortalece la capacidad financiera de la empresa al garantizar un flujo de caja estable.

Condiciones del descuento por pronto pago:

5% de descuento adicional por pago anticipado: Todos los clientes que paguen el monto total antes de que se realice la entrega de los productos recibirán este descuento especial. Esta ventaja es aplicable tanto a compras individuales como a pedidos por volumen.

Beneficios del descuento por pronto pago para el cliente:

Ahorro inmediato: El cliente tiene la posibilidad de obtener un precio final más competitivo al aprovechar el descuento por pago anticipado.

Prioridad en la entrega: Al completar el pago en su totalidad, los clientes podrían tener prioridad en el proceso de entrega asegurando que sus productos lleguen de manera más rápida y eficiente.

Mayor claridad en la relación comercial: Al realizar el pago completo desde el principio se establece una relación más transparente y clara evitando retrasos o complicaciones financieras futuras.

Beneficios del descuento por pronto pago para Waibblue:

Mejora el flujo de caja: Este tipo de descuento ayuda a Waibblue a asegurar un flujo de efectivo constante, lo que permite planificar mejor las inversiones y cubrir los costos de producción de manera anticipada.

Descuentos adicionales o regalos personalizados: Para hacer más atractiva la opción de pago anticipado Waibblue incluirá no solo el descuento, sino también detalles como pequeños regalos personalizados (como accesorios) o empaques especiales que refuercen la experiencia de compra.

3.4.2 MANEJO DE CLIENTES ESPECIALES

En Waibblue, reconocemos que ciertos clientes no solo contribuyen significativamente al crecimiento de nuestra marca, sino que comparten y promueven nuestros valores de sostenibilidad y aprecio por la cultura Raizal (Cantos, 2001). Para asegurar una relación sólida y mutuamente beneficiosa con estos clientes especiales, hemos desarrollado un programa exclusivo con beneficios diferenciados:

CLIENTES FRECUENTES

Nuestros clientes más fieles son esenciales para el éxito continuo de Waibblue. Por ello, hemos diseñado un sistema de recompensas que no solo agradece su lealtad, sino que los involucra más profundamente con la marca:

Acceso exclusivo a preventas y colecciones limitadas: Los clientes que realicen compras recurrentes serán los primeros en conocer y adquirir nuestras colecciones limitadas y nuevos lanzamientos. Estas preventas les ofrecerán la oportunidad de acceder a productos exclusivos antes de su lanzamiento general.

Descuentos personalizados: Para premiar su lealtad, estos clientes recibirán ofertas especiales y promociones personalizadas, con descuentos que pueden variar en función de la frecuencia y el volumen de compras. Estos descuentos estarán diseñados para fortalecer la relación con el cliente y hacer que se sientan valorados por su continuo apoyo.

Atención personalizada: Los clientes frecuentes tendrán acceso a un servicio de atención prioritario y personalizado que incluirá recomendaciones de productos adaptadas a sus preferencias y estilos, ayudándoles a conectar aún más con la propuesta cultural de Waibblue.

INFLUENCERS Y EMBAJADORES DE LA MARCA

En nuestra misión de visibilizar la cultura Raizal y promover la moda sostenible, trabajamos de la mano con influencers y embajadores que comparten nuestra visión y valores (Morales, 2019). Estos individuos, con plataformas influyentes y alineadas con nuestros principios son clave para expandir la presencia de Waibblue en el mercado:

Colaboraciones estratégicas: Ofrecemos productos gratuitos o con descuentos significativos a influencers y embajadores que se alinean con nuestros valores y que promueven nuestra marca a través de contenido en sus plataformas digitales. A cambio, ellos nos ayudan a llegar a nuevas audiencias posicionando a Waibblue como una marca comprometida con la cultura y la sostenibilidad.

Programas de afiliación: Para los influencers más comprometidos, desarrollamos programas de afiliación en los que, además de recibir productos pueden obtener comisiones por cada venta generada a través de su promoción. Esto refuerza la colaboración a largo plazo y permite una relación en la que ambas partes se benefician.

Participación en eventos y lanzamientos: Nuestros embajadores también serán invitados a eventos exclusivos como lanzamientos de colecciones y talleres sobre la cultura Raizal, donde podrán conocer de primera mano las historias detrás de cada diseño y conectarse más profundamente con la marca.

EMPRESAS O DISTRIBUIDORES

En Waiblué, también desarrollamos relaciones estratégicas con empresas y distribuidores éticos, reconociendo la importancia de estos clientes comerciales en la expansión de nuestra marca. Estos clientes, que incluyen tiendas físicas y plataformas de comercio ético reciben un trato especial que fomenta relaciones duraderas:

Condiciones de pago flexibles: Ofrecemos opciones de pago adaptadas a las necesidades de cada empresa o distribuidor con términos más flexibles para facilitar acuerdos comerciales. Esto incluye, por ejemplo, opciones de pago a plazos o descuentos adicionales por pronto pago o por volumen.

Descuentos por volumen: Los distribuidores que adquieran grandes cantidades de nuestras prendas podrán beneficiarse de descuentos significativos como ya se mencionó en la sección de descuentos por volumen, lo que les permite maximizar sus márgenes y ayudarnos a expandir nuestra presencia en diferentes mercados.

Exclusividad en diseños o colecciones: Para fortalecer las alianzas comerciales, algunos distribuidores tendrán la posibilidad de adquirir diseños exclusivos o colecciones limitadas lo que les permitirá ofrecer productos diferenciados en sus puntos de venta. Esta estrategia no solo beneficia a nuestros socios comerciales, sino que refuerza el valor de nuestra marca en el mercado.

Con este enfoque integral, Waiblué no solo busca generar ventas también fortalecer relaciones basadas en la lealtad, el respeto mutuo y la promoción de nuestra visión cultural y sostenible. Cada segmento de clientes especiales está diseñado para sentirse parte de la historia y el crecimiento de la marca permitiendo que tanto Waiblué como sus clientes prosperen juntos en un mercado competitivo y en constante evolución.

3.4.3 COSTO DE LA PROMOCIÓN DE LANZAMIENTO

El lanzamiento de Waibblue será completamente virtual lo que nos permitirá maximizar la exposición de la marca a través de canales digitales, manteniendo los costos bajos. Dado que estamos en las primeras etapas, hemos ajustado el presupuesto de promoción para reflejar nuestra realidad como emprendimiento emergente y asegurarnos de que los fondos se inviertan eficientemente.

Los gastos estimados incluyen los siguientes elementos clave:

Campañas en redes sociales: Utilizaremos plataformas como Instagram, TikTok y Facebook para llegar a nuestro público objetivo, con un enfoque en contenido visual atractivo que destaque la herencia cultural Raizal y los valores sostenibles de Waibblue. Iniciaremos con campañas publicitarias de bajo costo dirigidas a un público local y con el uso de técnicas orgánicas como interacciones, concursos y colaboraciones. Además, optimizaremos los anuncios para un alcance eficiente.

Presupuesto estimado: \$800,000 COP

Colaboraciones con microinfluencers: Colaboraremos con microinfluencers locales que compartan nuestra visión de moda sostenible y visibilización cultural. Estos influencers recibirán productos a cambio de contenido promocional en redes sociales, y trabajaremos principalmente con intercambios en especie o pequeños pagos. La estrategia incluye personas con un alto engagement dentro del mercado local.

Presupuesto estimado: \$1,000,000 COP

Material promocional: Aunque no se realizará un evento físico, la creación de contenido visual sigue siendo clave. Esto incluye sesiones de fotos de productos y videos promocionales que capturen la esencia de Waibblue. Este contenido será utilizado en nuestras plataformas digitales y enviado a los influencers para que lo compartan.

Presupuesto estimado: \$700,000 COP

Promociones de lanzamiento y concursos: Para motivar las ventas iniciales, realizaremos concursos y promociones exclusivas en redes sociales como descuentos por tiempo limitado o sorteos de productos lo que generará interacción y atraerá tráfico a nuestra tienda en línea.

Presupuesto estimado: \$500,000 COP

Presupuesto total estimado: \$3,000,000 COP

3.4.3 PROMOCIÓN PARA MOTIVAR LA VENTA

En Waibblue nuestra estrategia promocional busca no solo generar ventas, sino crear una conexión emocional profunda con los clientes, vinculándolos con la cultura Raizal. Esto lo lograremos a través de una serie de tácticas que apelan tanto a la exclusividad como al valor cultural de nuestros productos.

Lanzamiento de colección limitada:

Durante el primer mes de operaciones, lanzaremos una colección exclusiva inspirada en la cultura Raizal la cual estará disponible solo por tiempo limitado. Esta estrategia generará un sentido de urgencia en los clientes, motivándolos a realizar compras tempranas para no perder la oportunidad de adquirir piezas únicas. Al destacar la exclusividad y la autenticidad de los diseños, buscamos que los clientes se sientan parte de algo especial y valioso.

Descuento por primera compra:

Para incentivar la prueba de nuestros productos, ofreceremos un 10% de descuento en la primera compra de cada cliente. Esta táctica tiene el objetivo de romper la barrera de la primera compra, invitando a los consumidores a descubrir la calidad de nuestros productos y, al mismo tiempo, familiarizarse con la historia y el propósito de Waibblue. Una vez que experimenten el valor de la marca, esperamos que se conviertan en clientes recurrentes.

Regalos con la compra:

Los primeros 100 clientes que realicen una compra durante el lanzamiento recibirán un regalo exclusivo: un accesorio artesanal hecho por artesanos Raizales. Cada regalo vendrá acompañado de una tarjeta explicativa que detalla la historia y el significado cultural del accesorio lo que añadirá un valor sentimental a la compra. Esta estrategia no solo recompensará a los primeros compradores, sino que reforzará nuestro compromiso con la preservación y promoción de la cultura Raizal.

Campañas de storytelling:

El storytelling será un pilar fundamental de nuestra promoción. A través de nuestras redes sociales, lanzaremos una serie de videos y publicaciones que cuenten las historias detrás de cada diseño, estampado y prenda. Cada contenido destacará la conexión entre el diseño y las raíces culturales Raizales mostrando el proceso artesanal, los materiales utilizados y la inspiración detrás de cada colección. Al generar una conexión emocional con el público pretendemos que los clientes no solo adquieran una prenda, sino una pieza con significado.

Talleres y experiencias inmersivas:

Durante el mes de lanzamiento, ofreceremos talleres virtuales y experiencias inmersivas sobre la cultura Raizal. Estos talleres estarán disponibles para nuestros clientes y seguidores, brindando una oportunidad única para aprender sobre las tradiciones y técnicas de diseño locales. No solo motivaremos las ventas a través de la interacción directa con los consumidores, sino que consolidaremos la imagen de la marca como un vehículo para el aprecio cultural y el aprendizaje. Estos eventos crearán una comunidad alrededor de Waiblué promoviendo la fidelidad de los clientes. Nuestra estrategia de promoción busca posicionar a Waiblué como una marca que va más allá de la moda convencional, promoviendo la cultura Raizal a través de productos únicos y experiencias significativas. Estas tácticas no solo generarán ventas inmediatas, sino que también crearán una relación de largo plazo con los clientes, fortaleciendo el valor de la marca y su impacto cultural.

3.5 COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD

3.5.1 DEFINIR LAS ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

En Waibblue, la difusión de nuestros productos es una pieza clave para alcanzar a nuestro público objetivo posicionar la marca como un referente en moda sostenible y visibilizar la cultura Raizal. Las estrategias de difusión estarán centradas en el uso de canales digitales, alineados con los valores de autenticidad y sostenibilidad de la marca. Estas son las principales tácticas que emplearemos:

Campañas en redes sociales: Creación de contenido atractivo y storytelling Las redes sociales serán nuestro principal canal de difusión, ya que plataformas como Instagram, TikTok, Facebook y Pinterest cuentan con una alta concentración de usuarios interesados en moda, sostenibilidad y cultura.

Las campañas estarán enfocadas en crear contenido visualmente atractivo que resalte los valores de la marca como la sostenibilidad y la conexión con las raíces Raizales. El uso del storytelling será crucial: cada prenda contará una historia, desde su diseño hasta su fabricación para que el cliente pueda sentir una conexión personal con el producto.

Instagram será nuestra plataforma principal para compartir imágenes profesionales y videos cortos de las colecciones destacando el proceso artesanal detrás de las prendas y su significado cultural. A través de TikTok, buscaremos crear videos dinámicos y virales mostrando el impacto positivo que tiene nuestra marca en la comunidad Raizal.

Además, utilizaremos el formato de reels y stories para interactuar con nuestros seguidores en tiempo real, lanzar preventas y promociones exclusivas y mostrar colaboraciones con influencers y artesanos locales.

Estrategia de embajadores de marca e influencers Colaboraremos con influencers y líderes de opinión que compartan los valores de sostenibilidad y responsabilidad social. Estos embajadores de marca no solo actuarán como promotores, sino que ayudarán a construir confianza en el público lo cual es esencial para una marca emergente como Waibblue.

Los embajadores de marca serán cuidadosamente seleccionados según su nivel de afinidad con los valores de la empresa y su alcance entre audiencias interesadas en moda sostenible y cultura indígena o afrodescendiente. Estas colaboraciones incluirán publicaciones en redes sociales, unboxings de productos, reseñas, y contenido patrocinado que enfatice la conexión emocional con la marca.

También implementaremos colaboraciones específicas para lanzamientos y eventos de la marca, incentivando la participación de los seguidores y creando un sentido de exclusividad en torno a nuestras colecciones limitadas.

Email marketing: Fidelización y promoción personalizada Implementaremos una estrategia de email marketing para mantener a los clientes y suscriptores informados sobre los lanzamientos de colecciones, ofertas exclusivas, contenido cultural y promociones personalizadas.

Esta estrategia se centrará en construir una relación directa con los usuarios mediante newsletters periódicas que incluyan:

Información sobre nuevos productos.

Descuentos exclusivos.

Historias detrás de los diseños y detalles sobre el impacto social de la marca.

Además, utilizaremos la personalización para recomendar productos según el comportamiento de compra y las preferencias del cliente. Al ofrecer contenido relevante y exclusivo, no solo generaremos ventas, sino que fortaleceremos la lealtad de los clientes.

Publicidad pagada (ads): Segmentación precisa y enfoque en resultados Para aumentar la visibilidad de la marca y atraer nuevos clientes, implementaremos una estrategia de publicidad digital pagada en redes sociales y plataformas como Google Ads. Las campañas estarán segmentadas de manera precisa para llegar a audiencias específicas interesadas en moda sostenible, productos artesanales y el comercio ético.

Los anuncios en Facebook e Instagram nos permitirán promocionar nuestras colecciones a públicos interesados en moda ética mientras que los Google Ads nos posicionarán en búsquedas relacionadas con moda sostenible y colecciones artesanales. Usaremos formatos visuales atractivos, como videos cortos y carruseles de imágenes, para captar la atención de los usuarios.

Las métricas clave como el costo por clic (CPC), la tasa de conversión y el retorno de la inversión (ROI) serán monitoreadas constantemente para optimizar el rendimiento de cada campaña y garantizar que el presupuesto sea utilizado de manera eficiente.

Tácticas adicionales: Colaboraciones y alianzas estratégicas Además de las tácticas mencionadas, buscamos establecer alianzas estratégicas con tiendas y plataformas de moda sostenible que compartan nuestros valores. Esto permitirá que Waiblué esté presente en marketplaces éticos y tiendas especializadas que amplíen nuestro alcance sin necesidad de abrir un local físico.

También planeamos participar en eventos y ferias virtuales relacionadas con la moda sostenible y la artesanía, donde podremos presentar nuestras colecciones a un público más amplio y crear conexiones con otros actores de la industria.

3.5.2 MEDIOS Y TÁCTICAS DE COMUNICACIÓN A UTILIZAR

En Waiblué, hemos seleccionado los medios y tácticas de comunicación que mejor se alinean con nuestros valores de sostenibilidad y promoción de la cultura Raizal. Estos canales nos permitirán conectar de manera efectiva con nuestro público objetivo amplificando el mensaje de nuestra marca. Las principales estrategias incluyen:

Redes sociales (Instagram, TikTok, Facebook, Pinterest): Las redes sociales serán nuestro canal principal de comunicación. Nos enfocaremos en crear contenido visualmente atractivo y emocionalmente relevante, utilizando herramientas como reels, publicaciones con imágenes y videos detrás de escenas. Compartiremos historias sobre los artesanos Raizales y el proceso de producción artesanal, mostrando la autenticidad de nuestras prendas. También destacaremos nuestras iniciativas sostenibles y colecciones limitadas, invitando a la interacción a través de sorteos y desafíos relacionados con la moda consciente.

Marketing de contenidos (Storytelling): Para fortalecer la identidad de marca, usaremos estrategias de storytelling a través de blogs, newsletters y publicaciones en redes. Contaremos las historias culturales detrás de cada diseño destacando la relevancia y el simbolismo de los motivos Raizales. Estos contenidos no solo destacarán nuestras colecciones, sino que

ayudarán a sensibilizar al público sobre la importancia de apoyar la moda sostenible y artesanal.

Influencers y embajadores de marca: Colaborar con influencers que compartan nuestros valores es clave para aumentar la visibilidad. Estas figuras compartirán nuestras colecciones con sus seguidores generando tráfico hacia nuestra tienda en línea y reforzando la credibilidad de Waiblu. Los embajadores no solo promocionarán nuestros productos, sino que también contribuirán a difundir los mensajes de sostenibilidad y responsabilidad social que defendemos.

Email marketing: Implementaremos campañas de email marketing dirigidas a nuestros clientes y suscriptores. A través de correos personalizados mantendremos informados a nuestros usuarios sobre promociones exclusivas, lanzamientos de colecciones y eventos virtuales. Esta táctica es crucial para fortalecer la relación con los clientes actuales y fomentar la repetición de compra.

Publicidad digital (Facebook Ads, Instagram Ads, Google Ads): Utilizaremos anuncios pagados en redes sociales y motores de búsqueda para aumentar la visibilidad de la marca. Estos anuncios estarán segmentados para alcanzar audiencias interesadas en moda sostenible y productos éticos. Los formatos incluirán imágenes, carruseles, videos cortos y contenido interactivo asegurando una experiencia visual que resalte los valores de la marca.

3.5.3 COSTOS DE LA ESTRATEGIA A UTILIZAR

Waiblu ha desarrollado una estrategia de comunicación y publicidad que optimiza los recursos, priorizando los canales digitales que ofrecen un alto retorno de inversión con costos moderados. Hemos diseñado un presupuesto detallado que permite maximizar el impacto de nuestras campañas manteniéndonos dentro de los límites de un emprendimiento pequeño. A continuación, se desglosan los costos estimados:

Campañas en redes sociales (anuncios pagos): Para el primer mes del lanzamiento, asignaremos un presupuesto de \$1,000,000 COP. Este monto estará distribuido entre campañas en Instagram, Facebook y TikTok plataformas clave donde se concentra nuestro público objetivo. Estas campañas estarán optimizadas para aumentar el tráfico hacia nuestra

tienda en línea, maximizando la conversión a ventas y segmentadas para alcanzar a usuarios interesados en moda sostenible y productos éticos.

Colaboraciones con influencers: Las colaboraciones con influencers serán fundamentales para amplificar nuestra voz. Para ello, destinaremos \$500,000 COP en compensaciones que variarán según el nivel de influencia (microinfluencers o influencers medianos) y su relación con la sostenibilidad. Esta inversión cubrirá tanto pagos en especie (productos de la marca) como pagos en efectivo, asegurando que nuestras prendas sean promovidas por personas cuyas audiencias comparten los valores de Waiblu.

Email marketing: Para gestionar nuestra base de datos de clientes y suscriptores, utilizaremos una herramienta de email marketing que tiene un costo mensual de \$100,000 COP. Esta plataforma nos permitirá enviar campañas de lanzamiento, promociones y contenido exclusivo de manera automatizada y personalizada fomentando la lealtad y la repetición de compra.

Producción de contenido visual (fotografía y video): La creación de contenido de alta calidad será esencial para transmitir la identidad visual de Waiblu. Destinaremos \$600,000 COP para la producción de fotos y videos profesionales que destaquen los detalles de nuestras colecciones, las historias detrás de cada prenda y el proceso artesanal. Este contenido será clave tanto para las redes sociales como para los anuncios publicitarios.

Publicidad digital (Google Ads y Facebook Ads): Además de la inversión en redes sociales, asignaremos \$300,000 COP a Google Ads. Estos anuncios estarán diseñados para aparecer en búsquedas relevantes relacionadas con moda sostenible, cultura Raizal y productos éticos. Esta táctica nos permitirá captar la atención de usuarios que están activamente buscando productos dentro de nuestro nicho, incrementando el tráfico hacia nuestra tienda virtual y optimizando la conversión.

El costo total estimado para la implementación de nuestra estrategia de comunicación y publicidad durante el primer mes de lanzamiento es de \$2,500,000 COP. Este presupuesto ha sido cuidadosamente distribuido para obtener el mayor impacto posible en términos de visibilidad y captación de clientes, utilizando medios digitales que ofrecen flexibilidad y un alto alcance con inversiones moderadas. Con esta estrategia, confiamos en lograr un posicionamiento sólido en el mercado de moda sostenible y consciente.

3.6 SERVICIOS

Waiblu se compromete a ofrecer un servicio excepcional tanto en la etapa de venta como en el servicio postventa, asegurando que nuestros clientes reciban no solo productos de calidad, sino también la atención y respaldo necesarios para garantizar su satisfacción. Para ello, hemos establecido procedimientos claros para otorgar garantías y servicios postventa, así como mecanismos efectivos de atención al cliente.

3.6.2 Procedimientos para otorgar garantías y servicios post ventas

Con el fin de generar confianza y asegurar la lealtad de nuestros clientes, Waiblu ofrecerá garantías claras y eficientes en todos sus productos, respaldadas por un enfoque de servicio al cliente centrado en la satisfacción del consumidor. Nuestros procedimientos son los siguientes:

Política de devolución: Para brindar tranquilidad a nuestros clientes, permitiremos la devolución de productos dentro de los primeros 30 días naturales a partir de la recepción. Esta política está diseñada para que los clientes puedan evaluar los productos en la comodidad de su hogar. Para que se acepte una devolución, el producto debe estar en su empaque original y sin señales de uso. Las devoluciones se gestionarán a través de nuestro sitio web, donde los clientes deberán completar un formulario sencillo que incluye el motivo de la devolución. Una vez procesada, se enviará una etiqueta de envío prepagada para facilitar el retorno del producto.

Garantía por defectos de fabricación: En el caso de que un producto presente defectos de fabricación, Waiblu se compromete a actuar de manera rápida y eficiente reemplazando el producto sin costo adicional o emitiendo un reembolso completo. Los clientes deberán notificar cualquier defecto dentro de los primeros 60 días posteriores a la compra. Para este proceso, proporcionaremos instrucciones claras para el envío del producto defectuoso a nuestras oficinas cubriendo nosotros los costos de envío. Este enfoque no solo protege al consumidor, sino que también refuerza nuestro compromiso con la calidad y la satisfacción del cliente.

Reparación gratuita de productos: Para aquellos clientes que necesiten reparar productos de Waiblu que presenten defectos menores, como costuras descosidas o botones sueltos ofrecemos un servicio gratuito de reparación durante los primeros seis meses después de la compra. Este servicio se gestionará a través de nuestra plataforma en línea, donde los clientes podrán solicitar la reparación. Al completar la solicitud, recibirán un envío prepago que les permitirá hacernos llegar el producto de forma sencilla y rápida. De este modo fomentamos la sostenibilidad al prolongar la vida útil de nuestros productos y reducir el desperdicio.

Política de reembolsos: Una vez que se haya aceptado una devolución, la empresa procesará el reembolso en un plazo de 5 a 10 días hábiles posteriores a la recepción del producto en nuestras oficinas. Todos los reembolsos se realizarán utilizando el mismo método de pago que el cliente utilizó en su compra inicial garantizando así una experiencia transparente y sin complicaciones. Esta política está diseñada para asegurar que el proceso de reembolso sea ágil y cómodo lo que a su vez contribuirá a la satisfacción general del cliente.

Comunicación continua: Para mantener informados a nuestros clientes sobre el estado de sus devoluciones o reparaciones implementaremos un sistema de notificaciones automáticas. Los clientes recibirán correos electrónicos o mensajes de texto actualizados sobre el progreso de sus solicitudes, lo que les permitirá tener visibilidad en tiempo real del estado de su producto.

Capacitación del personal: Todo el personal encargado de gestionar garantías y servicios postventa recibirá capacitación continua sobre las políticas y procedimientos de la empresa, así como sobre técnicas de atención al cliente. Esto asegurará que todos los empleados estén bien equipados para resolver cualquier inquietud de los clientes de manera efectiva y profesional.

3.6.2 MECANISMOS DE ATENCIÓN A CLIENTES

Para asegurar que nuestros clientes reciban la mejor experiencia posible, hemos desarrollado un sistema de atención al cliente integral y accesible que abarca múltiples canales de comunicación. Este sistema garantiza una respuesta rápida y efectiva a cualquier consulta o problema que nuestros clientes puedan enfrentar (Martinez, 2022). A continuación, se detallan los mecanismos establecidos:

Centro de atención vía chat en vivo: Nuestro sitio web contará con un chat en vivo disponible para que los clientes puedan resolver sus dudas en tiempo real. Este servicio estará operativo de lunes a viernes, de 8:00 am a 6:00 pm. Los clientes recibirán asistencia inmediata por parte de un agente especializado, capacitado para guiarlos en cualquier etapa del proceso de compra o postventa. Este mecanismo no solo permite resolver inquietudes de forma rápida, sino que contribuye a una experiencia de compra más personalizada y satisfactoria.

Correo electrónico de soporte: Para aquellos clientes que prefieran una atención más detallada o que necesiten documentar su consulta dispondremos de una dirección de correo electrónico exclusiva para soporte. Las consultas enviadas a esta dirección recibirán una respuesta en un plazo máximo de 24 horas hábiles. Este canal es ideal para consultas que requieren explicaciones más extensas, envío de documentos o fotos, así como para gestionar solicitudes específicas relacionadas con productos o servicios.

Atención en redes sociales: Dado que nuestras principales plataformas de comunicación son las redes sociales, habilitaremos un sistema de atención a través de mensajes directos en Instagram y Facebook. Este enfoque no solo permite a los clientes recibir respuestas rápidas a preguntas frecuentes sobre productos, procesos de compra y devoluciones, sino que fortalece nuestra presencia en estas plataformas. La atención en redes sociales es fundamental para mantener un diálogo constante con nuestros clientes y construir una comunidad alrededor de la marca.

Sección de preguntas frecuentes (FAQ): Crearemos una sección detallada de preguntas frecuentes en nuestro sitio web donde los clientes podrán encontrar respuestas rápidas a sus inquietudes sobre nuestras políticas de garantía, devoluciones, reparaciones y atención al

cliente. Esta sección estará organizada por temas para facilitar la navegación y se actualizará regularmente con base en las preguntas más comunes y las tendencias de búsqueda de nuestros usuarios. De este modo, los clientes podrán resolver sus dudas sin necesidad de contactar directamente con el soporte.

Encuestas de satisfacción post-compra: Una vez finalizada cada transacción, los clientes recibirán una encuesta de satisfacción para conocer su experiencia de compra. Esta retroalimentación es esencial para identificar áreas de mejora y asegurarnos de que el servicio postventa cumpla con las expectativas. Las encuestas se enviarán de forma automática y se analizarán periódicamente para implementar cambios y mejoras en nuestros procesos y servicios.

Capacitación continua del personal de atención: Todo el equipo encargado de atención al cliente recibirá capacitación continua en habilidades de comunicación, resolución de conflictos y conocimiento profundo de nuestros productos y servicios. Esta formación es clave para que el personal pueda brindar un servicio excepcional y resolver cualquier situación que pueda surgir asegurando una atención al cliente de alta calidad y consistente.

Accesibilidad y adaptabilidad: Nos comprometemos a que todos nuestros canales de atención sean accesibles para todas las personas incluyendo a aquellos con discapacidades. Esto incluye la implementación de tecnologías que faciliten la comunicación, como servicios de texto y herramientas de asistencia garantizando que todos nuestros clientes puedan acceder a la información y recibir la ayuda que necesiten.

Análisis de datos y mejoras continuas: Utilizaremos herramientas de análisis de datos para monitorear las interacciones de los clientes con nuestros canales de atención. Esto nos permitirá identificar patrones, preferencias y áreas de mejora, asegurando que siempre estemos alineados con las necesidades y expectativas de nuestros consumidores

3.7 PRESUPUESTO DE LA MEZCLA DE MERCADOS

PRODUCTO

Los costos relacionados con la estrategia de producto incluyen:

Costos Fijos: Salario de confeccionistas y artesano, espacio de trabajo, herramientas y software.

Salario de confeccionistas: \$1,600,000 COP

Salario de artesano manual: \$1,000,000 COP

Espacio de trabajo: \$0

Software o herramientas: \$200,000 COP

Total Costos Fijos Producto: \$2,800,000 COP

Costos Variables: Materiales, mano de obra y empaque por unidad.

Materiales: \$105,000 COP

Mano de obra: \$50,000 COP

Empaque: \$12,000 COP

Total Costos Variables por unidad: \$167,000 COP

Precio

Los precios de venta son cruciales para la estrategia de precios y se detallan como:

Vestidos de baño: \$380,000 COP

Pantalinetas: \$250,000 COP

Set: \$420,000 COP

Camisas: \$200,000 COP

Salidas de baño: \$350,000 COP

Pantalones: \$270,000 COP

Tops: \$180,000 COP

Vestidos: \$440,000 COP

Faldas: \$230,000 COP

Accesorios: \$180,000 COP

Bolsos: \$320,000 COP

PLAZA

Los costos asociados con la estrategia de Plaza incluyen:

Costos de logística y distribución:

Envío y manejo: Estimación de \$15,000 COP por unidad (considerando que se espera vender un promedio de 100 unidades al mes).

Total envío mensual: \$1,500,000 COP

Costos de almacenamiento: Alquiler de un pequeño espacio de almacenamiento: \$300,000 COP al mes.

Plataforma de venta:

Mantenimiento del sitio web: Hosting y dominio: \$150,000 COP al mes.

Tarifas de transacción: Aproximadamente 2% sobre el total de las ventas (si se estima vender \$10,000,000 COP al mes, esto sería \$200,000 COP).

Marketing en la plataforma: Publicidad en redes sociales enfocada en la promoción de productos a través del sitio web: \$400,000 COP al mes.

Total Costos de Plaza

Total Costos Logística: \$1,500,000 COP

Almacenamiento: \$300,000 COP

Mantenimiento del sitio web: \$150,000 COP

Tarifas de transacción: \$200,000 COP

Marketing en la plataforma: \$400,000 COP

Total Costos de Plaza: \$2,550,000 COP

PROMOCIÓN

Los costos asociados con la estrategia de promoción son:

Campañas en redes sociales: \$1,000,000 COP

Colaboraciones con influencers: \$500,000 COP

Email marketing: \$100,000 COP

Producción de contenido visual: \$600,000 COP

Publicidad digital: \$300,000 COP

Total Costos de Promoción: \$2,500,000 COP

3.8 ESTRATEGIA DE APROVISIONAMIENTO DE MATERIAS PRIMAS

3.8.1 FORMAS DE APROVISIONAMIENTO

En Waibblue, nos comprometemos a establecer relaciones sólidas y sostenibles con proveedores que valoren la calidad y la diversidad cultural, en línea con nuestra misión de visibilizar la cultura Raizal a través de la moda. Las formas de aprovisionamiento incluirán:

Proveedores locales: Buscamos colaborar estrechamente con artesanos y productores de la región quienes no solo proveen materias primas, sino que representan el rico patrimonio cultural que queremos transmitir a través de nuestros productos. Al trabajar con estos proveedores, aseguramos que cada elemento utilizado en nuestras creaciones refleje la autenticidad de la herencia Raizal. Este enfoque no solo promueve la economía local también fortalece la identidad cultural al incorporar técnicas y materiales tradicionales en nuestros diseños.

Además, al priorizar a los proveedores locales, reducimos nuestra huella de carbono al disminuir el transporte de materias primas desde distancias largas contribuyendo así a nuestra visión de sostenibilidad. La creación de alianzas con estos productores permitirá a Waibblue no solo acceder a materiales únicos y de alta calidad, sino también fomentar un sentido de comunidad y colaboración que beneficiará a todos los involucrados.

Compras directas: Implementaremos un sistema de compras directas que nos permitirá asegurar la calidad y el origen de los materiales. Este enfoque nos otorga mayor control sobre la cadena de suministro, garantizando que cada materia prima adquirida cumpla con nuestros estándares de calidad y sostenibilidad. Al eliminar intermediarios podremos trabajar directamente con nuestros proveedores, lo que nos permitirá negociar condiciones más justas y favorables.

Además, las compras directas facilitan la trazabilidad de los materiales, lo que significa que podremos informar a nuestros clientes sobre el origen de sus productos, aumentando así la transparencia y la confianza en nuestra marca. Esta práctica no solo asegura la autenticidad de cada producto, sino que fortalece el vínculo entre Waibblue y su comunidad, al dar voz a quienes fabrican los materiales que utilizamos.

3.8.2 PRECIOS DE ADQUISICIÓN

Los precios de adquisición de nuestras materias primas se establecerán considerando la sostenibilidad, la calidad y el impacto en la comunidad local. En Waiblué, entendemos que el costo de los materiales es un factor clave para nuestra operativa, pero también reconocemos la importancia de invertir en prácticas que respeten el medio ambiente y la cultura que nos rodea. Por lo tanto, buscamos precios competitivos que permitan mantener un equilibrio entre la rentabilidad y la inversión en la comunidad local.

Para ello, implementaremos una estrategia de investigación de mercado que nos permita identificar proveedores que ofrezcan precios justos, sin comprometer la calidad de los productos. Creemos que es fundamental colaborar con aquellos que comparten nuestros valores y que, al mismo tiempo proporcionan materiales de alta calidad que reflejan la herencia Raizal.

3.8.3 ESTIMACIÓN DE COSTOS

Telar y algodón orgánico: Estos materiales son esenciales para nuestras creaciones y representan el compromiso de Waiblué con la sostenibilidad. El telar, utilizado en técnicas tradicionales de tejido, tiene un costo estimado de \$50,000 COP por metro. Este precio refleja la calidad y el esfuerzo artesanal que implica su producción, así como el valor de la mano de obra local que interviene en el proceso. Al optar por algodón orgánico, no solo garantizamos un producto de calidad, sino que apoyamos prácticas agrícolas sostenibles que benefician al medio ambiente.

Tintes naturales: La elección de tintes naturales es otro aspecto crucial de nuestra propuesta de valor, ya que nos permite ofrecer productos no solo estéticamente atractivos, sino seguros para la salud y el medio ambiente. El costo estimado de \$30,000 COP por litro para los tintes naturales se justifica por el proceso laborioso de extracción y preparación de estos materiales. Además, al utilizar tintes derivados de fuentes naturales promovemos un enfoque ético que respeta la biodiversidad y minimiza el uso de productos químicos dañinos.

Al definir nuestros precios de adquisición, también consideraremos la posibilidad de negociar acuerdos a largo plazo con nuestros proveedores. Esto no solo nos permitirá obtener precios más favorables, sino que fortalecerá nuestras relaciones comerciales fomentando un ecosistema de apoyo mutuo. A través de esta colaboración, aspiramos a crear un impacto positivo en la economía local, ayudando a la sostenibilidad de las comunidades con las que trabajamos.

3.9 PROYECCIÓN DE VENTAS

MÉTODO UTILIZADO PARA LA PROYECCIÓN DE VENTAS

La proyección de ventas de Waiblu se fundamenta en un enfoque metodológico que combina un análisis exhaustivo del mercado con una comprensión profunda de la cultura Raizal, que la marca busca visibilizar y celebrar. Este método no se limita a los datos numéricos, sino que integra aspectos cualitativos como las preferencias de los consumidores y las tendencias culturales emergentes.

Investigación de Mercado: Realizaremos un estudio profundo del comportamiento del consumidor, enfocado en la moda sostenible y la cultura local. A través de encuestas y entrevistas, recopilaremos información sobre las necesidades y deseos de nuestros clientes asegurándonos de que nuestros productos no solo satisfagan sus expectativas, sino que reflejen su estilo de vida y raíces culturales.

Análisis de la Competencia y Benchmarking: Evaluaremos el desempeño de competidores en el mercado de la moda sostenible, identificando sus estrategias de precios, los productos más populares y sus enfoques de marketing. Este análisis permitirá que Waiblu se posicione competitivamente y adapte su oferta a las demandas del mercado, sin perder de vista su compromiso con la sostenibilidad y la diversidad cultural.

Estimaciones Basadas en Datos Históricos: Utilizaremos datos de ventas previas (cuando estén disponibles) y estimaciones de demanda para productos similares en el mercado. Esto

facilitará el establecimiento de expectativas realistas sobre nuestras proyecciones de ventas alineadas con nuestra misión de ofrecer productos que celebren la diversidad cultural.

Este enfoque integral asegura que nuestras proyecciones reflejen no solo la realidad del mercado, sino también la esencia de nuestra misión y visión, ayudándonos a tomar decisiones informadas en la planificación de producción y en el desarrollo de estrategias de marketing.

POLÍTICA DE CARTERA

La política de cartera de Waiblué está diseñada para fomentar relaciones comerciales sólidas y sostenibles con nuestros clientes, mientras garantizamos un flujo de efectivo saludable para la empresa. Implementaremos varias estrategias clave:

Condiciones de Pago Flexibles: Ofreceremos opciones de pago adaptadas a las capacidades de nuestros clientes. Esto incluye la posibilidad de pagos a plazos para compras más grandes, permitiendo que los consumidores accedan a nuestros productos sin comprometer su estabilidad financiera.

Descuentos por Pronto Pago: Incentivaremos a los clientes a realizar pagos anticipados mediante descuentos atractivos. Esta práctica no solo mejorará nuestro flujo de caja, sino que fortalecerá la lealtad hacia nuestra marca promoviendo un sentido de comunidad y pertenencia.

Seguimiento Proactivo: Implementaremos un sistema de seguimiento para garantizar que nuestros clientes estén satisfechos con sus compras y dispuestos a regresar. Este enfoque nos permitirá ajustar nuestras ofertas y mejorar continuamente la experiencia del cliente.

Educación del Cliente: Promoveremos la educación sobre los beneficios de la moda sostenible y la cultura Raizal, ayudando a nuestros clientes a apreciar el valor de invertir en productos que no solo son estéticamente atractivos, sino que también tienen un impacto positivo en el medio ambiente y en la comunidad local.

PROYECCIÓN DE VENTAS

La proyección de ventas se basará en la definición de cantidades de ventas por período, calculadas en función de la estrategia de precios y las proyecciones de unidades vendidas. A continuación, se presentan las estimaciones de ventas para cada producto en el primer año, junto con sus precios y los ingresos proyectados:

Producto	Precio Unitario (COP)	Cantidad Proyectada (unidades)	Ingresos Proyectados (COP)	Posición Arancelaria
Vestidos de baño	\$380,000	150	\$57,000,000	No aplica
Pantalonetas	\$250,000	100	\$25,000,000	No aplica
Set	\$420,000	80	\$33,600,000	No aplica
Camisas	\$200,000	200	\$40,000,000	No aplica
Salidas de baño	\$350,000	120	\$42,000,000	No aplica
Pantalones	\$270,000	90	\$24,300,000	No aplica
Tops	\$180,000	100	\$18,000,000	No aplica
Vestidos	\$440,000	75	\$33,000,000	No aplica
Faldas	\$230,000	60	\$13,800,000	No aplica
Accesorios	\$180,000	150	\$27,000,000	No aplica
Bolsos	\$320,000	100	\$32,000,000	No aplica

Tabla 7. Proyección de ventas

Fuente: propia.

Ingreso Total Proyectado: \$392,700,000 COP


Esta proyección se fundamenta en un análisis exhaustivo de la demanda esperada para cada tipo de producto, considerando factores como la estacionalidad y las tendencias emergentes en la moda sostenible. A medida que ajustemos nuestras ofertas y estrategias de marketing, estas proyecciones serán revisadas periódicamente para reflejar la realidad del mercado.

Con esta proyección de ventas, Waiblu no solo busca generar ingresos, sino que desea establecer una conexión significativa con su comunidad. Al ofrecer productos de moda sostenible y al implementar políticas de cartera inclusivas, estamos creando un ciclo de valor que beneficia tanto a nuestros clientes como a nuestra empresa. A medida que avancemos, nuestro compromiso con la calidad y la sostenibilidad nos posicionará favorablemente en un mercado en constante evolución reafirmando nuestra misión de ser un faro de celebración y aprecio por la diversidad cultural.

4. MÓDULO OPERATIVO.

4.1 OPERACIÓN

FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO


Ficha técnica Vestidos de baño	
	
Imagen referencial	
Capacidad: Los vestidos de baño de Waiblue están diseñados para ajustarse cómodamente a una amplia variedad de tipos de cuerpo. Están disponibles en un rango de tallas, desde XS (pequeña) hasta XL (extra grande), asegurando que todos los clientes encuentren una opción que se adapte a sus necesidades. La inclusión de diferentes tallas refleja el compromiso de la marca con la diversidad y la inclusión.	Cualidades: Cada vestido de baño destaca por su resistencia al agua y su capacidad de secado rápido lo que los hace ideales para actividades acuáticas y días de playa. La elasticidad de los materiales permite una mayor libertad de movimiento haciendo que sean cómodos para nadar, jugar y disfrutar del sol. Estas cualidades son fundamentales para brindar a los usuarios una experiencia placentera y funcional.

<p>Diseño: Los diseños de los vestidos de baño son una fusión de modernidad y tradición incorporando estampados que reflejan la rica cultura Raizal. Cada diseño cuenta una historia, utilizando motivos y colores que evocan la identidad cultural de la comunidad. La versatilidad del diseño permite que estos vestidos sean adecuados no solo para la playa, sino también para eventos casuales lo que los convierte en una prenda esencial en el armario.</p>	<p>Tamaño: La longitud de los vestidos varía desde estilos cortos que son ideales para un look fresco y ligero, hasta diseños midi que ofrecen un toque más elegante y sofisticado. Esta variedad en tamaño y estilo permite a los clientes elegir la opción que mejor se adapte a sus preferencias personales y ocasiones específicas.</p>
<p>Tecnología: Waiblue utiliza tecnología de telas sostenibles en la producción de sus vestidos de baño. Esto incluye el uso de materiales reciclados, lo que no solo minimiza el impacto ambiental, sino que también asegura una mayor durabilidad del producto. La tecnología aplicada garantiza que las prendas mantengan su forma y color a lo largo del tiempo, incluso con el uso frecuente.</p>	<p>Características fisicoquímicas: La composición de las telas incluye poliéster reciclado que es resistente al cloro y proporciona protección UV. Estas características fisicoquímicas no solo mejoran la durabilidad de los vestidos de baño, sino que también brindan a los usuarios una capa adicional de protección contra los daños causados por la exposición al sol y el cloro de las piscinas.</p>
<p>Condiciones climáticas: Los vestidos de baño están diseñados para su uso en climas cálidos y húmedos, donde se busca frescura y comodidad. Gracias a la transpirabilidad de los materiales, estos vestidos ayudan a mantener la piel fresca, lo que es esencial durante días calurosos en la playa o junto a la piscina.</p>	<p>Factores ambientales: Waiblue se compromete a producir sus prendas bajo condiciones que minimizan el impacto ambiental. Esto incluye prácticas de producción responsables, que aseguran que cada vestido de baño se fabrique con un enfoque en la sostenibilidad, desde la</p>

	selección de materiales hasta el proceso de fabricación.
Características de empaque: Se utilizan tulas como empaque, que son prácticas, reutilizables y alineadas con la filosofía de sostenibilidad de Waiblu. Este empaque no solo facilita el transporte de las prendas, sino que también refleja la herencia Raizal y promueve la conexión cultural, fortaleciendo la experiencia del consumidor.	Almacenaje: Para garantizar la longevidad de los vestidos de baño, se recomienda almacenarlos en un lugar seco y fresco, evitando la exposición directa al sol durante períodos prolongados. Esto ayuda a preservar la calidad de los colores y tejidos, asegurando que los vestidos mantengan su aspecto vibrante y nuevo incluso después de múltiples usos.

Tabla 8. Ficha técnica Vestidos de baño.

Fuente: Propia.

Ficha técnica Pantalinetas	
	
Imagen referencial	
Capacidad: Las pantalonetas de Waiblu están diseñadas para adaptarse a diferentes tipos de cuerpo, ofreciendo una variedad de tallas que van desde XS (pequeña) hasta XL (extra grande). Esta diversidad de tallas	Cualidades: Las pantalonetas son altamente funcionales, con características como resistencia al agua, secado rápido y elasticidad. Estos atributos las hacen ideales para actividades acuáticas y deportes al aire

<p>asegura que todos los usuarios puedan disfrutar de la comodidad y estilo que ofrecen las pantalonetas.</p>	<p>libre, proporcionando comodidad y libertad de movimiento, lo que es esencial para quienes disfrutan de un estilo de vida activo.</p>
<p>Diseño: El diseño de las pantalonetas combina estética y funcionalidad. Con estampados vibrantes que representan la cultura Raizal, cada prenda cuenta una historia, integrando elementos tradicionales y contemporáneos. Los cortes modernos aseguran un ajuste cómodo, haciéndolas adecuadas tanto para la playa como para uso casual.</p>	<p>Tamaño: Las pantalonetas se ofrecen en una variedad de longitudes, desde modelos cortos que son ideales para el sol hasta versiones más largas que ofrecen mayor cobertura. Esta gama de tamaños permite a los usuarios elegir según su preferencia y comodidad personal.</p>
<p>Tecnología: Waiblu utiliza tecnología de telas sostenibles y resistentes al agua en la producción de sus pantalonetas. Este enfoque no solo minimiza el impacto ambiental, sino que también asegura que las prendas sean duraderas y mantengan su forma y color a lo largo del tiempo, incluso después de múltiples lavados y exposiciones al sol.</p>	<p>Características fisicoquímicas: La composición de las pantalonetas incluye materiales que ofrecen protección UV y son resistentes al cloro, lo que las hace ideales para su uso en piscinas y playas. Estas características fisicoquímicas son esenciales para proteger la piel del usuario mientras disfrutan de actividades al aire libre.</p>
<p>Condiciones climáticas: Diseñadas para climas cálidos y húmedos, las pantalonetas son transpirables y cómodas, lo que permite a los usuarios disfrutar de una experiencia fresca y cómoda en días soleados. Su diseño facilita la circulación de aire, ayudando a regular la temperatura corporal durante actividades al aire libre</p>	<p>Factores ambientales: La producción de las pantalonetas se lleva a cabo siguiendo prácticas sostenibles que reducen el impacto ambiental. Waiblu se compromete a utilizar materiales reciclados y a implementar procesos de fabricación responsables, lo que contribuye a la preservación del entorno natural.</p>

<p>Características de empaque: Se utilizan tulas como empaque, que son prácticas, reutilizables y alineadas con la filosofía de sostenibilidad de Waiblué. Este empaque no solo facilita el transporte de las prendas, sino que también refleja la herencia Raizal y promueve la conexión cultural, fortaleciendo la experiencia del consumidor.</p>	<p>Almacenaje: Para preservar la calidad de las pantalonetas, se recomienda almacenarlas en un lugar fresco y seco, lejos de la luz solar directa. Este cuidado ayuda a mantener los colores vibrantes y la integridad de los tejidos, asegurando que las prendas se vean y sientan nuevas durante más tiempo.</p>
---	---

Tabla 9. Ficha técnica Pantalónetas.

Fuente: Propia.

Ficha técnica Set



Imagen referencial

<p>Capacidad: El Set incluye múltiples prendas que permiten una variedad de combinaciones, adecuándose a las preferencias y estilos individuales de los usuarios. Esto facilita la creación de looks completos para diferentes ocasiones, desde un día de playa hasta una salida casual.</p>	<p>Cualidades: Fabricados con materiales ligeros y cómodos, estos sets ofrecen versatilidad y un estilo fresco. Son ideales para la moda de playa, garantizando comodidad y libertad de movimiento durante actividades al aire libre.</p>
<p>Diseño: El diseño del Set incorpora elementos visuales y patrones que reflejan la cultura Raizal, fusionando tradición y modernidad. Cada estampado cuenta una historia, permitiendo a los usuarios expresar su identidad cultural a través de la moda.</p>	<p>Tamaño: Disponibles en tallas que van desde XS (extra pequeña) hasta XXL (doble extra grande), el Set está diseñado para adaptarse a una amplia gama de tipos de cuerpo y preferencias de ajuste.</p>
<p>Tecnología: Utiliza tecnologías avanzadas en el tratamiento de las telas, asegurando que sean resistentes al agua, de secado rápido y</p>	<p>Características físicoquímicas: Los materiales empleados son hipoalergénicos y ofrecen protección UV, brindando seguridad</p>

transpirables. Esto permite que el set se mantenga en óptimas condiciones durante su uso en ambientes húmedos y soleados.	y confort a la piel de los usuarios, incluso en condiciones climáticas extremas.
Condiciones climáticas: Diseñado para climas cálidos y tropicales, el Set es ideal para ser usado durante el verano, ofreciendo frescura y comodidad incluso en días calurosos. Su capacidad de secado rápido lo convierte en una opción perfecta para actividades en la playa o la piscina.	Factores ambientales: El proceso de fabricación se realiza respetando el medio ambiente, utilizando materiales reciclables y prácticas sostenibles. Esto garantiza un menor impacto ambiental y promueve la responsabilidad social de la marca.
Características de empaque: El Set se presenta en una práctica tula reutilizable, que no solo facilita el transporte de las prendas, sino que también está diseñada para reflejar la herencia Raizal. Este empaque refuerza la conexión cultural del producto, promoviendo el respeto por el medio ambiente y la sostenibilidad.	Almacenaje: Se recomienda guardar el Set en un lugar fresco y seco, preferiblemente en su tula, para proteger las prendas de la humedad y la luz solar directa, manteniendo así la calidad y los colores vibrantes del diseño.

Tabla 10. Ficha técnica Set.

Fuente: Propia.

Ficha técnica Camisas



Imagen referencial

<p>Capacidad: Las Camisas de Waiblue están diseñadas para ser versátiles y adaptables, permitiendo a los usuarios combinarlas con diferentes prendas. Cada Camisa puede ser utilizada tanto para actividades de playa como para el uso diario, facilitando la creación de looks cómodos y frescos.</p>	<p>Cualidades: Confeccionadas en tejidos suaves y transpirables, estas Camisas ofrecen comodidad durante todo el día. Su diseño incluye detalles que aseguran una buena caída y ajuste, realzando la figura sin comprometer la movilidad.</p>
<p>Diseño: Las Camisas incorporan estampados y gráficos que representan la cultura Raizal, utilizando colores vibrantes y patrones inspirados en la naturaleza y tradiciones locales. Cada diseño cuenta una historia, permitiendo a los usuarios expresar su conexión con la cultura a través de la moda.</p>	<p>Tamaño: Disponibles en tallas que van desde XS hasta XXL, las Camisas están pensadas para ajustarse a una variedad de cuerpos y preferencias, asegurando que todos puedan disfrutar de la comodidad y el estilo.</p>
<p>Tecnología: Se emplean técnicas de impresión de alta calidad que garantizan durabilidad y resistencia a los lavados, asegurando que los colores y diseños se mantengan vibrantes a lo largo del tiempo.</p>	<p>Características fisicoquímicas: Las Camisas son hipoalergénicas y están tratadas para resistir el desgaste por el sol y la humedad, lo que las convierte en una opción ideal para climas cálidos. Además, los</p>

	materiales utilizados permiten una adecuada transpiración, evitando la acumulación de calor.
Condiciones climáticas: Diseñadas para ser usadas en climas cálidos y húmedos, las Camisas son perfectas para actividades al aire libre, garantizando comodidad y frescura durante el uso en playas o paseos.	Factores ambientales: La producción de estas Camisas se realiza siguiendo estándares de sostenibilidad, utilizando materiales ecológicos y procesos que minimizan el impacto ambiental. Esto refuerza el compromiso de Waibblue con la moda responsable.
Características de empaque: Cada camisa se entrega en una tula reutilizable, que no solo sirve para el transporte, sino que también es una representación de la herencia cultural Raizal. Este enfoque en el empaque destaca la importancia de la sostenibilidad y el respeto por el medio ambiente, alineándose con la misión de la marca.	Almacenaje: Se sugiere guardar las Camisas en un lugar seco y fresco, preferiblemente en su tula, para preservar la calidad del tejido y los estampados, evitando la exposición a la luz solar directa que pueda afectar los colores.

Tabla 11. Ficha técnica Camisas.

Fuente: Propia.

Ficha técnica Salidas de baño



Imagen referencial

<p>Capacidad: Las salidas de baño están diseñadas para cubrir adecuadamente el traje de baño o la ropa de playa, ofreciendo comodidad y estilo al mismo tiempo. Su capacidad de cobertura permite que los usuarios se sientan seguros y cómodos al usarlas sobre la ropa de baño o en actividades en la playa.</p>	<p>Cualidades: Confeccionadas con tejidos suaves y ligeros, estas salidas de baño son ideales para climas cálidos. Además, cuentan con propiedades de secado rápido, lo que permite a los usuarios sentirse frescos después de salir del agua.</p>
<p>Diseño: Inspiradas en la cultura Raizal, las salidas de baño presentan estampados coloridos y patrones que reflejan la rica herencia cultural. Su diseño es elegante y funcional, permitiendo un fácil deslizamiento sobre la ropa de baño.</p>	<p>Tamaño: Disponibles en una variedad de tallas, que van desde XS hasta XXL, las salidas de baño están diseñadas para ajustarse a diferentes tipos de cuerpo, garantizando que todos los usuarios puedan disfrutar de su estilo y comodidad.</p>
<p>Tecnología: Utilizan técnicas de confección avanzadas que aseguran la durabilidad del</p>	<p>Características fisicoquímicas: Los materiales de las salidas de baño son</p>

<p>producto, evitando el desgaste por el uso frecuente. Los acabados son de alta calidad, lo que garantiza que las costuras y los bordes se mantengan intactos.</p>	<p>hipoalergénicos y tratados para resistir el cloro y la sal del mar, protegiendo el tejido y asegurando que mantenga su forma y color con el tiempo.</p>
<p>Condiciones climáticas: Diseñadas específicamente para climas cálidos y húmedos, las salidas de baño son perfectas para actividades al aire libre, asegurando que los usuarios se mantengan cómodos y frescos, incluso bajo el sol intenso.</p>	<p>Factores ambientales: La producción de las salidas de baño sigue prácticas sostenibles, utilizando materiales ecológicos y procesos de fabricación que reducen el impacto ambiental. Esto refleja el compromiso de Waiblue con la sostenibilidad y la responsabilidad social.</p>
<p>Características de empaque: Al igual que otros productos de la marca, las salidas de baño se entregan en una tula reutilizable. Este empaque no solo es funcional, sino que también representa la herencia Raizal, promoviendo la conexión con la cultura local y la sostenibilidad.</p>	<p>Almacenaje: Se recomienda almacenar las salidas de baño en un lugar fresco y seco, evitando la exposición prolongada al sol para preservar la calidad del tejido y los estampados. Guardarlas en su tula ayuda a mantenerlas en buen estado.</p>

Tabla 12. Ficha técnica Salidas de baño.

Fuente: Propia.

Ficha técnica Pantalones



Imagen referencial

Capacidad: Los pantalones están diseñados para ofrecer comodidad y libertad de movimiento, permitiendo que los usuarios los usen tanto en la playa como en actividades cotidianas. Su capacidad para ajustarse a diferentes contextos hace que sean versátiles y prácticos.

Diseño: Con un enfoque en la cultura Raizal, los pantalones presentan cortes modernos y estampados que reflejan la herencia cultural. Su diseño puede incluir detalles como bolsillos funcionales y cintura ajustable para mayor confort.

Tecnología: Utilizan técnicas de confección avanzadas para asegurar una larga duración. Las costuras son reforzadas, y los acabados

Tamaño: Disponibles en diversas tallas, desde la 6 hasta 14, los pantalones están diseñados para adaptarse a diferentes tipos de cuerpo, garantizando que cada usuario encuentre su ajuste perfecto.

Características fisicoquímicas: Los materiales son hipoalergénicos y tratados para ser resistentes al agua y a la sal, lo que los convierte en una opción ideal para

están diseñados para prevenir el desgarro y el desgaste.	actividades acuáticas y para el uso en la playa.
Condiciones climáticas: Ideales para climas cálidos y húmedos, los pantalones están diseñados para mantener la frescura del usuario durante el uso prolongado bajo el sol. Su transpirabilidad garantiza que no se acumule humedad.	Factores ambientales: La producción de los pantalones se realiza siguiendo prácticas sostenibles, utilizando materiales que minimizan el impacto ambiental. Esto refleja el compromiso de Waiblué con la sostenibilidad y el apoyo a la comunidad local.
Características de empaque: Al igual que otros productos de la marca, los pantalones se entregan en una tula reutilizable que refleja la herencia Raizal. Este empaque funcional promueve la sostenibilidad y resalta la conexión cultural.	Almacenaje: Se recomienda almacenar los pantalones en un lugar fresco y seco, doblándolos adecuadamente para evitar arrugas. Guardarlos en su tula ayuda a mantener su calidad y a evitar la exposición prolongada al sol.

Tabla 13. Ficha técnica Pantalones.

Fuente: Propia.

Ficha técnica Tops



Imagen referencial

<p>Capacidad: Los tops están diseñados para ofrecer comodidad y estilo, adecuados para diversas actividades, desde días de playa hasta salidas informales. Su capacidad de adaptación a diferentes estilos los hace versátiles en cualquier guardarropa.</p>	<p>Cualidades: Fabricados con materiales suaves y transpirables, los tops garantizan comodidad y frescura. Poseen propiedades de secado rápido y resistencia a la decoloración, asegurando que mantengan su apariencia incluso después de múltiples lavados.</p>
<p>Diseño: Con un enfoque en la cultura Raizal, los tops pueden presentar estampados vibrantes y detalles inspirados en elementos culturales. Su diseño incluye opciones de tirantes ajustables o mangas cortas para mayor comodidad y ajuste personalizable.</p>	<p>Tamaño: Disponibles en una variedad de tallas, desde XS hasta XXL, los tops están diseñados para adaptarse a diferentes tipos de cuerpo, brindando opciones inclusivas para todos los usuarios.</p>

<p>Tecnología: La confección utiliza técnicas modernas que aseguran costuras duraderas y un ajuste adecuado. Algunos tops pueden incluir tecnología de control de humedad para mayor comodidad durante el uso.</p>	<p>Características fisicoquímicas: Los materiales utilizados son hipoalergénicos y están tratados para resistir el agua y la sal, lo que los hace ideales para el uso en entornos de playa y actividades acuáticas.</p>
<p>Condiciones climáticas: Ideales para climas cálidos y húmedos, los tops están diseñados para permitir la circulación del aire, manteniendo al usuario fresco y cómodo durante todo el día.</p>	<p>Factores ambientales: La producción de los tops sigue prácticas sostenibles, utilizando materiales que minimizan el impacto ambiental. Esta característica refleja el compromiso de Waiblue con la sostenibilidad y la preservación cultural.</p>
<p>Características de empaque: Al igual que otros productos de la marca, los tops se entregan en una tula reutilizable que resalta la herencia Raizal. Este empaque promueve la sostenibilidad y proporciona una conexión cultural significativa.</p>	<p>Almacenaje: Se recomienda almacenar los tops en un lugar fresco y seco, doblándolos adecuadamente o colgándolos para evitar arrugas. Guardarlos en su tula ayuda a mantener su calidad y evita la exposición prolongada al sol.</p>

Tabla 14. Ficha técnica Tops.

Fuente: Propia.

Ficha técnica Vestidos



Imagen referencial

<p>Capacidad: Los vestidos están diseñados para ofrecer una cobertura completa, proporcionando comodidad y elegancia. Su capacidad de adaptación a diferentes ocasiones los convierte en una opción versátil, adecuada tanto para un día en la playa como para eventos informales.</p>	<p>Cualidades: Elaborados con telas ligeras y transpirables, los vestidos garantizan comodidad incluso en climas cálidos. Además, cuentan con propiedades de secado rápido, lo que los hace ideales para el uso después de nadar o en días de alta humedad.</p>
<p>Diseño: Los vestidos incorporan elementos culturales Raizales, presentando estampados y cortes que resaltan la identidad cultural. Están disponibles en diversas siluetas, como maxi, midi y mini permitiendo a las usuarias elegir según su estilo personal.</p>	<p>Tamaño: Ofrecen una variedad de tallas que van desde XS hasta XXL, asegurando una inclusividad en el diseño que se adapta a diferentes tipos de cuerpo, brindando comodidad y confianza a todas las usuarias.</p>
<p>Tecnología: La confección de los vestidos utiliza técnicas modernas de costura que</p>	<p>Características fisicoquímicas: Los materiales son hipoalergénicos y tratados</p>

aseguran durabilidad y un ajuste perfecto. Algunos modelos pueden incluir tecnología antiarrugas, facilitando su mantenimiento y uso.	para resistir el agua y la sal, permitiendo que los vestidos mantengan su forma y color incluso en condiciones de alta exposición al sol y al agua.
Condiciones climáticas: Diseñados para ser utilizados en climas cálidos y húmedos, los vestidos permiten la circulación del aire, lo que asegura que la usuaria se sienta fresca y cómoda durante todo el día.	Factores ambientales: La producción de estos vestidos se alinea con prácticas sostenibles, utilizando materiales que minimizan el impacto ambiental y apoyan la conservación de la cultura Raizal.
Características de empaque: Al igual que otros productos de la marca, los vestidos se entregan en una tula reutilizable que resalta la herencia Raizal, promoviendo la sostenibilidad y la conexión cultural.	Almacenaje: Se recomienda guardar los vestidos en un lugar fresco y seco, colgados para evitar arrugas y conservar su forma. Utilizar la tula proporcionada no solo facilita el almacenamiento, sino que también protege las prendas de la luz directa.

Tabla 15. Ficha técnica Vestidos.

Fuente: Propia.

Ficha técnica Faldas




Imagen referencial

<p>Capacidad: Las faldas están diseñadas para proporcionar libertad de movimiento, adaptándose a diferentes actividades, desde un día de playa hasta un evento social. Su capacidad de estilo las hace perfectas para combinar con diversas prendas y accesorios.</p>	<p>Cualidades: Elaboradas con tejidos suaves y ligeros, las faldas ofrecen comodidad y frescura, ideales para climas cálidos. Muchas de ellas cuentan con propiedades de resistencia al agua y al sol, asegurando que mantengan su color y forma.</p>
<p>Diseño: Las faldas presentan diseños que integran patrones y colores representativos de la cultura Raizal, incluyendo cortes variados como A-line, maxi y midi. Este enfoque permite a las usuarias expresar su estilo personal mientras se conectan con su herencia cultural.</p>	<p>Tamaño: Disponibles en tallas que van desde XS hasta XXL, las faldas están diseñadas para adaptarse a diferentes tipos de cuerpo, asegurando que cada mujer encuentre la opción perfecta para su figura y comodidad.</p>
<p>Tecnología: La confección de las faldas utiliza técnicas de costura modernas que garantizan durabilidad y un ajuste perfecto. Algunas pueden incluir tecnología antiarrugas, facilitando el cuidado y mantenimiento.</p>	<p>Características fisicoquímicas: Los materiales son hipoalergénicos y tratados para resistir el agua y la sal, lo que las hace ideales para el uso en la playa y prolongadas exposiciones al sol.</p>

<p>Condiciones climáticas: Diseñadas para climas cálidos y húmedos, las faldas permiten la circulación de aire, lo que ayuda a mantener fresca y comodidad durante todo el día.</p>	<p>Factores ambientales: La producción de estas faldas se alinea con prácticas sostenibles, utilizando materiales que minimizan el impacto ambiental y apoyan la conservación de la cultura Raizal.</p>
<p>Características de empaque: Al igual que otros productos de la marca, las faldas se entregan en una tula reutilizable que resalta la herencia Raizal, promoviendo la sostenibilidad y la conexión cultural.</p>	<p>Almacenaje: Se recomienda guardar las faldas en un lugar fresco y seco, colgadas o dobladas adecuadamente para evitar arrugas. Utilizar la tula proporcionada no solo facilita el almacenamiento, sino que también protege las prendas de la luz directa.</p>

Tabla 16. Ficha técnica Faldas.

Fuente: Propia.

<p>Ficha técnica Accesorios</p>	
 <p>Imagen referencial</p>	
<p>Capacidad: Los accesorios de Waiblué, como sombreros, bisutería y bolsos, están diseñados para complementar el vestuario, aportando funcionalidad y estilo. Cada pieza</p>	<p>Cualidades: Fabricados con materiales de alta calidad, los accesorios ofrecen durabilidad y resistencia. Muchos están elaborados con técnicas artesanales que</p>

permite al usuario expresar su personalidad mientras ofrece soluciones prácticas para el uso diario.	destacan la herencia Raizal, combinando tradición con modernidad.
Diseño: Los diseños de los accesorios son únicos y reflejan elementos culturales, utilizando colores vibrantes y patrones inspirados en la naturaleza y la cultura local. Esto permite que cada pieza no solo sea estética, sino también significativa.	Tamaño: Los accesorios están disponibles en diversas dimensiones y estilos, adaptándose a diferentes preferencias y usos. Por ejemplo, los sombreros pueden variar en tamaño para adaptarse a distintas medidas de cabeza, mientras que los bolsos vienen en formatos pequeños y grandes para diversas necesidades.
Tecnología: Los accesorios están disponibles en diversas dimensiones y estilos, adaptándose a diferentes preferencias y usos. Por ejemplo, los sombreros pueden variar en tamaño para adaptarse a distintas medidas de cabeza, mientras que los bolsos vienen en formatos pequeños y grandes para diversas necesidades.	Características fisicoquímicas: Los materiales son hipoalergénicos y seguros para la piel, garantizando que sean aptos para diferentes usuarios. Además, muchos de los accesorios son resistentes a condiciones ambientales como la humedad y el sol.
Condiciones climáticas: Diseñados para ser usados en climas cálidos y húmedos, los accesorios ofrecen protección solar y ventilación. Por ejemplo, los sombreros están diseñados para bloquear los rayos UV, mientras que los bolsos son resistentes a la humedad.	Factores ambientales: La producción de accesorios se lleva a cabo utilizando prácticas sostenibles y materiales reciclables o biodegradables, lo que respalda la misión de Waiblu de promover el respeto por el medio ambiente y la cultura local.
Características de empaque: Los accesorios se presentan en una tula reutilizable que resalta la herencia Raizal.	Almacenaje: Se recomienda guardar los accesorios en un lugar fresco y seco. Utilizar la tula proporcionada no solo facilita el

Este empaque no solo es funcional para el transporte, sino que también subraya el compromiso de la marca con la sostenibilidad y la identidad cultural.	almacenamiento, sino que también ayuda a proteger los productos de la luz y la humedad, prolongando su vida útil.
---	---

Tabla 17. Ficha técnica Accesorios.

Fuente: Propia.

Ficha técnica Bolsos	
 <p data-bbox="763 1260 1023 1291" style="text-align: center;">Imagen referencial</p>	
<p>Capacidad: Los bolsos de Waiblue están diseñados para ofrecer una capacidad adecuada para llevar artículos esenciales como toallas, trajes de baño, cremas solares y otros complementos de playa. Su tamaño varía, permitiendo a los usuarios elegir según sus necesidades diarias.</p>	<p>Cualidades: Cada bolso es elaborado con materiales de alta calidad que aseguran durabilidad y resistencia al uso diario. Incorporan detalles artesanales que reflejan la cultura Raizal, aportando un carácter único y distintivo a cada pieza.</p>
<p>Diseño: El diseño de los bolsos combina estética y funcionalidad, utilizando colores vibrantes y patrones que evocan la naturaleza</p>	<p>Tamaño: Los bolsos vienen en diferentes tamaños, desde opciones más pequeñas para un uso casual hasta versiones más grandes</p>

<p>y el legado cultural del Archipiélago. Esto no solo los hace visualmente atractivos, sino que también promueve un mensaje de conexión con la identidad local.</p>	<p>para excursiones a la playa. Esto garantiza versatilidad y adaptación a diversas situaciones y preferencias.</p>
<p>Tecnología: Incorporan tecnología en su diseño, como cierres resistentes y correas ajustables, que mejoran la funcionalidad y la comodidad en el uso diario. Esto asegura que sean prácticos para diversas actividades, desde un día en la playa hasta una salida informal.</p>	<p>Características fisicoquímicas: Los materiales utilizados son hipoalergénicos y resistentes al agua, lo que los hace ideales para un entorno playero. Además, son fáciles de limpiar, lo que prolonga su vida útil y mantiene su apariencia.</p>
<p>Condiciones climáticas: Diseñados para resistir climas cálidos y húmedos, los bolsos son ideales para uso en la playa o la piscina, ya que ofrecen protección contra el sol y la humedad.</p>	<p>Factores ambientales: La producción de bolsos se realiza bajo prácticas sostenibles, utilizando materiales reciclables y técnicas que minimizan el impacto ambiental. Esto refuerza la filosofía de Waiblue de respeto por el medio ambiente y la cultura local.</p>
<p>Características de empaque: Cada bolso se presenta en una tula reutilizable que refuerza la identidad cultural Raizal. Este empaque no solo es funcional para el transporte, sino que también promueve un estilo de vida sostenible y una conexión con la cultura local.</p>	<p>Almacenaje: Se recomienda almacenar los bolsos en un lugar fresco y seco, utilizando la tula proporcionada para protegerlos de la luz directa y la humedad, lo que contribuye a mantener su calidad y prolongar su uso.</p>

Tabla 18. Ficha técnica Bolsos.

Fuente: Propia.

VALOR AGREGADO

TANGIBLE

Calidad de Materiales: Los productos de Waibblue están elaborados con materiales de alta durabilidad y resistencia. La selección cuidadosa de tejidos como algodones orgánicos y poliéster reciclado, no solo garantiza la longevidad de las prendas, sino que promueve un uso responsable y sostenible de los recursos. Esto significa que el cliente obtiene un producto que no solo resiste el paso del tiempo, sino que es menos susceptible al desgaste y la decoloración. Esta calidad se traduce en una mejor relación costo-beneficio, ya que los consumidores no tienen que reemplazar sus prendas con frecuencia.

Diseño Único: Cada prenda y accesorio de Waibblue se caracteriza por un diseño distintivo que resalta la cultura Raizal. Estos diseños no solo son estéticamente atractivos, sino que cuentan una historia y representan la identidad cultural de la región. Esto permite al cliente no solo adquirir una prenda, sino también un elemento cultural significativo transformando cada compra en una experiencia enriquecedora. Además, estos diseños innovadores ayudan a diferenciar a Waibblue en un mercado saturado, atrayendo a un público que valora la originalidad y el significado detrás de cada artículo.

Funcionalidad: Los bolsos, Camisas y otros productos son prácticos y adaptados a las necesidades del consumidor moderno. Por ejemplo, los bolsos están diseñados con compartimentos funcionales que facilitan el acceso rápido a objetos personales, ideales para actividades al aire libre, la playa o un día de trabajo. Las Camisas, por su parte, ofrecen un corte cómodo que permite libertad de movimiento, lo que las hace perfectas para diversas ocasiones. Esta atención a la funcionalidad no solo mejora la experiencia del usuario, sino que también refuerza la percepción de la marca como una solución integral para las necesidades diarias.

INTANGIBLE

Experiencia de Compra: La atención personalizada al cliente es un pilar fundamental de Waiblue. Cada cliente es tratado de manera única, asegurando que sus inquietudes y necesidades sean escuchadas y atendidas. Este enfoque no solo genera confianza, sino que crea un sentido de lealtad hacia la marca. Además, la entrega puntual de los productos, que se realiza de manera eficiente y cuidadosa contribuye a la satisfacción del cliente. Esta experiencia de compra fluida y amigable es un valor agregado que no puede ser subestimado, ya que influye en la decisión de recompra y en la recomendación de la marca a otros.

Conexión Cultural: Al adquirir un producto de Waiblue, los clientes no solo están comprando un artículo, sino que también se están integrando a una comunidad que valora y promueve la cultura local. Esta conexión cultural proporciona a los clientes un sentido de pertenencia y orgullo, ya que están apoyando una marca que representa sus raíces y tradiciones. Además, al utilizar y exhibir productos de Waiblue los clientes actúan como embajadores de la cultura Raizal, contribuyendo a su difusión y preservación.

Compromiso con la Sostenibilidad: Waiblue se enorgullece de su compromiso con la sostenibilidad y el respeto por el medio ambiente. La marca implementa prácticas responsables en la producción, utilizando materiales ecológicos y minimizando el desperdicio. Este compromiso no solo apela a la conciencia ambiental de los consumidores, sino que establece un vínculo emocional fuerte con aquellos que valoran la sostenibilidad. Al elegir productos de Waiblue, los clientes sienten que están tomando una decisión ética, lo que añade un valor significativo a su compra.

ESTADO DE DESARROLLO

Avance del Producto: El proyecto de los productos de Waiblue se encuentra actualmente en la fase de desarrollo de prototipos, un paso crucial en el ciclo de vida del producto. Se han creado varios modelos de ropa y accesorios, cada uno diseñado con un enfoque en la estética y funcionalidad que reflejan la cultura Raizal. Durante esta etapa, se han llevado a cabo exhaustivas pruebas de materiales, evaluando no solo su resistencia y durabilidad, sino también su comodidad y adecuación para las diferentes actividades cotidianas. En la

actualidad, estamos en la etapa de retroalimentación, donde se recogen opiniones de clientes potenciales sobre los prototipos. Esta retroalimentación es esencial, ya que nos permite ajustar y perfeccionar los diseños antes de la producción en masa, asegurando que el producto final no solo satisfaga las expectativas del mercado, sino que también cumpla con los estándares de calidad que la marca Waiblu se ha comprometido a ofrecer.

Ciclo de Vida del Producto: Los productos de Waiblu se encuentran en la fase de nacimiento dentro del ciclo de vida del producto. Esta fase es crítica, ya que implica el desarrollo de la oferta inicial y la identificación de las características clave que diferenciarán a la marca en un mercado competitivo. Actualmente, estamos trabajando en el establecimiento de una estrategia de lanzamiento comercial que contemple tanto la promoción en plataformas digitales como la participación en ferias y eventos relacionados con la moda. Se espera que, una vez finalizada la retroalimentación y ajustes necesarios, los productos se lancen al mercado en un futuro cercano, lo que marcará el inicio de la fase de crecimiento en el ciclo de vida del producto.

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

Avance del Producto: El proyecto de los productos de Waiblu se encuentra en la fase inicial de desarrollo de prototipos, un paso crítico para el ciclo de vida del producto. Hasta ahora, se han creado varios modelos de ropa y accesorios que reflejan la estética y funcionalidad inspiradas en la cultura Raizal. En esta etapa, se han llevado a cabo pruebas de los materiales elegidos, evaluando no solo su resistencia y durabilidad, sino también la comodidad y adaptabilidad para diversas actividades cotidianas. Actualmente, estamos recabando retroalimentación de clientes potenciales sobre estos prototipos. Esta retroalimentación es fundamental para ajustar y perfeccionar los diseños garantizando que el producto final no solo cumpla con las expectativas del mercado, sino que mantenga los altos estándares de calidad que caracterizan a la marca Waiblu.

Ciclo de Vida del Producto: Los productos de Waiblu se encuentran en la fase de nacimiento dentro del ciclo de vida del producto. Esta fase es crucial, ya que implica el desarrollo de la oferta inicial y la identificación de características clave que diferenciarán a la marca en un mercado competitivo. En este momento, se está diseñando una estrategia de

lanzamiento comercial que incluye la promoción en plataformas digitales y la participación en ferias y eventos relacionados con la moda. Se anticipa que, una vez completada la etapa de retroalimentación y realizados los ajustes necesarios, los productos se lanzarán al mercado en un futuro cercano lo que marcará el inicio de la fase de crecimiento en el ciclo de vida del producto.

FLUJO DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

Investigación y Diseño: Esta fase inicial involucra un análisis detallado de las tendencias actuales en moda y diseño, además de una investigación sobre las preferencias del consumidor. Se desarrollan múltiples diseños preliminares alineados con la visión cultural de Waiblu. Este proceso es colaborativo e involucra a diseñadores y miembros de la comunidad Raizal asegurando que los productos reflejen auténticamente su identidad cultural.

Selección de Materiales: En esta etapa, se realiza una cuidadosa elección de los textiles y componentes que se utilizarán en la producción. La sostenibilidad es un criterio clave y se priorizan materiales ecológicos y reciclables. Esta selección se fundamenta en pruebas previas de durabilidad y estética, asegurando que los materiales elegidos complementen los diseños y la filosofía de la marca.

Producción de Prototipos: Se crean muestras iniciales para evaluar los diseños y los materiales en un entorno práctico. Estos prototipos se utilizan para realizar pruebas de ajuste, funcionalidad y estética garantizando que el producto final cumpla con las expectativas del cliente.

Pruebas de Calidad: Esta fase es esencial para asegurar que los productos sean aptos para el mercado. Se verifica la durabilidad, resistencia y estética de cada prototipo. Las pruebas incluyen el lavado de las prendas, resistencia a desgarros y evaluación de confort garantizando que cada producto sea de alta calidad y cumpla con los estándares establecidos.

Producción en Serie: Una vez que los prototipos han sido aprobados, se inicia la fabricación masiva. Esta etapa incluye la coordinación con proveedores de materiales y la gestión de la línea de producción para optimizar la eficiencia y reducir costos.

Embalaje y Almacenamiento: Los productos terminados se embalan cuidadosamente para proteger su integridad durante el transporte. El embalaje no solo es funcional, sino que refleja la estética de la marca contribuyendo a una experiencia de marca coherente. El almacenamiento se lleva a cabo en condiciones que aseguran la calidad de los productos hasta su distribución.

Distribución: La entrega se gestiona a través de una red logística que garantiza que los productos lleguen a los puntos de venta o a los clientes finales de manera oportuna. Se consideran métodos de envío sostenibles y la posibilidad de colaborar con tiendas locales para aumentar la visibilidad de la marca.

NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

MATERIAS PRIMAS E INSUMOS

Tejidos (Algodón y Poliéster): El algodón es un material natural y transpirable ampliamente utilizado en la industria de la moda por su comodidad y versatilidad. Para Waiblue, el algodón es una opción clave, especialmente para prendas que buscan mayor confort, frescura y suavidad. El poliéster, por otro lado, es un material sintético altamente resistente, duradero y de fácil mantenimiento. Se utilizará en la confección de piezas que requieran mayor durabilidad y resistencia al uso continuo siendo una excelente opción para ciertos accesorios y prendas que necesiten un toque más técnico y funcional.

Accesorios (Cremalleras, Botones): Las cremalleras y botones son elementos esenciales para la funcionalidad y estética de las prendas. Se seleccionarán componentes de alta calidad que complementen los diseños y ofrezcan resistencia al uso diario. Además, se buscará que estos accesorios sigan los principios de sostenibilidad utilizando opciones reciclables o de bajo impacto ambiental, siempre alineados con la visión ecológica de Waiblue.

Etiquetas y Empaque: Las etiquetas no solo son una parte funcional del producto, sino que refuerzan la identidad de la marca. Estas incluirán información sobre el cuidado de las prendas, materiales utilizados y la filosofía de sostenibilidad de la marca. En cuanto al empaque se optará por soluciones que minimicen el impacto ambiental, priorizando el uso

de materiales reciclables y diseños compactos que faciliten el transporte y almacenamiento sin sacrificar la estética visual.

TECNOLOGÍA REQUERIDA

Máquinas de Coser Industriales: Estas máquinas son fundamentales para la producción eficiente de las prendas. Waiblué requiere máquinas de alta capacidad y precisión que permitan confeccionar a gran escala sin comprometer la calidad. Se consideran modelos que integren tecnología de costura automatizada para optimizar el proceso de producción.

Equipos de Estampado y Bordado: El estampado y bordado son técnicas clave para la personalización y diferenciación de las prendas. Waiblué necesita equipos que permitan la incorporación de elementos visuales distintivos relacionados con la cultura Raizal. Se priorizan máquinas que soporten técnicas de impresión sostenible y tintas ecológicas garantizando un acabado de alta calidad que respete los principios medioambientales.

Herramientas de Corte: Las herramientas de corte son esenciales para garantizar precisión y uniformidad en la creación de las piezas. Se necesitarán cortadoras automáticas que permitan manejar diferentes tipos de tejidos con rapidez y exactitud asegurando que las piezas se ajusten perfectamente a los patrones diseñados.

CAPACIDAD INSTALADA

Capacidad de Producción: Waiblué cuenta con una capacidad instalada que permite la producción de hasta 500 unidades mensuales. Esta capacidad está diseñada para satisfacer la demanda proyectada durante la fase inicial de lanzamiento, con la posibilidad de ampliarse a medida que el negocio crezca. La producción a esta escala garantiza un equilibrio entre la exclusividad del producto y la viabilidad comercial en el mercado.

MANTENIMIENTO NECESARIO

Mantenimiento Periódico de Maquinaria: El mantenimiento es crucial para mantener la eficiencia de las operaciones. Se establece un plan de mantenimiento preventivo cada 6 meses para todas las máquinas incluyendo las máquinas de coser industriales, equipos de estampado y bordado y herramientas de corte. Este mantenimiento incluye la revisión técnica,

lubricación y ajustes necesarios para evitar paradas imprevistas y prolongar la vida útil de la maquinaria.

SITUACIÓN TECNOLÓGICA

Actualización de Software de Diseño y Maquinaria: La tecnología juega un papel clave en el proceso de diseño y producción. Actualmente, Waibblue necesita actualizar el software de diseño para mejorar la eficiencia en el desarrollo de nuevos modelos y patrones. Se evaluará la implementación de herramientas que permitan la integración de sistemas CAD (Diseño Asistido por Computadora) y otras soluciones tecnológicas que faciliten la personalización y la adaptabilidad de los diseños. Asimismo, se requiere la actualización de la maquinaria para garantizar que todos los equipos puedan manejar eficientemente los materiales sostenibles que se utilizarán.

MANO DE OBRA REQUERIDA

Operarios de Producción (3): Se requiere personal capacitado en el manejo de máquinas industriales y técnicas de costura para ejecutar los procesos de confección. Los operarios se encargarán de la fabricación de las prendas, asegurando que se cumplan los estándares de calidad y las metas de producción.

Diseñador de Moda (1): El diseñador de moda será responsable de liderar el proceso creativo y de desarrollo de nuevas colecciones. Su labor incluye la investigación de tendencias, la conceptualización de diseños y la supervisión de las pruebas de prototipos para garantizar que las prendas mantengan la identidad y los valores de la marca.

Personal de Atención al Cliente y Ventas en Línea (2): Dado que la estrategia de ventas de Waibblue se concentrará en plataformas digitales como un sitio web y redes sociales, el equipo de atención al cliente tendrá un papel esencial en gestionar la experiencia de compra en línea. Las principales responsabilidades incluirán:

Atención al cliente en canales digitales: El personal estará disponible para resolver dudas y brindar asistencia a los clientes a través de medios como chat en línea, correo electrónico y redes sociales. Esto asegurará una respuesta rápida y efectiva a cualquier consulta relacionada con los productos, pedidos y envíos.

Gestión de ventas en plataformas digitales: A cargo de procesar y gestionar las ventas realizadas a través del sitio web y redes sociales. Este equipo también se ocupará de coordinar los envíos, verificar el estado de los pedidos y garantizar que los productos lleguen a los clientes en tiempo y forma.

Promoción y marketing en línea: Colaborarán con el diseñador de moda y los gestores de contenido digital para implementar estrategias de marketing destacando productos en redes sociales y campañas promocionales para impulsar las ventas.

Servicio postventa y devoluciones: El equipo también será responsable de gestionar cualquier devolución, cambio o queja que pueda surgir asegurando que los clientes estén satisfechos con sus compras y reforzando la imagen de marca de Waiblué como una empresa comprometida con la calidad y el servicio.

PLAN DE PRODUCCIÓN

En Waiblué, nuestro compromiso es trascender los límites de la moda playera convencional y celebrar la diversidad cultural. Para llevar a cabo esta misión, hemos diseñado un plan de producción que refleja nuestra visión de visibilizar la cultura Raizal a través de la moda y brindar una experiencia auténtica a nuestros clientes.

Producción Inicial: 470 Prendas

Para comenzar, planeamos la producción de 470 prendas en el primer mes, asegurando que cada pieza no solo sea de calidad, sino que cuente una historia que refleje nuestras raíces culturales. Este primer lote nos permitirá evaluar la demanda y conectar con nuestros clientes desde el inicio.

Ajustes en Costos y Materias Primas:

Tejidos: Para la producción de 470 prendas, estimamos un costo de \$18,000,000 COP en textiles garantizando que nuestros materiales sean sostenibles y de alta calidad, alineados con nuestra filosofía de moda responsable.

Insumos: Los costos para insumos como botones y cierres se ajustarán a \$4,700,000 COP, asegurando que cada detalle en nuestras prendas refleje el cuidado que ponemos en cada diseño.

Etiquetas y Empaque: Invertiremos \$ \$2,000,000 COP en etiquetas y empaque que no solo protejan nuestros productos, sino que también cuenten la historia de la cultura Raizal convirtiéndose en un elemento de comunicación con nuestros consumidores.

Mano de Obra:

Para asegurar que cada prenda sea producida con esmero y atención al detalle, asignaremos un presupuesto de \$6,400,000 COP para cubrir la mano de obra de nuestros talentosos artesanos durante los primeros tres meses.

Gastos Operativos:

Anticipamos que los gastos de logística y distribución serán de \$3,000,000 COP permitiéndonos enviar nuestras prendas a quienes buscan no solo moda, sino una conexión auténtica con nuestra cultura.

Plan de Producción Escalonada:

A medida que avancemos, nuestro plan incluye un crecimiento escalonado para adaptarnos a la respuesta del mercado:

Mes 1: 470 Unidades Nuestro primer lote de 470 prendas nos permitirá establecer una base sólida y construir relaciones con nuestros clientes.

Mes 2: 470 Unidades +10% (517 Unidades) Con base en la aceptación del primer mes, incrementaremos la producción en un 10%, llevando la cifra a 517 prendas.

Mes 3: 517 Unidades +10% (569 Unidades) Continuaremos con el mismo crecimiento del 10%, produciendo 569 prendas para satisfacer la demanda.

Mes 4 en Adelante: Incremento del 10% Mensual Proyectamos seguir con un aumento del 10% mensual, permitiéndonos adaptarnos a las preferencias de nuestros consumidores y la dinámica del mercado.

Políticas de Inventario:

Como parte de nuestro enfoque sostenible, mantendremos un inventario máximo del 20% de la producción mensual. Esta estrategia nos permitirá responder rápidamente a las demandas sin comprometer nuestro compromiso con la sostenibilidad.

Si el inventario supera el 25% ajustaremos la producción del siguiente período para optimizar recursos.

En caso de ventas superiores a las expectativas consideraremos producciones extraordinarias para satisfacer a nuestros consumidores y evitar pérdidas.

Monitoreo y Ajustes:

Nuestro equipo se compromete a monitorear las ventas de forma mensual, ajustando el plan de producción según la demanda y las tendencias del mercado. La flexibilidad en nuestra producción nos permitirá introducir nuevos diseños y colecciones que resalten la riqueza cultural de la comunidad Raizal.

En Waiblue, nuestra misión es ofrecer moda que celebre la diversidad cultural y que cada diseño cuente una historia. Con este plan de producción estamos preparados para crecer de manera sostenible, adaptándonos a las necesidades de nuestros clientes mientras mantenemos un compromiso firme con la cultura Raizal. Así, no solo proporcionamos productos de calidad, sino que también nos convertimos en un canal para la apreciación y el aprendizaje de la herencia cultural.

4.2 PLAN DE COMPRAS

En Waiblue, nuestra producción de 470 prendas requiere una planificación de insumos. A continuación, identificamos, describimos y justificamos la cantidad de cada insumo necesario para producir una unidad de producto.

Insumos Requeridos por Unidad de Producto

1. Tejidos

Cantidad por unidad: Varía según el tipo de prenda:

Camisetas: 1.5 metros

Pantalones cortos: 2 metros

Vestidos: 2.5 metros

Promedio de metros por prenda: Para efectos de cálculo, consideramos un promedio de 2 metros por prenda.

Justificación: La compra se realizará por rollos de tela, donde cada rollo tiene un largo estándar de 30 metros. Con un promedio de 2 metros por prenda, cada rollo permite la producción de aproximadamente 15 prendas.

Total requerido para 470 prendas:

470 prendas x 2 metros = 940 metros

Rollos necesarios:

940 metros / 30 metros por rollo = 31.33 rollos

Redondeamos a 32 rollos.

Insumos: Incluye botones, cierres, y otros detalles de diseño.

Cantidad por unidad:

Camisetas: 2 botones

Pantalones cortos: 3 botones y 1 cierre

Vestidos: 3 botones y 1 cierre

Justificación: En total, considerando una mezcla de productos estimamos un promedio de 4 insumos por prenda.

Total requerido para 470 prendas:

470 prendas x 4 accesorios = 1,880 insumos

Etiquetas y Empaque

Etiquetas: Cantidad por unidad: 1 etiqueta por prenda.

Empaque: Cantidad por unidad: 1 empaque por prenda.

Justificación: Ambos elementos son esenciales para la presentación y la comunicación de la marca.

Total requerido para 470 prendas:

Etiquetas: 470 etiquetas.

Empaque: 470 empaques.

Insumo	Cantidad por unidad	Total para 470 unidades	Total necesario (redondeado)
Tejidos	2 metros	940 metros	32 rollos
Accesorios	4 (promedio)	1,880 accesorios	1,880 accesorios
Etiquetas	1	470 etiquetas	470 etiquetas
Empaque	1	470 empaques	470 empaques

Tabla 19. Plan de compras.

Fuente: Propia.

4.3 COSTOS DE PRODUCCIÓN

En Waiblué, detallamos a continuación los costos asociados a la producción de nuestras prendas, incluyendo materias primas, insumos, mano de obra y otros gastos operativos. Este análisis nos permite planificar y gestionar eficientemente nuestros recursos para cumplir con nuestra misión de ofrecer productos de calidad que reflejen la riqueza de la cultura Raizal.

COSTO DE LAS MATERIAS PRIMAS

Tejidos

Cantidad necesaria: 32 rollos de tela (cada rollo de 30 metros).

Precio por rollo: \$562,500 COP

Precio por metro: \$18,750 COP

Cálculo: Costo total de tejidos: 32 rollos x \$562,500 COP/rollo = **\$18,000,000 COP**

Precios actuales y tendencias:

Precio estable: Se espera que el precio del tejido se mantenga estable en el corto plazo.

Tendencia sostenible: Posible incremento en el costo si se opta por materiales orgánicos o certificados.

COSTO DE LOS INSUMOS

Accesorios (botones, cremalleras, etc.)

Cantidad necesaria: 1,880 unidades

Botones: \$500 COP/unidad

Cremalleras: \$2,000 COP/unidad

Promedio de costo por prenda: \$4,000 COP

Cálculo: Costo total de accesorios: 470 prendas x \$4,000 COP = **\$1,880,000 COP**

Etiquetas

Cantidad necesaria: 470 unidades

Precio por unidad: \$1,000 COP

Cálculo: Costo total de etiquetas: $470 \times \$1,000 \text{ COP} = \$470,000 \text{ COP}$

Empaque

Cantidad necesaria: 470 unidades

Precio por unidad: \$5,000 COP

Cálculo: Costo total de empaque: $470 \times \$5,000 \text{ COP} = \$2,350,000 \text{ COP}$

Costo de Transporte de Productos Terminados

Costo por unidad: \$6,000 COP (incluye envío nacional promedio)

Cantidad de prendas: 470 unidades

Cálculo: Costo total de transporte: $470 \times \$6,000 \text{ COP} = \$2,820,000 \text{ COP}$

Costos de Mantenimiento

Mantenimiento de Maquinaria y Equipo

Maquinaria: Máquinas de coser, equipos de estampado y bordado.

Costo anual estimado: \$2,000,000 COP

Costo mensual estimado: \$166,667 COP

Mantenimiento de Instalaciones

Costo anual estimado: \$1,200,000 COP

Costo mensual estimado: \$100,000 COP

Arrendamiento de Instalaciones y Maquinaria

Instalaciones: Trabajo desde casa, sin costo de arrendamiento.

Maquinaria y Equipo: Propios, sin costos de arrendamiento.

Mano de Obra Directa

Requerimiento por período:

Operarios de producción: 3 personas

Período: Mensual

Horas laborales: 8 horas diarias, 5 días a la semana

Costo de Mano de Obra Directa

Salario mensual por operario: \$1,000,000 COP

Total mensual: $3 \text{ operarios} \times \$1,000,000 \text{ COP} = \$3,000,000 \text{ COP}$

Estacionalidad:

Demanda constante: No se prevé estacionalidad significativa en los primeros meses.

Ajustes futuros: Se evaluará la necesidad de mano de obra adicional en función del crecimiento.

Horas Extras

No se contemplan horas extras en el plan inicial.

Costos adicionales: Se gestionarán según la demanda y carga de trabajo.

Mano de Obra Indirecta

Diseñador de moda: \$2,800,000 COP (por tres meses)

Costo mensual: \$933,333 COP

Servicios Públicos para Producción

Electricidad: \$150,000 COP/mes

Agua: \$50,000 COP/mes

Internet y Comunicaciones: \$100,000 COP/mes

Costo total mensual de servicios públicos: **\$300,000 COP**

Costos de Mantenimiento y Repuestos

Componentes productivos del negocio:

Repuestos para maquinaria:

Costo anual estimado: \$1,000,000 COP

Costo mensual estimado: \$83,333 COP

Suministros de mantenimiento:

Lubricantes, herramientas menores: \$50,000 COP/mes

Costos de Producción

Concepto	Costo Total (COP)
Materias Primas (Tejidos)	\$18,000,000
Insumos (Accesorios, Etiquetas, Empaque)	\$4,700,000
Transporte de Productos Terminados	\$2,820,000
Mantenimiento de Maquinaria (Mensual)	\$166,667
Mantenimiento de Instalaciones (Mensual)	\$100,000
Mano de Obra Directa (Mensual)	\$3,000,000
Mano de Obra Indirecta (Mensual)	\$933,333
Servicios Públicos (Mensual)	\$300,000
Repuestos y Mantenimiento (Mensual)	\$133,333
Total de Costos de Producción (Mensual)	\$30,153,333

Tabla 20. Costos de producción.

Fuente: Propia.

Comportamiento Esperado y Tendencias

Materias Primas: Se espera estabilidad en los precios de los tejidos a corto plazo; sin embargo, factores como la inflación o cambios en el mercado textil podrían afectar los costos.

Insumos: Los precios de accesorios y empaques podrían variar según proveedores y volumen de compra. Se buscará negociar mejores precios a medida que aumente la producción.

Transporte: Los costos de transporte pueden fluctuar debido a cambios en los precios del combustible y tarifas de envío. Es importante considerar alianzas con empresas de logística para tarifas preferenciales.

Mano de Obra: Se prevé mantener los costos estables en los primeros meses. A medida que crezca la producción, podría ser necesario contratar personal adicional.

Servicios Públicos: Los costos podrían incrementarse con el aumento de la producción y uso de maquinaria.

4.4 INFRAESTRUCTURA

MAQUINARIA

Dado que el equipo inicial está conformado por 3 operarios (2 para confección y 1 artesano) es fundamental optimizar las máquinas y herramientas necesarias para una producción eficiente. A continuación, se detallan las máquinas esenciales para el proceso productivo, su función y sus costos unitarios:

Máquina de Coser Plana Industrial

Función: Para la confección básica de las prendas, costuras rectas y ensamblado de piezas.

Cantidad: 2 unidades (1 por cada operario de confección)

Costo unitario: \$2,500,000 COP

Total: \$5,000,000 COP

Máquina Overlock Industrial

Función: Para realizar acabados profesionales en las costuras y evitar que las telas se deshilachen.

Cantidad: 1 unidad

Costo unitario: \$3,200,000 COP

Total: \$3,200,000 COP

Máquina Recubridora

Función: Ideal para el acabado de prendas como camisetas, mangas y cuellos.

Cantidad: 1 unidad

Costo unitario: \$3,500,000 COP

Total: \$3,500,000 COP

Plancha Industrial de Vapor

Función: Para el planchado de prendas a gran escala, asegurando un acabado prolijo.

Cantidad: 1 unidad

Costo unitario: \$800,000 COP

Total: \$800,000 COP

Mesa de Corte

Función: Para facilitar el corte preciso de las telas.

Cantidad: 1 unidad

Costo unitario: \$1,000,000 COP

Total: \$1,000,000 COP

Tijeras de Corte Industrial

Función: Herramienta manual esencial para el corte de telas.

Cantidad: 3 unidades (1 por cada operario)

Costo unitario: \$50,000 COP

Total: \$150,000 COP

MOBILIARIO

El mobiliario es necesario para organizar y operar el área de producción y administración:

Sillas Ergonómicas para Operarios

Función: Para asegurar comodidad y ergonomía durante la confección.

Cantidad: 3 unidades

Costo unitario: \$300,000 COP

Total: \$900,000 COP

Estanterías para Almacenamiento

Función: Para almacenar materiales, telas e insumos.

Cantidad: 2 unidades

Costo unitario: \$400,000 COP

Total: \$800,000 COP

Escritorio para Administración

Función: Para el trabajo administrativo y de gestión comercial.

Cantidad: 1 unidad

Costo unitario: \$600,000 COP

Total: \$600,000 COP

Silla Ergonómica para Administración

Función: Para el diseñador o responsable administrativo.

Cantidad: 1 unidad

Costo unitario: \$350,000 COP

Total: \$350,000 COP

EQUIPOS Y HERRAMIENTAS PARA EL ÁREA ADMINISTRATIVA

Computador para Diseño y Gestión

Función: Para el trabajo del diseñador (diseño de patrones, comunicación, gestión de pedidos).

Cantidad: 1 unidad

Costo unitario: \$4,500,000 COP

Total: \$4,500,000 COP

Impresora Multifuncional

Función: Para impresión de documentos, etiquetas y uso administrativo.

Cantidad: 1 unidad

Costo unitario: \$500,000 COP

Total: \$500,000 COP

COSTO DE REMODELACIÓN DE LAS INSTALACIONES

Dado que el emprendimiento se establecerá inicialmente en casa, los costos de construcción son mínimos. Se realizará una pequeña adecuación para optimizar los espacios de trabajo.

Adecuación de Espacios:

Función: Adaptación del espacio para la producción textil y almacenamiento.

Costo estimado: \$2,000,000 COP

Inversiones Fijas vs. Arrendamiento

Todas las máquinas, mobiliario y equipos mencionados serán **inversiones fijas**, ya que serán adquiridos por el emprendimiento y no se contemplará el arrendamiento dada la capacidad de operar desde casa. Esto permitirá una mayor autonomía y reducción de costos recurrentes en el futuro

Costos de Infraestructura

Concepto	Costo Total (COP)
Maquinaria (Confección y Producción)	\$ \$13,650,000
Mobiliario (Producción y Administración)	\$2,650,000
Equipos Administrativos	\$5,000,000
Adecuación de Espacios	\$2,000,000
Total de Inversión Inicial	\$23,300,000

Tabla 21. Costos de Infraestructura.

Fuente: Propia.

Esta infraestructura asegura que Waiblue pueda iniciar la producción de manera eficiente con un equipo de operarios bien equipado y con el soporte administrativo necesario para gestionar y expandir el emprendimiento. Al no tener que alquilar un local, se reducen los costos fijos permitiendo que las inversiones se concentren en la adquisición de maquinaria y mobiliario esenciales para la operación.

5. MÓDULO ORGANIZACIONAL.

5.1 ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL

Waibblue es una marca emergente de moda playera con un enfoque en la sostenibilidad y la cultura Raizal. Nuestra misión es ir más allá de lo convencional en la moda playera, celebrando la diversidad cultural y ofreciendo productos de calidad que reflejen el estilo de vida, la cultura, y las raíces de nuestros clientes. A continuación, presentamos el análisis DOFA de Waibblue:

ANÁLISIS DOFA DE WAIBLUE

Debilidades (D)

Falta de infraestructura consolidada

Como marca nueva, no contamos aún con una infraestructura completa ni maquinaria especializada, lo que limita nuestra capacidad productiva y genera la necesidad de subcontratar ciertos procesos como el estampado.

Estrategia: Subcontratar los procesos de estampado inicialmente, y a medida que crecemos, invertir en la adquisición de maquinaria propia para aumentar nuestra producción.

Bajo reconocimiento de marca

Al ser una marca emergente, no tenemos aún la visibilidad suficiente en el mercado, lo que podría afectar las ventas iniciales.

Estrategia: Desarrollar una estrategia de marketing digital sólida y establecer alianzas con plataformas de comercio ético para aumentar nuestra presencia y atraer a consumidores interesados en moda sostenible y cultural.

Oportunidades (O)

Creciente demanda de moda sostenible y cultural

Los consumidores buscan cada vez más marcas que promuevan la sostenibilidad y valoren la autenticidad cultural, lo que nos posiciona favorablemente en el mercado.

Estrategia: Enfocar nuestro marketing en destacar la conexión de Waiblué con la cultura Raizal y su compromiso con la sostenibilidad, posicionándonos como una marca auténtica y ética.

Expansión en mercados digitales y físicos

La posibilidad de expandirnos a través de tiendas online y alianzas con comercios locales es una oportunidad clave para crecer sin grandes inversiones iniciales.

Estrategia: Aprovechar plataformas de comercio electrónico y tiendas físicas selectas que valoren la sostenibilidad y la inclusión cultural para aumentar nuestra visibilidad.

Fortalezas (F)

Propuesta cultural única

Waiblué no solo ofrece moda playera, sino que cada pieza cuenta una historia que celebra la riqueza cultural Raizal, lo que nos distingue del resto del mercado.

Estrategia: Mantener nuestra autenticidad cultural y continuar desarrollando productos y experiencias que conecten a los consumidores con la cultura Raizal a través de talleres y colecciones temáticas.

Compromiso con la sostenibilidad

Nuestro enfoque en moda sostenible es una fortaleza que nos permite alinearnos con las tendencias actuales y atraer a consumidores conscientes.

Estrategia: Seguir utilizando materiales sostenibles y promover nuestras prácticas responsables a través de nuestras comunicaciones para consolidar nuestra reputación como una marca ética.

Amenazas (A)

Alta competencia en moda sostenible

A medida que más marcas adoptan prácticas sostenibles, la diferenciación puede volverse más difícil.

Estrategia: Diferenciarnos a través de nuestro enfoque en la cultura Raizal, ofreciendo no solo productos, sino una experiencia cultural auténtica y única.

Fluctuaciones en el costo de materiales sostenibles

Los precios de los materiales sostenibles pueden variar, lo que podría afectar nuestra rentabilidad.

Estrategia: Establecer relaciones sólidas con proveedores confiables y explorar opciones alternativas que mantengan la calidad sin comprometer nuestros valores.

Con este análisis DOFA, Waiblu se enfoca en aprovechar nuestras fortalezas y oportunidades, mientras gestionamos de manera efectiva las debilidades y amenazas para asegurar el crecimiento sostenible de nuestra marca.

5.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Waiblu es un emprendimiento centrado en la moda sostenible enfocado en visibilizar la cultura Raizal mediante ventas digitales. Su estructura organizacional está diseñada para asegurar que cada proceso desde la creación hasta la distribución, funcione de manera eficiente con un equipo multifuncional.

Niveles Organizacionales:

Nivel Directivo y Administrativo:

Diseñador/Administrador: Lidera el desarrollo creativo y gestiona las operaciones diarias del negocio. Este rol incluye la supervisión general de las actividades de confección, marketing, ventas y distribución.

Asesor Financiero/Contable: Un profesional contratado de manera externa o freelance encargado de la gestión financiera, control de costos y planificación fiscal del emprendimiento.

Nivel Operativo:

Confeccionistas (2): Responsables de la producción y confección de las prendas. Trabajan según las especificaciones del diseñador y mantienen los estándares de calidad.

Artesano Manual: Encargado de incorporar técnicas artesanales y personalizar las prendas con detalles manuales.

Responsable de Calidad: Asegura que todos los productos cumplan con los estándares de calidad antes de su distribución. Supervisa los procesos de confección y acabado.

Responsable de Logística y Distribución: Coordina los envíos, gestiona inventarios y asegura que los productos lleguen a los clientes a tiempo.

Domiciliarios: Se encargan de la entrega de los productos al cliente final, tanto a nivel local como a nivel nacional.

Nivel de Marketing y Ventas:

Publicidad y Marketing: Gestiona las estrategias de promoción digital, redes sociales y campañas publicitarias para posicionar la marca en el mercado.

Diseñador Gráfico: Apoya con el contenido visual, asegurando que todo el material publicitario sea coherente con la imagen de la marca.

Servicio al Cliente: Gestiona las relaciones con los clientes, maneja consultas y quejas, y asegura una experiencia de compra fluida.

GRÁFICO DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

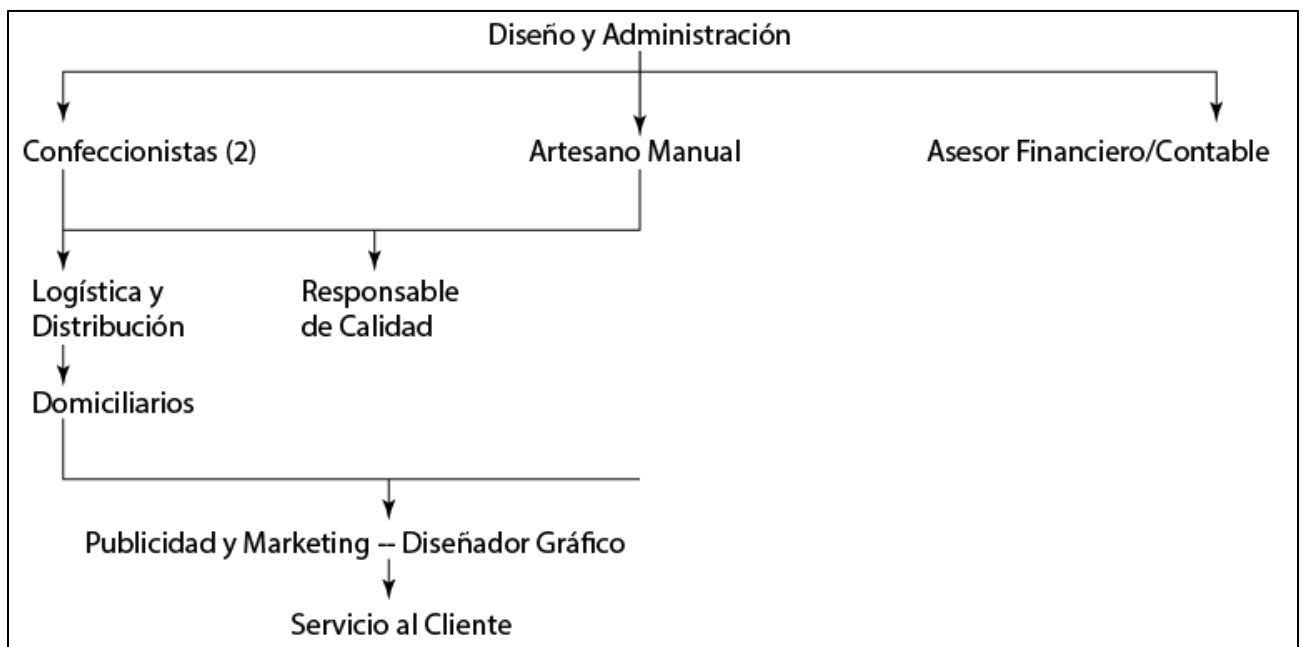


Figura 7. Estructura Organizacional.

Fuente:<http://hdl.handle.net/10785/793>.

FUNCIONAMIENTO DE LA ESTRUCTURA:

Diseñador/Administrador: Supervisa y toma decisiones estratégicas y creativas, además de administrar la operación.

Operativos: Los confeccionistas y el artesano se encargan de la producción física, mientras que el responsable de calidad verifica que cada prenda cumpla con los estándares antes de su distribución.

Marketing y Ventas: El equipo de publicidad y marketing, junto con el diseñador gráfico se encarga de las estrategias de visibilidad digital, mientras que servicio al cliente garantiza una experiencia positiva para los compradores.

Logística: El responsable de logística y distribución organiza el inventario y las entregas, apoyado por los domiciliarios que se encargan de la distribución física de los productos.

ASPECTOS LEGALES

Waiblu es un emprendimiento en fase inicial que busca establecerse dentro del marco legal colombiano, cumpliendo con las normativas vigentes. A continuación, se describen los aspectos legales que se considerarán para el correcto funcionamiento y formalización del negocio:

Tipo de Sociedad

Para un negocio emergente como Waiblu, la opción más adecuada sería la Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.). Esta estructura ofrece flexibilidad en su constitución permite la existencia de un solo accionista (en caso de ser necesario) y protege el patrimonio personal de los socios al limitar la responsabilidad a los aportes de capital. Además, permite una rápida y sencilla formalización lo cual es beneficioso para una empresa en crecimiento como Waiblu.

Estado legal actual: Waiblu aún no está formalmente constituida como una sociedad legal. Se proyecta su constitución como S.A.S. para formalizar su actividad económica.

Legislación Vigente

La empresa deberá cumplir con varias normativas legales para asegurar su funcionamiento en regla:

Normas Urbanas: Debido a que Waibblue operará inicialmente desde un espacio residencial, es necesario verificar las normas de uso del suelo para asegurarse de que no existen restricciones para actividades comerciales ligeras desde el hogar.

Normas Ambientales:

Decreto 1076 de 2015: La producción de moda especialmente si incluye procesos artesanales, debe cumplir con normativas que regulan el manejo adecuado de residuos, el uso sostenible de recursos y el control de posibles emisiones contaminantes. Waibblue debe asegurarse de gestionar de forma responsable cualquier residuo o desecho textil.

Implementación de prácticas sostenibles en sintonía con las normativas de producción limpia y responsabilidad ambiental.

Normas Laborales y de Protección Social:

Código Sustantivo del Trabajo (CST): Se deberá cumplir con las obligaciones laborales como el contrato de trabajo, afiliación a seguridad social (salud, pensiones, riesgos laborales) y prestaciones sociales (prima, cesantías, vacaciones).

Ley 1429 de 2010: Si Waibblue emplea menos de 50 trabajadores, podrá beneficiarse de incentivos tributarios y laborales para pequeñas empresas en los primeros años de funcionamiento.

Registros:

Registro Mercantil: Waibblue deberá inscribirse en la Cámara de Comercio local para formalizarse y obtener su Registro Único Tributario (RUT) ante la DIAN.

Propiedad Industrial: Será importante registrar la marca de Waibblue ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) para proteger los derechos sobre el nombre y los productos.

Normativa Tributaria:

Ley 1819 de 2016 (Reforma Tributaria): Al constituirse como S.A.S., Waibblue será responsable de declarar y pagar impuestos como el IVA, el Impuesto de Renta y los correspondientes a las retenciones en la fuente. Dependiendo de los ingresos, podría acogerse al régimen simplificado o general.

Impuesto al consumo: Podría aplicarse en productos o servicios de lujo o alta gama.

Protección Intelectual:

Derechos de Autor: Si Waibblue produce diseños originales, estos deberán estar protegidos mediante derechos de autor para evitar plagios o usos indebidos por parte de terceros.

Normas de Protección Ambiental:

Waibblue deberá cumplir con las normativas relacionadas con la protección del medio ambiente en cuanto a la producción de moda. Se buscará la implementación de prácticas sostenibles que minimicen el impacto ambiental y se alineen con la tendencia global de responsabilidad social empresarial.

Política de Distribución de Utilidades

En cuanto a la distribución de utilidades, Waibblue seguirá las siguientes políticas:

En una S.A.S., los socios deciden cómo distribuir las utilidades, lo cual ofrece flexibilidad. Se estima que el 50% de las utilidades netas se reinvertirán en la expansión del negocio durante los primeros años.

Waibblue establecerá una política de distribución equitativa donde el 10% de las utilidades se destinará a programas de apoyo a la comunidad Raizal, en línea con su misión de promover la cultura y el desarrollo sostenible.

Estas estrategias no solo permitirán el crecimiento del negocio, sino que también consolidarán su identidad cultural y socialmente responsable.

5.4 COSTOS ADMINISTRATIVOS

GASTOS DE PERSONAL

Nivel Directivo y Administrativo:

Diseñador/Administrador: Encargado de liderar el desarrollo creativo y la gestión operativa de la empresa. Sueldo mensual estimado: \$2.000.000

Asesor Financiero/Contable (Freelance): Contratado externamente para asesorar en temas contables y financieros, con una cuota mensual de \$500.000.

Nivel Operativo:

Confeccionistas (2): Responsables de la producción de las prendas.

Salario mensual por cada confeccionista: \$800.000

Total mensual para 2 confeccionistas: \$1.600.000

Artesano Manual: Encargado de incorporar técnicas artesanales a las prendas.

Salario mensual: \$1.000.000

Responsable de Calidad (Freelance): Verifica que los productos cumplan con los estándares establecidos.

Honorario mensual: \$600.000

Responsable de Logística y Distribución: Gestiona los envíos y el inventario.

Salario mensual: \$900.000

Domiciliarios (Freelance por servicio): Se estima un pago mensual de \$500.000 por entregas locales y nacionales.

Nivel de Marketing y Ventas:

Publicidad y Marketing: Encargado de las campañas publicitarias y gestión de redes sociales.

Salario mensual: \$800.000

Diseñador Gráfico (Freelance): Apoya la creación de contenido visual.

Honorario mensual: \$400.000

Servicio al Cliente: Gestiona las relaciones con los clientes.

Salario mensual: \$900.000

Cargo	Cantidad	Sueldo Mensual	Total Mensual
Diseñador/Administrador	1	\$2.000.000	\$2.000.000
Asesor Financiero/Contable (Freelance)	1	\$500.000	\$500.000
Confeccionistas	2	\$800.000	\$1.600.000
Artesano Manual	1	\$1.000.000	\$1.000.000
Responsable de Calidad (Freelance)	1	\$600.000	\$600.000
Responsable de Logística	1	\$900.000	\$900.000

Domiciliarios (Freelance)	1	\$500.000	\$500.000
Publicidad y Marketing	1	\$800.000	\$800.000
Diseñador Gráfico (Freelance)	1	\$400.000	\$400.000
Servicio al Cliente	1	\$900.000	\$900.000
		Total mensual:	\$9.200.000
		Total anual:	\$110.400.000

Tabla 22. Gastos de Personal.

Fuente: Propia.

Dotaciones y Uniformes:

Confeccionistas: Se estima un costo de \$200.000 por empleado anual en dotaciones. Para 2 empleados: \$400.000

Responsable de Calidad y Logística: Costo estimado anual por dotaciones: \$200.000

Total de dotaciones: \$600.000 anuales.

Concepto	Cantidad de Empleados	Costo Anual por Empleado	Total Anual
Confeccionistas	2	\$200.000	\$400.000
Responsable de Calidad y Logística	2	\$200.000	\$200.000
		Total de Dotaciones y Uniformes Anuales	\$600.000

Tabla 23. Dotaciones y Uniformes.

Fuente: Propia.

GASTOS DE PUESTA EN MARCHA

Registro Mercantil: \$150.000

Registro de Marca (Superintendencia de Industria y Comercio): \$1.200.000

Certificados y Licencias: \$800.000

Permisos Ambientales y Laborales: \$400.000

Asesoría Legal y Estudio de Viabilidad (Freelance): \$1.000.000

Concepto	Costo
Registro Mercantil	\$150.000
Registro de Marca	\$1.200.000
Certificados y Licencias	\$800.000
Permisos Ambientales y Laborales	\$400.000
Asesoría Legal y Estudios de Viabilidad	\$1.000.000
Total de Gastos de Puesta en Marcha	\$3.550.000

Tabla 24. Gastos de Puesta en Marcha.

Fuente: Propia.

GASTOS ANUALES DE ADMINISTRACIÓN

Servicios Públicos (Internet, Energía, Agua): Se estima un costo mensual de **\$300.000** para cubrir el uso de internet, energía eléctrica y agua en el espacio de trabajo.

Total anual: **\$3.600.000**

Mantenimiento y Herramientas de Trabajo: Se estima una inversión de **\$2.000.000** anual para mantenimiento de equipos y adquisición de herramientas.

Concepto	Costo Anual
Servicios Públicos (Internet, Energía, Agua)	\$3.600.000
Mantenimiento y Herramientas de Trabajo	\$2.000.000
Total de Gastos anuales de Administración	\$5.600.000

Tabla 25. Gastos anuales de administración.

Fuente: Propia.

6. MÓDULO FINANCIERO.

6.1 INGRESOS

FUENTES DE FINANCIACIÓN

Aportes del Emprendedor:

Aportes en Efectivo: Se realizará un aporte inicial en efectivo de \$20,000,000 COP por parte de la emprendedora. Este monto cubrirá la adquisición de maquinaria, mobiliario, y equipos necesarios para poner en marcha el emprendimiento.

Destinación: La mayor parte de estos recursos se aplicará a la implementación del negocio, con gastos en máquinas y herramientas esenciales, además de adecuaciones en el espacio de trabajo.

Aportes en Bienes y Servicios

Espacio de Trabajo: Se utilizará el espacio propio en casa para las operaciones iniciales de Waiblué, lo cual elimina los costos de arrendamiento. El valor estimado de este aporte es de \$5,000,000 COP. Esto cubre el valor estimado del espacio y su adecuación para la producción textil.

Recursos de Crédito

Crédito Bancario: En caso de necesitar financiamiento adicional, se contempla la solicitud de un crédito por \$10,000,000 COP destinado tanto a inversiones fijas como a capital de trabajo.

Plazo: 3 años.

Forma de pago: Cuotas mensuales.

Tasa de interés: 1.5% mensual (aproximado), que resulta en un interés anual del 18%.

Destinación: Los recursos se dividirán entre:

Inversiones Fijas: Compra de más maquinaria o mejoras en equipos existentes.

Capital de Trabajo: Materiales, insumos y otros gastos operativos.

Tasa de Rentabilidad Esperada: El objetivo es obtener una tasa de rentabilidad efectiva anual del 20%, dado el potencial de crecimiento del negocio a través de la venta directa de colecciones playeras y ropa urbana en plataformas digitales.

FORMATOS FINANCIEROS

Balance Inicial

Este es un resumen de los activos y pasivos al inicio de las operaciones de Waibblue, teniendo en cuenta las inversiones en maquinaria, mobiliario y el espacio de trabajo.

Activos:

Maquinaria: \$12,650,000 COP

Mobiliario: \$2,650,000 COP

Equipos Administrativos: \$5,000,000 COP

Adecuación de espacio: \$2,000,000 COP

Efectivo: \$20,000,000 COP

Pasivos:

Crédito bancario (si se toma): \$10,000,000 COP

Patrimonio Neto:

Aportes del emprendedor: \$20,000,000 COP

Aporte en bienes (espacio de trabajo): \$5,000,000 COP

Total Patrimonio Neto: \$25,000,000 COP

Estado de Resultados

Este es un resumen de los ingresos, costos y utilidades proyectadas para el primer año de operación.

Ingresos por ventas: Se proyecta que Waibblue generará **\$25,000,000 COP** en ingresos por la venta de colecciones de moda playera y urbana.

Costos operativos: Los costos operativos, incluyendo materias primas, mano de obra y servicios públicos, se estiman en \$15,000,000 COP.

Utilidad Bruta: \$10,000,000 COP

Gastos administrativos: Incluyen costos como marketing, transporte y gastos generales. Se estima un total de \$3,000,000 COP.

Utilidad Neta: \$7,000,000 COP antes de impuestos.

Flujo de Caja

Se proyecta un flujo de caja para el primer año, con estimaciones de ingresos y egresos mensuales.

Ingresos mensuales por ventas: \$2,083,333 COP (en promedio).

Egresos mensuales: Materias primas y costos operativos: **\$1,250,000 COP** (mensual promedio).

Gastos fijos: **\$250,000 COP**.

Flujo neto mensual: \$833,333 COP.

Infraestructura, Maquinaria y Mobiliario

Para asegurar una operación eficiente es crucial contar con la maquinaria adecuada y mobiliario esencial. Aquí se presenta el desglose:

Maquinaria

Máquina de Coser Plana Industrial, Cantidad: 2

Costo unitario: \$2,500,000 COP

Total: \$5,000,000 COP

Máquina Overlock Industrial, Cantidad: 1

Costo unitario: \$3,200,000 COP

Total: \$3,200,000 COP

Máquina Recubridora, Cantidad: 1

Costo unitario: \$3,500,000 COP

Total: \$3,500,000 COP

Plancha Industrial de Vapor, Cantidad: 1

Costo unitario: \$800,000 COP

Total: \$800,000 COP

Mesa de Corte, Cantidad: 1

Costo unitario: \$1,000,000 COP

Total: \$1,000,000 COP

Tijeras de Corte Industrial, Cantidad: 3

Costo unitario: \$50,000 COP

Total: \$150,000 COP

Total Maquinaria: \$12,650,000 COP

Mobiliario

Sillas Ergonómicas para Operarios, Cantidad: 3

Costo unitario: \$300,000 COP

Total: \$900,000 COP

Estanterías para Almacenamiento, Cantidad: 2

Costo unitario: \$400,000 COP

Total: \$800,000 COP

Escritorio para Administración, Cantidad: 1

Costo unitario: \$600,000 COP

Total: \$600,000 COP

Silla Ergonómica para Administración, Cantidad: 1

Costo unitario: \$350,000 COP

Total: \$350,000 COP

Total Mobiliario: \$2,650,000 COP

Equipos Administrativos

Computador para Diseño y Gestión, Cantidad: 1

Costo unitario: \$4,500,000 COP

Total: \$4,500,000 COP

Impresora Multifuncional, Cantidad: 1

Costo unitario: \$500,000 COP

Total: \$500,000 COP

Total Equipos Administrativos: \$5,000,000 COP

Costos de Remodelación

Adecuación de Espacios

Costo estimado: **\$2,000,000 COP**

En este módulo financiero de Waibblue, se detallan las inversiones en infraestructura, maquinaria y mobiliario necesarios para la implementación y operación del negocio, así como los flujos de caja y rentabilidad proyectada.

Fuente de Financiación	Monto	Destinación
Aporte en Efectivo	\$20,000,000 COP	Adquisición de maquinaria, mobiliario, equipos, y capital de trabajo.
Aporte en Bienes (espacio de trabajo)	\$5,000,000 COP	Espacio y adecuación para producción.
Crédito Bancario (opcional)	\$10,000,000 COP	Inversiones fijas y capital de trabajo.

Tabla 26. Ingresos.

Fuente: Propia.

Concepto	Monto
Activos	
Maquinaria	\$12,650,000 COP
Mobiliario	\$2,650,000 COP
Equipos Administrativos	\$5,000,000 COP
Adecuación de Espacio	\$2,000,000 COP
Efectivo	\$20,000,000 COP
Total Activos	\$42,300,000 COP
Pasivos	
Crédito Bancario (opcional)	\$10,000,000 COP
Total Pasivos	\$10,000,000 COP
Patrimonio Neto	
Aporte del Emprendedor	\$20,000,000 COP
Aporte en bienes (espacio de trabajo)	\$5,000,000 COP
Total Patrimonio Neto	\$25,000,000 COP

Tabla 27. Balance Inicial Fuente: creado por el autor

Categoría	Costo Total (COP)
Maquinaria	\$12,650,000
Mobiliario	\$2,650,000

Equipos Administrativos	\$5,000,000
Remodelación	\$2,000,000
Total	\$22,300,000

Tabla 28. Resumen General.

Fuente: Propia.

6.1 EGRESOS

Como Waibblue, nuestra proyección de egresos se enfoca en tres pilares fundamentales que nos permitirán no solo iniciar operaciones, sino también crecer y mantener la calidad que nos caracteriza en cada etapa del negocio. Estos tres pilares son:

Índice de Actualización Monetaria.

Inversiones Fijas y Diferidas.

Costos de Puesta en Marcha.

ÍNDICE DE ACTUALIZACIÓN MONETARIA

En Waibblue, entendemos que los costos tienden a incrementarse con el tiempo debido a factores como la inflación. Por eso, proyectamos un índice de actualización monetaria del 5% anual lo que nos permite planificar de manera realista el crecimiento de nuestros gastos. Este porcentaje será aplicado a todos nuestros costos operativos recurrentes, asegurando que nuestras finanzas estén preparadas para futuros aumentos.

INVERSIONES FIJAS Y DIFERIDAS

Para garantizar la calidad y eficiencia en nuestra producción y gestión, Waibblue realizará importantes inversiones tanto al inicio como en el futuro.

Inversiones Fijas (Iniciales)

Las inversiones fijas son aquellos activos que adquirimos para poner en marcha la operación de Waibblue. A continuación, se detallan nuestras principales inversiones:

Categoría	Costo Total (COP)
Maquinaria (Máquinas de coser, Overlock, etc.)	\$12,650,000
Mobiliario (Sillas, estanterías, mesas)	\$2,650,000
Equipos Administrativos (Computador, impresora)	\$5,000,000
Adecuación del Espacio (Optimización del taller)	\$2,000,000
Total Inversiones Fijas	\$22,300,000

Tabla 29. Inversiones Fijas.

Fuente: Propia.

Inversiones Diferidas (Proyectadas)

En Waiblu, sabemos que la tecnología y las herramientas deben estar siempre actualizadas. Por eso, consideramos inversiones diferidas, planificadas para asegurar la continuidad del negocio:

Actualización de Equipos Administrativos: Waiblu invertirá aproximadamente \$5,000,000 COP cada dos años para renovar y actualizar los equipos tecnológicos.

Mantenimiento de Maquinaria: Para asegurar la eficiencia en la producción, se destinará un monto anual de \$1,500,000 COP al mantenimiento de la maquinaria.

COSTOS DE PUESTA EN MARCHA

Los costos de puesta en marcha incluyen todos aquellos gastos que Waiblu necesita cubrir para comenzar sus operaciones de manera efectiva. Estos son los elementos clave:

Concepto	Costo Estimado (COP)
Compra de Insumos Iniciales	\$2,500,000
Capacitación del Personal (Operarios y Administración)	\$1,200,000

Gastos Legales y Administrativos (registro, licencias)	\$500,000
Publicidad Inicial	\$800,000
Servicios Públicos (3 meses estimados)	\$900,000
Total Costos de Puesta en Marcha	\$5,900,000

Tabla 30. Puesta en marcha.

Fuente: Propia.

Egresos Iniciales de Waiblu:

Categoría	Monto (COP)
Inversiones Fijas	\$22,300,000
Costos de Puesta en Marcha	\$5,900,000
Total Egresos Iniciales	\$28,200,000

Tabla 31. Egresos.

Fuente: Propia

Estos egresos reflejan el compromiso de Waiblu por establecer una base sólida para el emprendimiento, asegurando tanto el equipamiento necesario como los recursos para una operación eficiente desde el primer día.

6.3 CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo es esencial para asegurar que Waiblu funcione de manera eficiente en su día a día. Representa los recursos que necesitamos para financiar nuestras operaciones hasta que las ventas comiencen a fluir y podamos recuperar nuestras inversiones. A continuación, detallo los componentes clave del capital de trabajo:

Componentes del Capital de Trabajo

Componente	Descripción	Costo Estimado (COP)
Materia Prima	Insumos necesarios para la confección de prendas.	\$3,000,000
Insumos	Materiales adicionales como hilos, botones, cierres, etc.	\$1,500,000
Pago de Mano de Obra	Salarios para los operarios y el personal administrativo durante el primer mes de operación.	\$2,000,000
Costos de Transporte	Gastos relacionados con el transporte de materias primas y productos terminados.	\$800,000
Materiales de Empaque	Gastos en cajas, bolsas y otros materiales necesarios para empaquetar los productos.	\$400,000
Servicios Públicos	Gastos estimados de servicios públicos (electricidad, agua, internet) por un mes.	\$300,000
Otros Gastos Operacionales	Gastos menores relacionados con la operación diaria.	\$700,000
Total Capital de Trabajo		\$10,700,000

Tabla 32. Capital de Trabajo.

Fuente: Propia.

Descripción de Cada Componente

Materia Prima: Los materiales esenciales que se utilizarán en la producción de prendas. Esto incluye telas y otros componentes necesarios para la confección.

Insumos: Elementos adicionales como hilos, botones y cierres que son necesarios para completar las prendas de forma adecuada.

Pago de Mano de Obra: Incluye los salarios del equipo de trabajo, tanto de confección como del personal administrativo, asegurando que todos los operativos estén debidamente remunerados.

Costos de Transporte: Consideramos los gastos que incurre el negocio al mover materia prima hacia el taller y productos terminados hacia los clientes o puntos de venta.

Materiales de Empaque: Incluyen los insumos necesarios para empaquetar los productos terminados, asegurando que lleguen a los clientes en perfectas condiciones.

Servicios Públicos: Gastos mensuales estimados para asegurar la operatividad del taller y la oficina.

Otros Gastos Operacionales: Esto abarca costos menores que podrían surgir en el día a día, como suministros de oficina o gastos de mantenimiento.

El capital de trabajo de Waiblu, estimado en \$10,700,000 COP, es crucial para garantizar que podamos operar sin contratiempos en los primeros meses de actividad. Este presupuesto nos permite adquirir lo necesario para iniciar nuestra producción, cubrir los salarios y mantener nuestras operaciones hasta que las ventas comiencen a generar ingresos. Con una gestión adecuada de este capital, estamos seguros de que Waiblu podrá alcanzar su potencial en el mercado.

7. PLAN OPERATIVO.

El Plan Operativo es fundamental para el éxito de Waiblue, ya que nos permite planificar y gestionar todas las actividades necesarias para el funcionamiento del negocio de manera eficiente. A continuación, se presenta el cronograma de actividades que detalla las tareas que llevaremos a cabo, los recursos necesarios y los plazos establecidos.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Actividad	Descripción	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Recursos Necesarios	Metas a Lograr
Investigación de Mercado	Realizar encuestas y análisis de la competencia.	X			Encuestas, software de análisis de datos.	Comprender las necesidades del cliente.
Diseño de Productos	Crear y prototipar las prendas para la colección inicial.	X	X		Materiales de diseño, software de diseño.	Finalizar la colección de productos.
Compra de Materia Prima	Adquirir los insumos necesarios para la producción.	X			Presupuesto destinado a compra de materia prima.	Asegurar disponibilidad de insumos.
Producción	Confeccionar las prendas		X	X	Maquinaria, mano de obra,	Completar la producción de la colección.

	de la colección.				espacio de trabajo.	
Desarrollo de Estrategia de Marketing	Planificar las acciones de promoción y publicidad.		X	X	Presupuesto de marketing, plataformas digitales.	Crear un plan de marketing efectivo.
Lanzamiento de la Marca	Realizar el evento de lanzamiento y promoción de Waiblué.			X	Espacio para el evento, materiales promocionales.	Atraer a los primeros clientes y generar ventas.
Evaluación de Resultados	Analizar el desempeño de las ventas y la satisfacción del cliente.			X	Software de gestión y análisis.	Identificar áreas de mejora y ajustar estrategias.

Tabla 33. Cronograma de actividades

Fuente: Propia

DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

Investigación de Mercado: Es esencial para entender la demanda y competencia en el sector de moda urbana permitiendo a Waibblue identificar oportunidades y definir su propuesta de valor.

Diseño de Productos: En esta etapa se desarrollarán las prendas que formarán parte de la colección inicial asegurando que sean atractivas y de calidad.

Compra de Materia Prima: Adquirir los insumos necesarios para la producción garantizará que el proceso de confección se realice sin interrupciones.

Producción: Una vez que se tengan los diseños y la materia prima, se procederá a la confección de las prendas asegurando calidad y cumplimiento de los tiempos de entrega.

Desarrollo de Estrategia de Marketing: Se planificarán acciones promocionales para dar a conocer la marca, utilizando redes sociales y otros canales de marketing digital.

Lanzamiento de la Marca: Este evento será clave para presentar Waibblue al mercado y atraer a los primeros clientes.

Evaluación de Resultados: Analizar el desempeño de las ventas y la satisfacción del cliente permitirá realizar ajustes y mejorar las estrategias de negocio.

El cronograma de actividades de Waibblue es una herramienta valiosa que nos permite mantener un seguimiento claro de nuestras acciones y recursos a lo largo de los meses. Al establecer metas y requerimientos específicos para cada actividad, garantizamos que nuestro proyecto se desarrolle de manera ordenada y eficiente maximizando nuestras oportunidades de éxito en el mercado de moda urbana.

METAS SOCIALES

METAS SOCIALES DE WAIBLUE

Metas Sociales

Waibblue se propone establecer un impacto significativo en la comunidad mediante la promoción de la cultura Raizal a través de la moda. Las metas sociales abarcan:

Promoción de la Cultura Raizal:

A través de cada diseño y estampado, se buscará visibilizar la riqueza cultural de la comunidad Raizal fomentando un entendimiento y aprecio por sus tradiciones. Esto implica el desarrollo de colecciones que incorporen símbolos, colores y patrones que son representativos de la cultura Raizal.

Se organizarán exposiciones y eventos comunitarios donde se presenten estos diseños, invitando a la comunidad y al público en general a conocer y celebrar la herencia cultural de la región. La intención es crear un puente entre el arte, la moda y la cultura donde cada prenda cuente una historia.

Educación y Capacitación:

Waibblue implementará talleres y experiencias inmersivas para educar a los consumidores sobre las técnicas de diseño locales y la historia cultural detrás de los productos. Estos talleres no solo se centrarán en la confección de prendas, sino también en la transmisión de conocimientos sobre la historia y el significado de los diseños.

Se invitará a expertos y artesanos de la comunidad a impartir clases, asegurando que las técnicas tradicionales se conserven y se transmitan a las nuevas generaciones. Además, se fomentará la participación de jóvenes en estos talleres brindándoles herramientas para su desarrollo personal y profesional en el ámbito de la moda.

Sostenibilidad

Waibblue priorizará prácticas sostenibles en la producción, utilizando materiales reciclables y técnicas de confección que minimicen el desperdicio. La marca se compromete a trabajar con proveedores que compartan estos valores estableciendo relaciones comerciales éticas y responsables.

Se implementarán iniciativas para la recolección y reciclaje de prendas al final de su ciclo de vida, alentando a los consumidores a participar en la sostenibilidad. Esto no solo reducirá el impacto ambiental, sino que también educará a la comunidad sobre la importancia de cuidar el medio ambiente a través de acciones concretas.

ENFOQUE EN EL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO

El proyecto de Waibblue se enmarca en el Plan Nacional de Desarrollo al alinearse con los objetivos de promover el desarrollo sostenible, la inclusión social y la valorización de las culturas locales. Al ofrecer productos que reflejan la diversidad cultural y al involucrar a la comunidad en el proceso de producción, Waibblue apoya el fomento de la economía creativa y cultural, elementos clave en las políticas de desarrollo del país.

Fomento de la Economía Creativa: Waibblue contribuirá a la creación de un ecosistema de emprendimiento que no solo se basa en la producción de bienes, sino que promueve la cultura como un activo valioso para el desarrollo económico. Esto se traducirá en oportunidades de trabajo para artistas y diseñadores locales.

Inclusión Social: Al priorizar la contratación de miembros de la comunidad Raizal, el proyecto también busca reducir las barreras sociales y económicas que enfrentan muchos en la región. Waibblue se compromete a promover la diversidad y la inclusión en todos sus aspectos operativos, garantizando que todos tengan voz y representación en el negocio.

ENFOQUE EN EL PLAN REGIONAL DE DESARROLLO

A nivel regional, Waibblue se ajusta a las estrategias del Plan Regional de Desarrollo al contribuir al fortalecimiento de la identidad cultural y al desarrollo de la economía local. El proyecto busca crear un espacio que resalte la cultura Raizal y genere oportunidades de empleo y capacitación para los habitantes de la región.

Fortalecimiento de la Identidad Cultural: A través de la creación de un espacio físico o virtual donde se exhiban y vendan los productos, se fomentará un sentido de pertenencia entre los residentes. Esto puede incluir ferias, mercados y exposiciones que resalten las tradiciones y costumbres de la comunidad.

Desarrollo Económico Local: Al trabajar con proveedores locales y artesanos, Waibblue ayudará a crear un círculo económico positivo donde el dinero invertido en la comunidad vuelva a la misma, fomentando un desarrollo sostenible. Esto no solo beneficiará a la marca, sino que también fortalecerá la economía de la región en general.

ASOCIACIÓN CON CLUSTERS O CADENAS PRODUCTIVAS

Waibblue se asocia con el Cluster de la Moda y la Industria Textil, contribuyendo al desarrollo de la cadena productiva local. Esta colaboración permitirá la integración de pequeñas y medianas empresas en el proceso de producción y distribución, impulsando la economía regional y generando un impacto positivo en la comunidad.

Colaboración con Otros Emprendedores: Al formar parte de un cluster, Waibblue tendrá la oportunidad de colaborar con otros emprendedores y compartir conocimientos, recursos y experiencias. Esto creará un entorno de apoyo mutuo que beneficiará a todos los miembros del cluster.

Integración de Proveedores Locales: La asociación con la cadena productiva permitirá que Waibblue trabaje de manera cercana con proveedores de materias primas locales, asegurando la calidad y autenticidad de los productos. Esto también fortalecerá las relaciones comerciales dentro de la comunidad.

EMPLEO DIRECTO E INDIRECTO A GENERAR

Empleo Directo: Waibblue generará empleo directo para 3 operarios en el área de confección y 1 diseñador. Estos empleados serán responsables de la producción, el diseño y la gestión del negocio. Se promoverán condiciones laborales justas y un ambiente de trabajo inclusivo, donde se valore la creatividad y el trabajo en equipo.

Empleo Indirecto: A través de la colaboración con artesanos locales y proveedores de materia prima, se generarán oportunidades de empleo indirecto, beneficiando a otros trabajadores en la cadena de suministro. Esto incluirá la contratación de personal para la producción de materiales y el transporte de los productos, así como la posibilidad de crear un equipo de marketing que fomente la marca.

Características de la Población a Emplear: Se priorizará la contratación de personas de la comunidad Raizal, fomentando la inclusión social y el desarrollo económico en la región. Se buscará empleados con conocimientos en técnicas de confección, diseño y un entendimiento profundo de la cultura local. Además, se establecerán programas de capacitación para desarrollar habilidades específicas en el sector de la moda.

EMPRENEDORES

Waibblue se posiciona como un proyecto que inspira a otros emprendedores en la comunidad, al demostrar que es posible crear un negocio que no solo sea rentable, sino que también genere un impacto social y cultural.

Mentoría y Capacitación: Waibblue se compromete a ofrecer mentoría a nuevos emprendedores, brindando herramientas y conocimientos que les ayuden a lanzar y gestionar sus propios negocios. Esto puede incluir talleres sobre planificación de negocios, marketing y sostenibilidad.

Fomento de la Cultura Emprendedora: A través de la creación de un ecosistema de apoyo, Waibblue espera fomentar una cultura emprendedora en la comunidad, donde se celebren las iniciativas locales y se comparta el conocimiento entre los emprendedores. Esto generará un

ambiente propicio para la innovación y la creatividad, impulsando el desarrollo económico de la región.

Las metas sociales de Waibblue reflejan su compromiso con la cultura Raizal, la sostenibilidad y el desarrollo económico local. A través de un enfoque integral que incluye la educación, la generación de empleo y la colaboración con otros actores de la comunidad, Waibblue no solo busca ser un referente en moda sostenible, sino un agente de cambio positivo en la región impactando de manera significativa en la preservación y difusión de la cultura local.

IMPACTO ECONÓMICO, REGIONAL, SOCIAL Y AMBIENTAL.

IMPACTO ECONÓMICO

Generación de Empleo Directo: La creación de 5 empleos directos será fundamental para el funcionamiento de Waibblue. Estos incluyen:

Diseñadora/Administradora: Responsable del diseño y la gestión administrativa.

Confeccionistas (2): Encargados de la producción de las prendas.

Artesana: Especialista en detalles y acabados que aportan valor cultural a los productos.

Marketing: Encargada de la promoción y venta de los productos.

Empleo Indirecto: Se contemplará la contratación de freelancers para funciones específicas como diseño gráfico, marketing digital y asesoría legal. Esto no solo diversificará las habilidades dentro del equipo, sino que apoyará a profesionales independientes de la región.

Ventas Nacionales: Se espera alcanzar un volumen de ventas que genere ingresos significativos contribuyendo a la economía local a través de la compra de insumos y materias primas a proveedores locales.

Proveedores Locales: La marca priorizará la adquisición de insumos y materiales de proveedores locales, contribuyendo al desarrollo de la economía regional.

IMPACTO SOCIAL

Inclusión y Diversidad: Waibblue se compromete a promover la cultura Raizal a través de la moda, creando conciencia sobre la riqueza cultural de la comunidad. La producción de prendas que reflejan esta cultura contribuirá a la autoestima y el sentido de pertenencia de la comunidad.

Capacitación y Formación: Se prevé implementar talleres de formación en técnicas de confección y diseño, tanto para los empleados como para la comunidad interesada. Esto permitirá el desarrollo de habilidades que pueden ser utilizadas en otros ámbitos, fomentando el autoempleo.

Apoyo a Iniciativas Locales: Un porcentaje de las ganancias se destinará a iniciativas que promuevan la cultura y el desarrollo económico en el Archipiélago. Esto incluye la financiación de proyectos culturales y educativos que beneficien a la comunidad.

IMPACTO AMBIENTAL

Prácticas Sostenibles: Waibblue adoptará un enfoque de producción sostenible, utilizando materiales ecológicos y técnicas que minimicen el impacto ambiental. Se fomentará el uso de tintes naturales y materiales reciclados siempre que sea posible.

Planes de Mitigación Ambiental: Se implementarán estrategias para minimizar la generación de residuos durante el proceso de producción. La empresa se compromete a gestionar adecuadamente los residuos generados, colaborando con entidades locales para su reciclaje o disposición responsable.

Compensación: Se explorará la posibilidad de compensar el impacto ambiental mediante la reforestación de áreas locales o la colaboración con proyectos que busquen proteger el entorno natural del Archipiélago.

CUANTIFICACIÓN DE RESULTADOS:

Generación de Empleo Directo:

5 empleos directos.

Ventas Proyectadas:

Proyección de ingresos de \$30,000,000 COP anuales en el primer año.

Proveedores Locales:

Se estima una colaboración con al menos 10 proveedores locales de materia prima, promoviendo la economía regional.

Inversión en Capacitación:

Se destinarán \$5,000,000 COP anuales para la capacitación de empleados y miembros de la comunidad.

Impacto Ambiental:

Se establecerá un fondo de \$3,000,000 COP anuales para implementar proyectos de mitigación y compensación ambiental.

8. METODOLOGIA.

ANÁLISIS DE CONTENIDO CUALITATIVO

El Análisis de Contenido Cualitativo es una metodología de investigación ampliamente utilizada en las varias áreas, cuya finalidad es interpretar y comprender los significados, patrones y temas presentes en un conjunto de datos textuales o cualitativos. Se enfoca en el análisis sistemático de contenido textual permitiendo extraer información significativa de respuestas abiertas, entrevistas, transcripciones de diálogos, documentos o cualquier otro tipo de datos que no sean numéricos. Esta metodología es especialmente útil cuando se busca explorar las percepciones, experiencias y opiniones de los individuos, proporcionando una perspectiva más profunda y comprensiva de los fenómenos estudiados (Donaduzzi, Colomé Beck, Heck Weiller, da Silva Fernandes, & Viero, 2015).

En el contexto del análisis de datos de encuestas, el análisis de contenido cualitativo se centra en identificar y categorizar respuestas textuales con el fin de descubrir temas comunes, tendencias emergentes y la diversidad de opiniones entre los encuestados (Porta & Silva, 2003). La metodología se basa en un enfoque inductivo donde los investigadores comienzan examinando los datos en bruto para identificar patrones o categorías emergentes, en lugar de basarse en hipótesis preconcebidas. Esto le otorga al análisis de contenido una flexibilidad particular que permite capturar las sutilezas y matices presentes en los datos cualitativos.

El proceso de análisis de contenido cualitativo implica varias etapas. La primera fase es la preparación de los datos, donde se recolectan y organizan las respuestas textuales asegurando que estén completas y listas para ser analizadas. Este paso es fundamental para garantizar la coherencia y precisión del análisis posterior (Donaduzzi, Colomé Beck, Heck Weiller, da Silva Fernandes, & Viero, 2015). La segunda fase es la codificación, donde se identifican palabras clave, frases o conceptos relevantes dentro de los datos. Esta codificación puede ser abierta, en la que los códigos se generan a medida que se revisan los datos o basada en una lista preestablecida de códigos que guían el análisis. Los códigos son etiquetas o categorías

que ayudan a organizar el contenido y a segmentar la información en unidades más manejables (Porta & Silva, 2003).

Una vez realizada la codificación, se procede a la categorización, donde los códigos identificados se agrupan en temas o categorías más amplias. Esta etapa permite reconocer patrones en las respuestas y establecer relaciones entre los diferentes conceptos emergentes. Es común que durante la categorización, se realice una revisión iterativa del proceso de codificación para refinar las categorías y asegurar que sean representativas de los datos. El objetivo de esta fase es identificar los temas recurrentes y discernir cuáles son los más relevantes para los objetivos del estudio (Porta & Silva, 2003).

Posteriormente, se lleva a cabo la interpretación de los datos en la cual se analizan los temas y categorías identificados en busca de significados subyacentes o implicaciones importantes. En esta fase, el investigador intenta responder preguntas clave, como: ¿qué patrones emergen de las respuestas? ¿Cómo se relacionan estos patrones con las hipótesis iniciales o los objetivos de la investigación? La interpretación puede ir más allá de simplemente enumerar los temas recurrentes; también implica entender el contexto en que se presentan y las diferencias o similitudes en las respuestas de los participantes.

El análisis de contenido cualitativo es especialmente valioso en la investigación social porque permite al investigador dar voz a los participantes y entender su perspectiva desde sus propias palabras. A diferencia de los métodos cuantitativos, que buscan generalizar los resultados a partir de datos estadísticos, el análisis de contenido cualitativo se enfoca en la profundidad de la comprensión, ofreciendo una visión más rica y detallada del fenómeno estudiado (Donaduzzi, Colomé Beck, Heck Weiller, da Silva Fernandes, & Viero, 2015). Esta metodología es adecuada para estudios exploratorios, investigaciones que buscan construir teorías emergentes o para analizar la complejidad de ciertos temas que no pueden ser capturados fácilmente con números.

En la práctica, el análisis de contenido cualitativo también presenta algunos desafíos. La subjetividad del investigador puede influir en la forma en que se codifican e interpretan los datos lo que requiere estrategias para asegurar la validez y la confiabilidad de los hallazgos. Por esta razón, es recomendable que el proceso de codificación sea llevado a cabo por más

de una persona, o que se revisen los resultados con colegas para minimizar sesgos y asegurar la coherencia en la interpretación (Porta & Silva, 2003).

El análisis de contenido cualitativo es una metodología eficaz y flexible para interpretar los datos cualitativos, que permite identificar temas y patrones significativos dentro del contenido textual. Es una herramienta valiosa para entender en profundidad las opiniones, percepciones y experiencias de las personas especialmente en estudios sociales y de comportamiento. Al centrarse en la codificación, categorización e interpretación de datos proporciona una base sólida para la comprensión cualitativa de los fenómenos estudiados y permite extraer conclusiones relevantes que pueden ser utilizadas para mejorar estrategias, tomar decisiones informadas o generar nuevas hipótesis para investigaciones futuras (Porta & Silva, 2003).

8.1 RESULTADOS

8.2 ENCUESTA

Con el fin de comprender mejor a nuestro público objetivo y adaptar nuestras ofertas a sus preferencias, se creó una encuesta dirigida a los potenciales consumidores de Waibblue. Esta encuesta tenía como propósito recolectar información sobre sus gustos, expectativas y percepciones en relación con la moda playera y la cultura Raizal.

A continuación, se muestra la encuesta:

Descripción del Cliente de la Marca WaiBlue

Este cuestionario es con fines académicos y busca investigar la relación entre la moda playera y la identidad cultural de la comunidad Raizal en el Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, Colombia. Se enfatiza la importancia de crear experiencias de compra que fomenten la diversidad cultural. En este contexto, se destacan marcas como WaiBlue, que adoptan un enfoque socialmente responsable y diseñan prendas que respetan y representan dignamente la identidad Raizal. El proyecto demuestra cómo la moda playera puede servir como un vehículo para preservar y celebrar la diversidad cultural.

[Cambiar de cuenta](#)



 No compartido

* Indica que la pregunta es obligatoria

Figura 8. Encuesta.

Fuente: Propia.

Productos de la Marca WaiBlue



Figura 9. Encuesta.

Fuente: Propia.



Figura 10. Encuesta.

Fuente: Propia.

1. Lugar de residencia:

Tu respuesta _____

¿Conoce usted el Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina ?
¿Porque motivo?

SI

NO

¿Conoce usted la comunidad Raizal en Colombia?

SI

NO

¿Con qué frecuencia viaja usted a la playa?

Todos los fines de semana

Varias veces al mes

Una vez al mes

Una vez al año o dos veces al año

Figura 11. Encuesta.

Fuente: Propia.

¿Usted considera que la ropa de playa puede ser una pieza iconográfica de la moda?

- SI
- NO

Dentro de las siguientes opciones, por favor escoja la que más se relacione con sus gustos y preferencias a la hora de comprar ropa de playa. ¿Está usted interesado en prendas con:

- Estampados
- Cortes asimétricos
- Colores vibrantes
- Colores neutros
- Diseños minimalistas

¿Dónde prefiere realizar sus compras habituales?

- Tiendas físicas
- Tiendas en línea
- Ambos por igual
- ¿Tiene una marca en especial donde compra su ropa de playa?

Figura 12. Encuesta.

Fuente: Propia.

¿Qué factor es más importante para usted al elegir un producto como el nuestro?

- Precio
- Calidad
- Diseño
- Marca

¿Hasta cuánto estaría dispuesto a pagar por una prenda que incluya diseños culturales y una excelente calidad? Ejemplo: trajes de baño.

- Desde \$79.99 hasta \$149.000
- Desde \$150.000 hasta \$249.000
- Desde \$250.000 hasta \$349.000
- Desde \$350.000 hasta \$420.000

¿Qué factores influyen más en la elección de ropa de playa?

- Moda y tendencias actuales
- Recomendaciones de amigos/familiares
- Opiniones de otros clientes en línea
- Comodidad y ajuste
- Material y calidad de la tela
- Precio asequible
- Sostenibilidad y preocupaciones ambientales

Figura 13. Encuesta.

Fuente: Propia.

¿Estaría interesado/a en recibir descuentos y promociones exclusivas de WaiBlue por correo electrónico? *

SI

NO

TAL VEZ

Figura 14. Encuesta.

Fuente: Propia.

APLICACIÓN DE LA ENCUESTA

A continuación, se presentan los resultados de la encuesta, que nos brindarán información valiosos para fortalecer nuestra propuesta de valor y asegurar que nuestros productos reflejen auténticamente las necesidades y deseos de nuestra comunidad

1. Lugar de residencia:

109 respuestas

Miami florida
Cartagena
Medellín
Archipiélago de san Andrés y providencia
Medellín
San Andrés islas
Itagüí
Cartagena de indias
San Andrés isla

Figura 15. Aplicación de la encuesta.

Fuente: Propia.

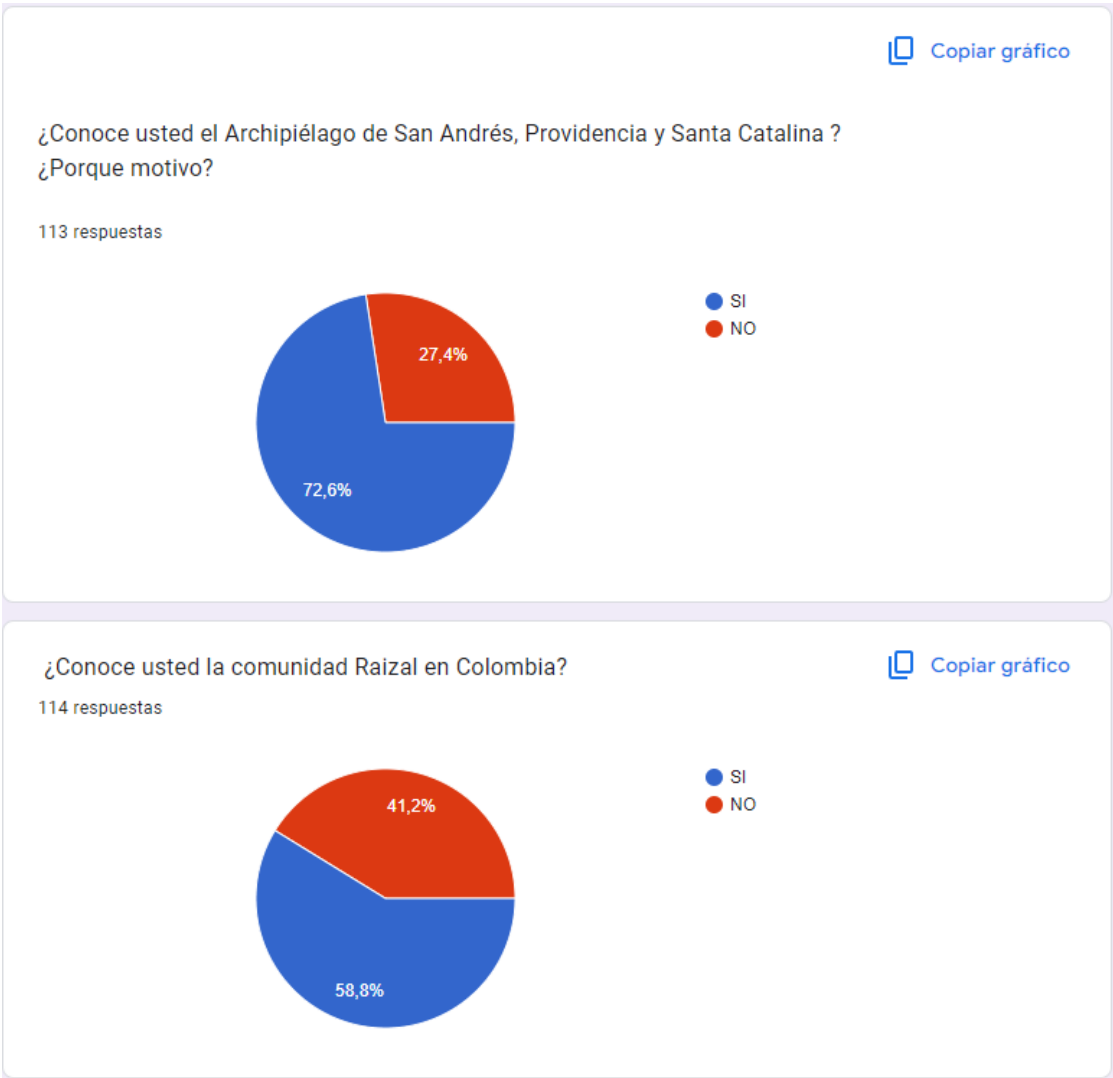


Figura 16. Aplicación de la encuesta.

Fuente: Propia.

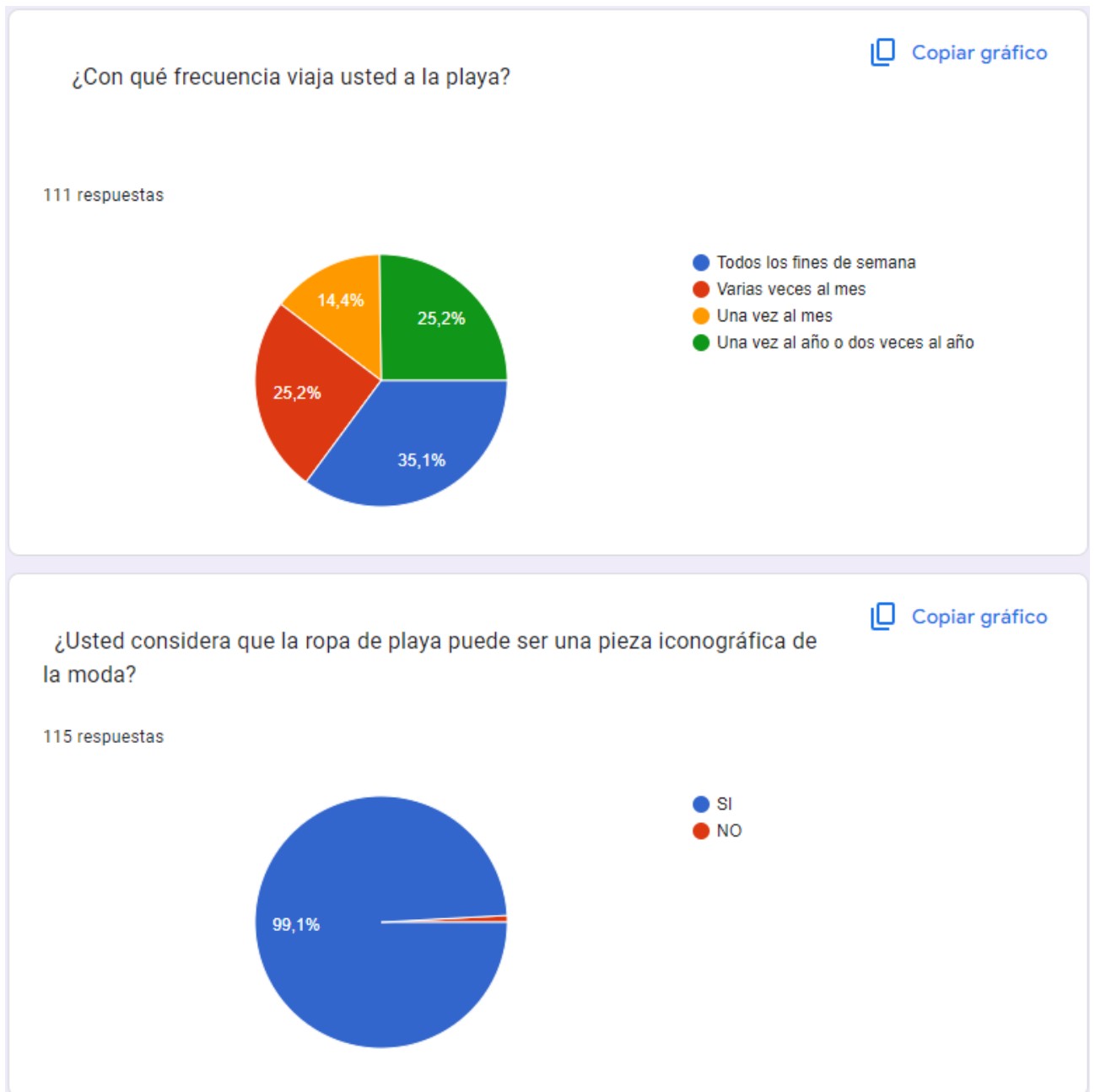


Figura 17. Aplicación de la encuesta.

Fuente: Propia.



Figura 18. Aplicación de la encuesta.

Fuente: Propia.

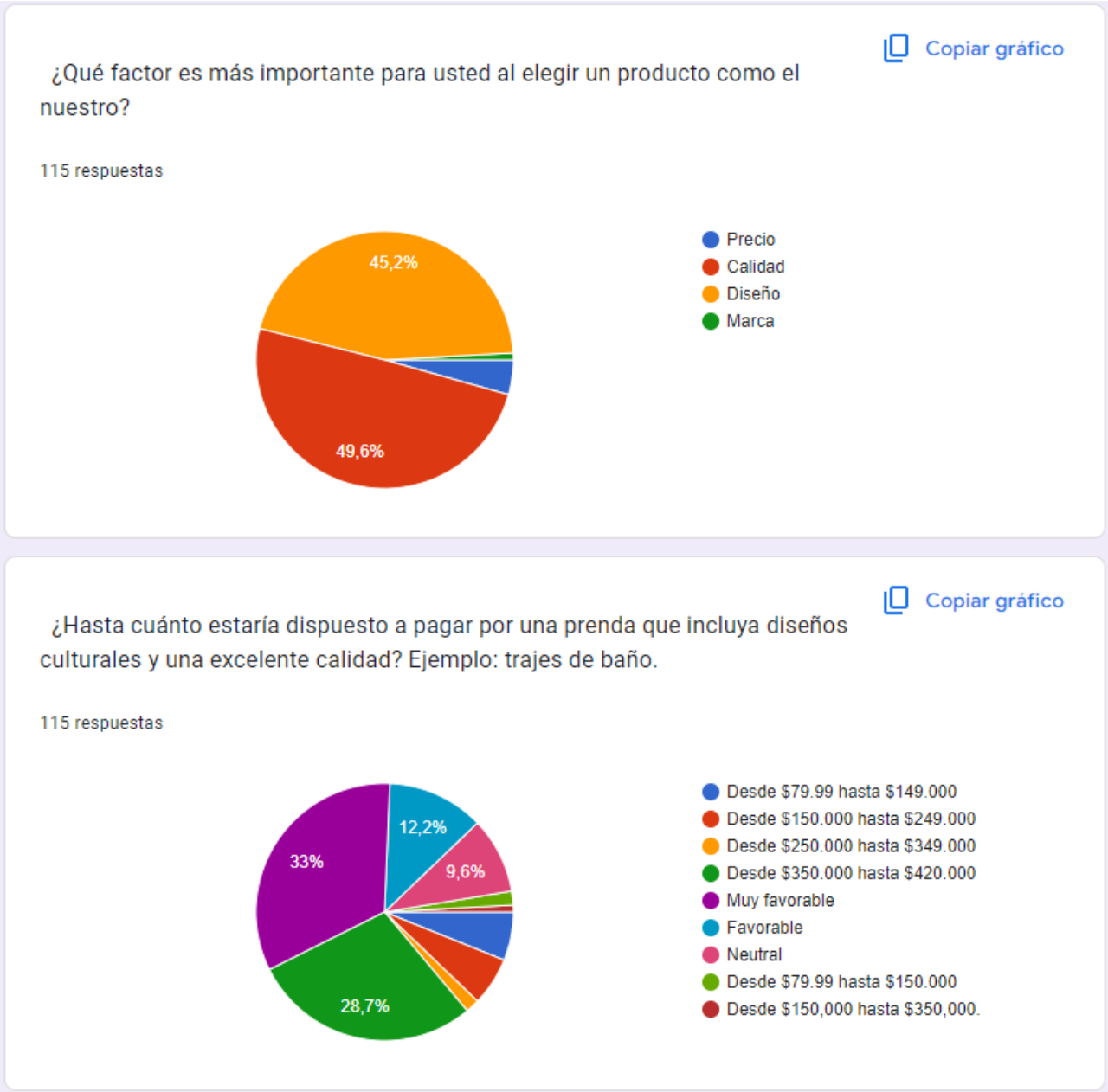


Figura 19. Aplicación de la encuesta.

Fuente: Propia.

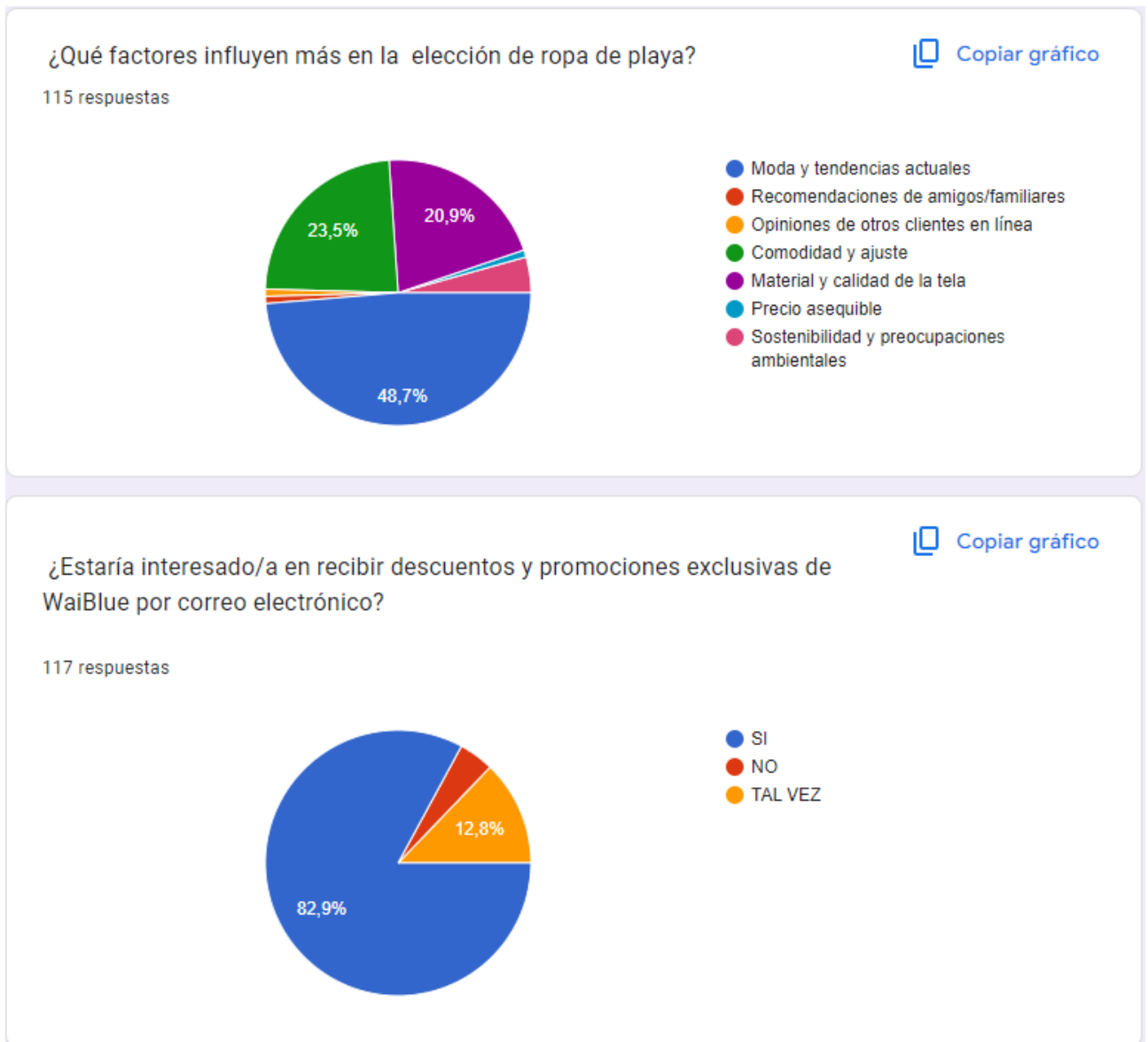


Figura 20. Aplicación de la encuesta.

Fuente: Propia.

8.3 ANÁLISIS DE ENCUESTA

La encuesta realizada para Waiblu ha proporcionado información clave sobre el perfil del público objetivo, sus preferencias y comportamientos de compra. A continuación, se presenta un análisis detallado de los resultados con el objetivo de identificar características y necesidades del público objetivo, para alinearlas con la misión y visión de la marca.

Lugar de Residencia

Las respuestas indican una amplia dispersión geográfica, con menciones de lugares como Miami, Florida, Cartagena, Medellín, el Archipiélago de San Andrés y Providencia y ciudades en Colombia y otros países. La mayor concentración de respuestas proviene de San Andrés y Cartagena lo que sugiere un interés particular en estas zonas por la moda playera. Esto es relevante para Waiblu, ya que estas áreas tienen un fuerte vínculo con la cultura playera y la comunidad Raizal lo que facilita la conexión entre los productos de la marca y su propuesta cultural.

Conocimiento del Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina

Solo el 28.1% de los encuestados conoce el archipiélago, lo que resalta una necesidad importante para Waiblu: educar y sensibilizar a los consumidores sobre esta región y su cultura. La baja familiaridad con el archipiélago implica que la marca debe trabajar en estrategias de comunicación que incluyan historias y narrativas visuales para introducir y resaltar la importancia cultural de la zona y sus raíces Raizales.

Conocimiento de la Comunidad Raizal

Un 58.3% de los encuestados conoce la comunidad Raizal, lo cual es positivo para Waiblu, ya que indica que más de la mitad del público objetivo tiene al menos alguna noción de la cultura que la marca busca visibilizar. Para captar la atención del 41.7% restante, Waiblu debe enfocar esfuerzos en difundir aspectos culturales y sociales de la comunidad Raizal a través de sus colecciones y campañas.

Frecuencia de Viajes a la Playa

Los datos muestran que el 35.7% de los encuestados viaja a la playa todos los fines de semana, lo que refleja una fuerte relación con un estilo de vida costero o playero. Otro 25% viaja varias veces al mes, lo que indica que una gran parte del público objetivo tiene una

conexión frecuente con entornos playeros. Esto sugiere que la ropa de Waibblue debe ofrecer características funcionales, estéticas y duraderas diseñadas para el uso regular en ambientes costeros.

Ropa de Playa como Pieza Iconográfica de la Moda

Una abrumadora mayoría (99.1%) considera que la ropa de playa puede ser una pieza iconográfica de la moda. Este dato confirma que el público objetivo valora el significado cultural y estético de la ropa de playa, lo cual es un punto a favor para Waibblue, ya que su misión es destacar el valor cultural y la identidad a través del diseño de sus prendas.

Preferencias de Compra para Ropa de Playa

50.9% prefiere prendas con estampados, lo cual es coherente con la visión de Waibblue de utilizar elementos visuales que narren historias culturales.

Un 15.5% se inclina por colores vibrantes, mientras que el 14.7% prefiere colores neutros. Esta diversidad de preferencias puede ser aprovechada para crear colecciones con una gama amplia de colores que incluyan tanto opciones llamativas como más sobrias, siempre respetando el estilo cultural.

Los cortes asimétricos y los diseños minimalistas son menos populares, con un 10.3% y 8.6%, respectivamente, lo que sugiere que la estética visual es más importante que la estructura o la simplicidad en el diseño.

Preferencia de Compra

Un significativo 69.8% prefiere comprar tanto en tiendas físicas como en línea lo que indica que Waibblue debe tener una presencia fuerte en ambos canales para satisfacer las necesidades de su público. La marca puede considerar la integración de experiencias inmersivas en tiendas físicas, cuando estas sean abiertas y una plataforma en línea robusta con contenido cultural para atraer a los consumidores en ambos entornos.

Factores Más Importantes al Elegir un Producto

La calidad y el diseño son los factores más valorados con un 49.1% y 45.7% respectivamente. Este hallazgo subraya la importancia de ofrecer productos bien elaborados y estéticamente atractivos. La misión de Waibblue de ofrecer calidad y celebrar la cultura se alinea perfectamente con estas preferencias, sugiriendo que la marca debería continuar enfocándose en estos aspectos.

Disposición a Pagar

El 39.7% de los encuestados está dispuesto a pagar entre \$150,000 y \$249,000 y el 38.8% considera pagar entre \$350,000 y \$420,000. Esto indica que el público objetivo está dispuesto a invertir en ropa de playa de calidad con un enfoque cultural.

Para atraer a diferentes segmentos del mercado, Waiblue puede ofrecer una gama de productos que varíen en precio desde opciones más accesibles hasta piezas premium que reflejen su valor cultural.

Factores que Influyen en la Elección de Ropa de Playa

La moda y las tendencias actuales son los factores más influyentes (49.1%), seguidos por la comodidad y el ajuste (23.3%) y la calidad de la tela (20.7%). Esto sugiere que Waiblue debe mantenerse al día con las tendencias de la moda playera mientras asegura que sus productos ofrezcan un ajuste cómodo y sean fabricados con materiales de alta calidad.

Interés en Descuentos y Promociones

El 83.1% mostró interés en recibir promociones y descuentos exclusivos lo que demuestra una alta receptividad hacia estrategias de marketing directo. Waiblue puede aprovechar este interés para fidelizar clientes y ofrecerles experiencias personalizadas.

ANALISIS GENERAL

El análisis de las respuestas obtenidas en la encuesta revela un perfil claro y coherente del público objetivo de Waiblue. En términos generales, se observa que este público se caracteriza por tener una fuerte conexión con la cultura costera, un estilo de vida orientado a la playa y un interés significativo en la moda que combina estética y valor cultural.

Los participantes de la encuesta provienen en su mayoría de áreas cercanas al mar, especialmente de lugares como San Andrés, Cartagena y otras ciudades de la costa. Esto indica una afinidad natural con la cultura playera y sugiere que el público objetivo tiene una relación cotidiana o frecuente con la vida en la playa. Esta familiaridad se traduce en un mercado dispuesto a adoptar y valorar prendas diseñadas para el entorno marino, donde la moda playera no solo es funcional, sino también una forma de expresión cultural.

A pesar de la conexión con el entorno costero, no todos los encuestados están completamente familiarizados con la cultura Raizal, lo cual destaca una oportunidad para Waibblue de actuar como un puente entre la moda y el conocimiento cultural. La misión de la marca, que busca visibilizar la cultura Raizal a través de sus diseños, encuentra terreno fértil en este público, ya que muchos estarían abiertos a descubrir y apreciar la riqueza cultural detrás de los productos que adquieren. El enfoque de Waibblue en la narrativa y los elementos visuales basados en la herencia cultural podría, por tanto, resonar positivamente y ayudar a diferenciar la marca en un mercado competitivo.

El comportamiento de compra refleja un público exigente que valora tanto la calidad como el diseño de las prendas. La disposición a invertir en productos premium sugiere que los consumidores perciben el valor cultural y estético de la moda playera como una inversión más allá de lo meramente funcional. Esto le permite a Waibblue posicionarse como una marca de moda de alta gama, utilizando la autenticidad y el contenido cultural como elementos clave para justificar sus precios.

Por último, existe un claro interés en mantenerse conectado con la marca a través de promociones y ofertas, lo que indica que el público no solo busca adquirir productos, sino también establecer una relación continua con Waibblue. Esto proporciona una plataforma ideal para campañas de fidelización y estrategias de marketing directo que resalten la historia y la identidad cultural detrás de cada colección.

El análisis de la encuesta muestra que el público objetivo de Waibblue está compuesto por personas que viven o están conectadas con el entorno costero, tienen una disposición hacia la moda culturalmente significativa y están abiertos a invertir en productos que ofrezcan calidad y diseño auténtico. La marca tiene la oportunidad de fortalecer su posición en el mercado al destacar su misión cultural y su compromiso con la calidad, creando una experiencia de compra que no solo cubra necesidades estéticas, sino que también ofrezca un aprendizaje y una conexión genuina con la cultura Raizal.

8.3 ANÁLISIS GENERAL WAIBLUE

La moda es una forma de expresión que refleja la personalidad, creencias y cultura de los individuos. Actúa como un puente entre la persona y su entorno social permitiendo una conexión profunda a través del estilo y la apariencia (Cremades, 2022). Un ejemplo significativo de esto es el bikini, una prenda de baño que simbolizó un cambio generacional al destacar la feminidad y libertad de las mujeres. Desde su introducción en la década de 1940 el bikini ha evolucionado significativamente con las tendencias sociales y los avances tecnológicos adoptando nuevos materiales y diseños para mejorar la comodidad y funcionalidad. Además, el bikini ha evolucionado con las tendencias sociales originando una rama exclusiva de moda playera que satisface las necesidades de los residentes y turistas en zonas isleñas. Esta evolución representa una línea de diseño innovadora y vanguardista, adaptada a los tiempos modernos.

El traje de baño, específicamente el bikini, es una prenda creada en 1946. Este diseño se atribuye a dos diseñadores: el ingeniero francés Louis Réard y Jacques Heim quienes trabajaron por separado en diseños similares que contribuyeron a la consolidación de esta prenda hoy comercializada. El nombre 'bikini' fue elegido en honor a las Islas Marshall especialmente a uno de sus atolones llamado Bikini ubicado en el Océano Pacífico. Este lugar es históricamente controversial, ya que Estados Unidos lo utilizó para realizar pruebas nucleares (Cossio, 2011). El nombre se asocia con la prenda porque el bikini representa una revolución y explosión social en la moda occidental.

En este sentido, el beachwear o moda playera es un componente esencial en el desarrollo humano, evolucionando junto con la sociedad. Los primeros registros de moda playera se remontan a los griegos y romanos quienes disfrutaban de actividades en las costas. Sin embargo, no se puede afirmar que existiera un vestuario específico para ello hasta los siglos XIX y XX cuando el auge del turismo isleño llevó al diseño de los primeros trajes de baño. Este desarrollo marcó un cambio significativo en la historia de la humanidad (Avellaneda, 2021).

Por lo tanto, el bikini no solo simboliza la liberación femenina y el cambio generacional, sino que ha creado un nicho de consumo para aquellos que visitan o habitan en destinos turísticos.

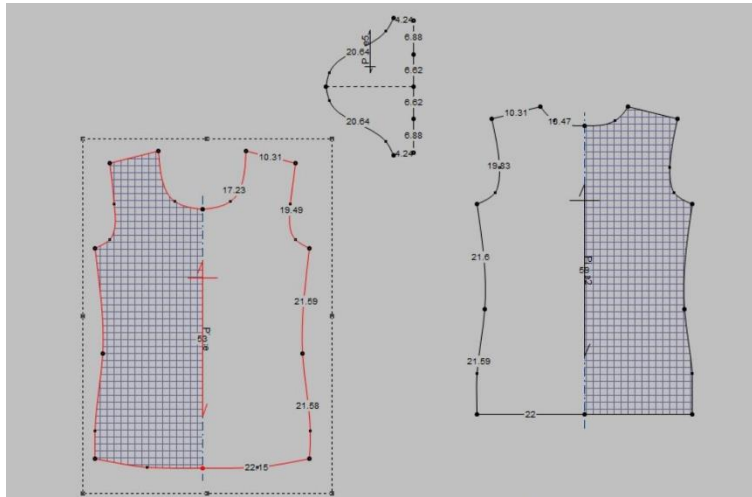
La moda playera se ha convertido en un elemento habitual para las personas que viven en zonas costeras o islas, adaptándose a sus necesidades y estilos de vida. Un ejemplo de esto es el Archipiélago de San Andrés y Santa Catalina ubicado en el Mar Caribe de Colombia. Estas islas, con su rica mezcla cultural resultado de su historia de colonización y comercio, han adoptado y adaptado la moda playera, incluyendo el bikini, a su identidad local. La influencia de diferentes culturas a lo largo de los siglos ha enriquecido el estilo y las preferencias en moda playera de los habitantes y turistas, reflejando una combinación única de tradiciones y modernidad (Márquez, 2013).

Además, es importante comprender el papel del pueblo Raizal en la identidad cultural del archipiélago. El pueblo Raizal es el grupo étnico autóctono del archipiélago de San Andrés Islas con una historia y cultura ricas y diversas. Esta comunidad tiene una cultura propia y distinta con una lengua particular conocida como “Criole” que proviene del inglés con variaciones en la pronunciación. También presenta una mezcla lingüística que incluye influencias del idioma africano y español (Gallardo, 2001). Además, el pueblo Raizal mantiene tradiciones que se originaron antes de la llegada de los conquistadores a la isla. Cabe destacar que el término Raizal se otorgó a esta comunidad como resultado del cambio constitucional en 1991, ya que anteriormente no existía un reconocimiento legal que protegiera su legado cultural ni diferenciara a las familias que han habitado en la isla por generaciones (Gallardo, 2001). Para proteger la identidad cultural y el ecosistema isleño, el gobierno de Colombia reguló la vivienda en la isla.

Por último, este proceso etnográfico y cultural no solo busca crear experiencias de compra significativas para los consumidores, sino que contribuye de manera positiva a la economía nacional. La moda playera, diseñada con respeto a las distintas culturas locales puede representar fielmente la diversidad cultural de la población sanandresana. Al producir prendas de excelente calidad y promover prácticas sostenibles ambientalmente, marcas como Waiblu se consolidan como responsables tanto social como ambientalmente. De esta manera no solo se generan empleos, sino que fomenta la preservación del patrimonio cultural y ambiental de la región.

9. ANEXOS.

Creación de Patronaje de Blusa Femenina en Optitex

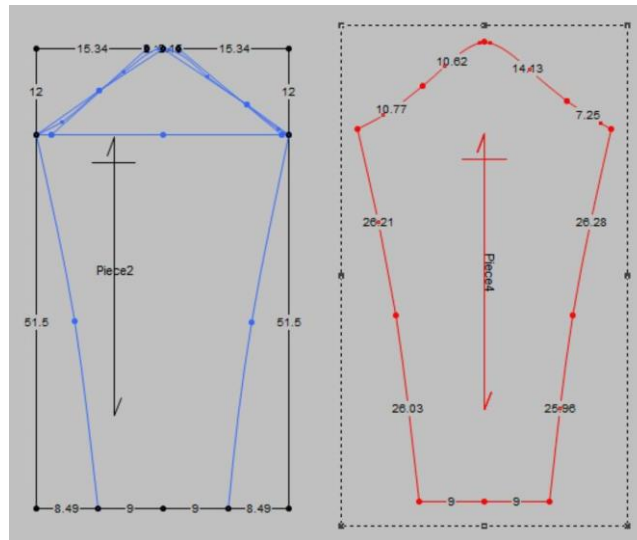


Anexo A. Patronaje de Blusa Femenina.

Fuente: Propia.

Creación del patronaje de una blusa femenina utilizando el programa Optitex en talla M. El proceso incluye el diseño y ajuste del patrón digital que luego se materializará en una prenda confeccionada con tela lino absolut, compuesta por 70% algodón y 30% lino, seleccionada por su suavidad y frescura.

Creación de Patronaje de Manga de Vestido de Baño en Optitex

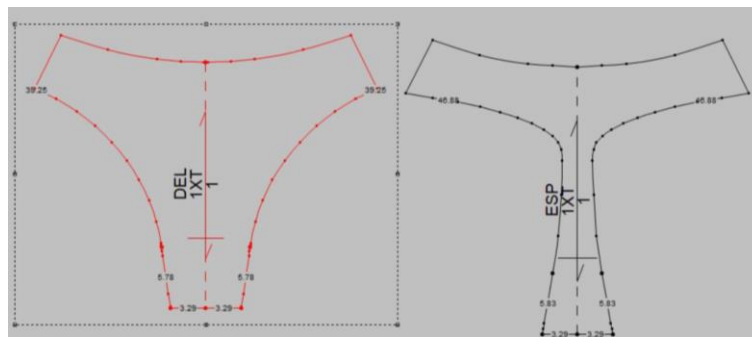


Anexo B. Patronaje manga.

Fuente: Propia.

Creación del patronaje de la manga del vestido de baño utilizando el programa Optitex. El diseño se realizará en tela Thalia Plus, compuesta por 82% poliéster y 18% elastano, seleccionada por su elasticidad y durabilidad, ideales para prendas de baño.

Creación de Patronaje de Tanga de Vestido de Baño en Optitex

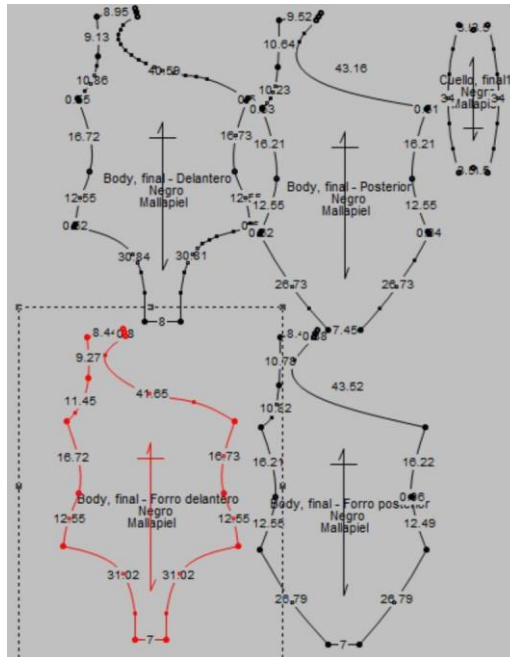


Anexo C. Patronaje de Tanga.

Fuente: Propia.

Creación del patronaje de tanga de vestido de baño en el programa Optitex. El diseño se confeccionará posteriormente en tela Thalia Plus, cuya composición es 82% poliéster y 18% elastano, elegida por su elasticidad y resistencia, características esenciales para prendas de baño.

Creación de Patronaje de Vestido de Baño en Optitex

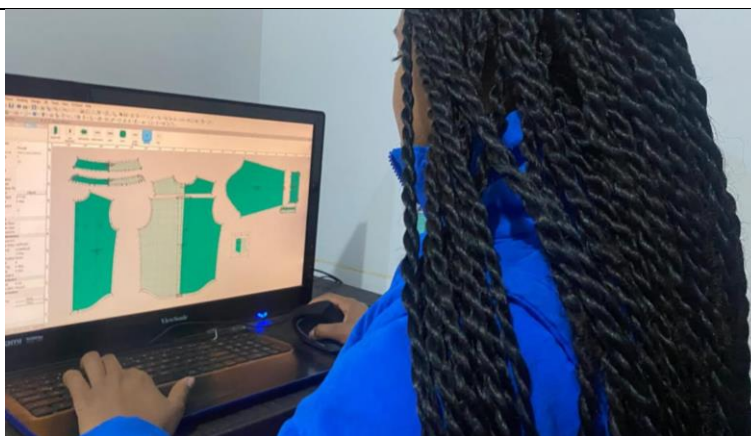


Anexo D. Patronaje vestido de baño

Fuente: Propia.

Creación del patronaje de vestido de baño utilizando el programa Optitex. El diseño se llevará a cabo en tela Thalia Plus, compuesta por 82% poliéster y 18% elastano, elegida por su alta elasticidad y durabilidad, cualidades ideales para ropa de baño.

Creación de Patronaje de Camisa Oversize Masculina en Optitex



Anexo E. Realización de patronaje.

Fuente: Propia.

Creación del patronaje de camisa oversize masculina en el programa Optitex. La prenda se confeccionará en tela lino europeo, compuesta por 70% algodón y 30% lino seleccionado por su suavidad, frescura y caída natural, ideales para un estilo relajado y cómodo.

Corte del Vestido "Kalahari"



Anexo F. Corte de vestido

Fuente: Propia

Corte del vestido "Kalahari," hecho con una tela de peso liviano compuesta por 52% rayón y 48% algodón. La tela ha sido seleccionada por su suavidad y fluidez características ideales para un diseño cómodo y versátil.

Corte de la Blusa Femenina Modificada



Anexo G. Corte de blusa femenina.

Fuente: Propia.

Corte de la blusa femenina modificada, en talla M y con un corte sore. La prenda se confeccionará en tela lino absolut, compuesta por 70% algodón y 30% lino, elegida por su suavidad y frescura, ideales para un diseño cómodo y atractivo.

Patronaje Manual de Blusa Femenina Modificada



Anexo H. Realización de patronaje de Blusa Femenina.

Fuente: Propia.

Realización del patronaje manual de una blusa femenina modificada en talla M. La prenda se confeccionará en tela lino absolut, compuesta por 70% algodón y 30% lino. Este proceso incluye ajustes y preparación para la industrialización, asegurando un diseño preciso y funcional.

Corte de Pantalóneta



Anexo I. Corte de Pantalóneta.

Fuente: Propia.

Corte de una pantaloneta realizada en tela lino absolut, compuesta por 70% algodón y 30% lino. Esta tela ha sido elegida por su suavidad y transpirabilidad, proporcionando comodidad en climas cálidos y un estilo relajado.

Patronaje Manual de Blusa Femenina Modificada

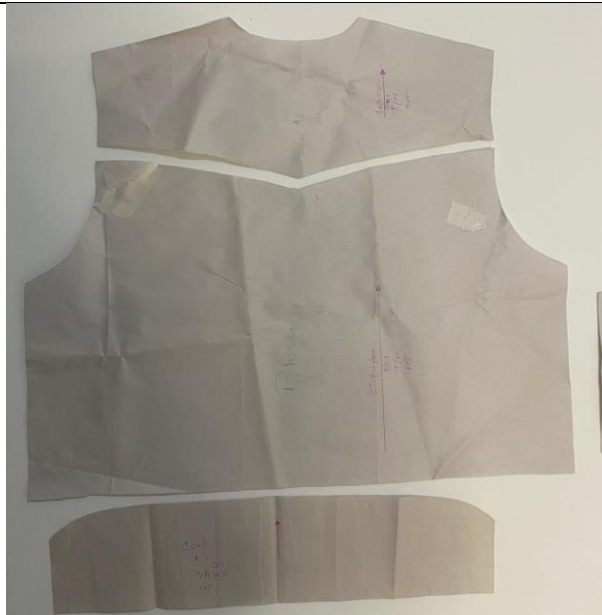


Anexo J. Patronaje Manual de Blusa Femenina Modificada.

Fuente: Propia.

Patronaje manual de una blusa femenina modificada en talla M. La prenda se confeccionará en tela lino absolut, compuesta por 70% algodón y 30% lino, que garantiza suavidad y frescura, ideal para un diseño atractivo y cómodo.

Patronaje Manual de Blusa Femenina Modificada

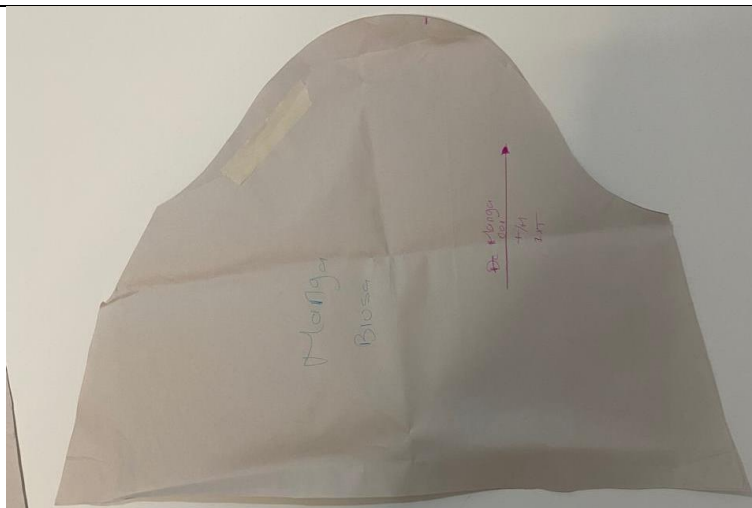


Anexo K. Patronaje Manual de Blusa Femenina Modificada.

Fuente: Propia.

Patronaje manual de una blusa femenina modificada en talla M. Esta prenda se confeccionará en tela lino absolut, compuesta por 70% algodón y 30% lino, seleccionada por su suavidad y frescura, características que la hacen ideal para un estilo cómodo y moderno.

Patronaje Manual de Manga para Blusa Femenina Modificada



Anexo L. Patronaje Manga para Blusa Femenina Modificada

Fuente Propia.

Patronaje manual de la manga para una blusa femenina modificada en talla M. Esta prenda se confeccionará en tela lino absolut, compuesta por 70% algodón y 30% lino, elegida por su suavidad y ligereza, proporcionando un ajuste cómodo y elegante.

Patronaje Manual de Pantalón con Cortes



Anexo M. Patronaje Manual de Pantalón con Cortes

Fuente: Propia.

Patronaje manual de una pantaloneta que incluye cortes estratégicos. Este diseño busca optimizar el ajuste y la comodidad permitiendo un mayor movimiento. Se seleccionarán telas adecuadas para garantizar un resultado final de calidad y funcionalidad.

Patronaje Manual de Blusa Femenina Modificada



Anexo N. Patronaje Manual de pantaloneta Masculina Modificada

Patronaje manual de blusa femenina modificada en talla M. La prenda se confeccionará en tela lino absolut, compuesta por 70% algodón y 30% lino. Este proceso incluye ajustes y preparación para la industrialización, asegurando un diseño preciso y funcional.

Corte de Falda

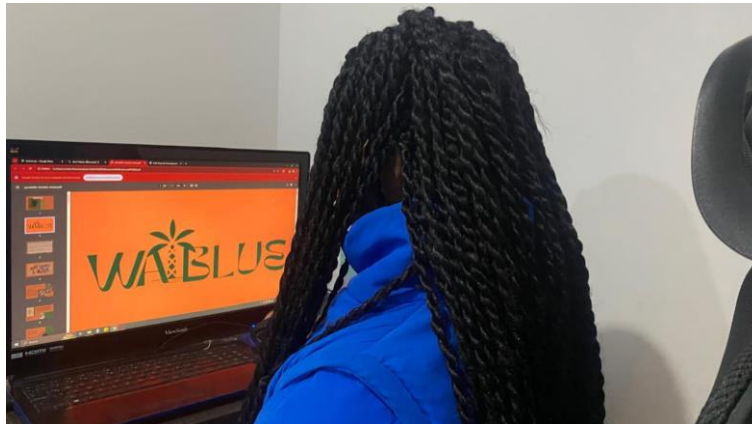


Anexo O. Corte de Falda.

Fuente: Fuente: Propia.

Corte de una falda realizada en tela Under Plus, compuesta por 83% poliéster y 17% lycra. Esta tela ha sido seleccionada por su elasticidad y durabilidad, lo que proporciona un ajuste cómodo y un movimiento fluido en la prenda.

Edición de Portafolio de Marca Waiblue



Anexo P. Edición de Portafolio de Marca Waiblue.

Fuente: Propia.

Proceso de edición del portafolio de la marca Waiblue, que incluye la selección y presentación de los diseños y productos. Esta edición se centra en resaltar la identidad visual de la marca y su propuesta única, asegurando que el portafolio refleje los valores y la estética que Waiblue representa.

Corte de Tanga



Anexo Q. Corte de Tanga.

Fuente: Propia.

Corte de tanga realizada en tela Thalia Plus, compuesta por 82% poliéster y 18% elastano. Esta tela ha sido elegida por su capacidad de adaptarse al cuerpo y proporcionar comodidad, siendo ideal para prendas de baño y lencería que requieren un ajuste perfecto y durabilidad.

Edición de Portafolio de Marca Waiblue



Anexo R. Edición de Portafolio de Marca Waiblu.

Fuente: Propia.

Proceso de edición del portafolio de la marca Waiblu, que incluye la selección y presentación de los diseños y productos. Esta edición se centra en resaltar la identidad visual de la marca y su propuesta única, asegurando que el portafolio refleje los valores y la estética que Waiblu representa.

Edición de Dibujos Planos en Illustrator



Anexo S. Dibujos planos.

Fuente: Propia.

Proceso de edición de dibujos planos utilizando Adobe Illustrator. Esta etapa es crucial para la creación de representaciones gráficas precisas de las prendas, permitiendo ajustes detallados en el diseño y asegurando que cada elemento esté correctamente alineado y presentado. La edición en Illustrator facilita la visualización clara de los diseños antes de pasar a la producción.

Toma de Medidas



Anexo T. Medición de prendas.

Fuente: Propia.

Proceso de toma de medidas para realizar ajustes en las prendas. Esta etapa es fundamental para asegurar que las prendas se adapten correctamente al cuerpo, garantizando comodidad y estilo. La precisión en la toma de medidas permite realizar modificaciones necesarias antes de la confección final, mejorando la calidad y el ajuste de cada pieza.

Toma de Medidas para Ajustes en Prendas

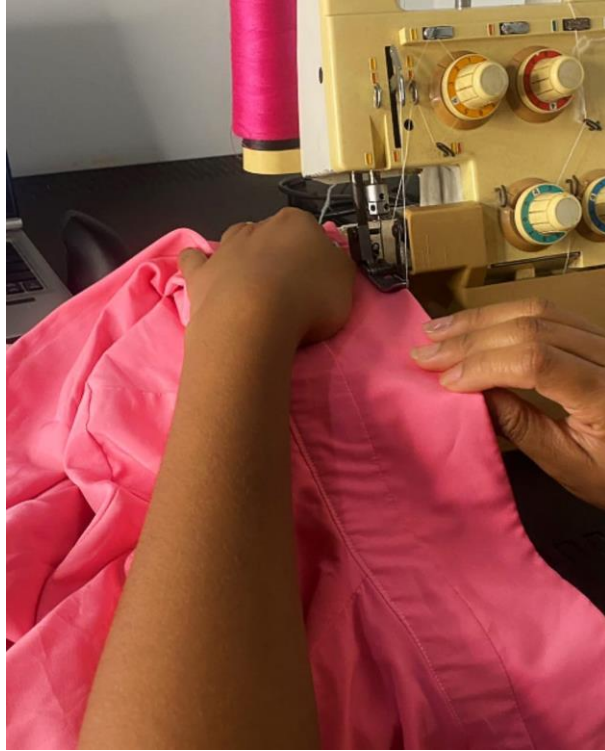


Anexo U. Medición de prendas.

Fuente: Propia.

Proceso de toma de medidas para realizar ajustes en las prendas. Esta etapa es fundamental para asegurar que las prendas se adapten correctamente al cuerpo, garantizando comodidad y estilo. La precisión en la toma de medidas permite realizar modificaciones necesarias antes de la confección final, mejorando la calidad y el ajuste de cada pieza.

Confección de Camisa



Anexo V. Confección de Camisa.

Fuente: Propia.

Proceso de confección de camisa, en el cual se ensamblan las piezas previamente cortadas y se realizan los detalles de acabado. Esta etapa asegura que la prenda tenga una estructura sólida y un acabado de alta calidad, siguiendo los estándares de diseño establecidos para lograr un resultado final óptimo.

Confección de Pantalóneta

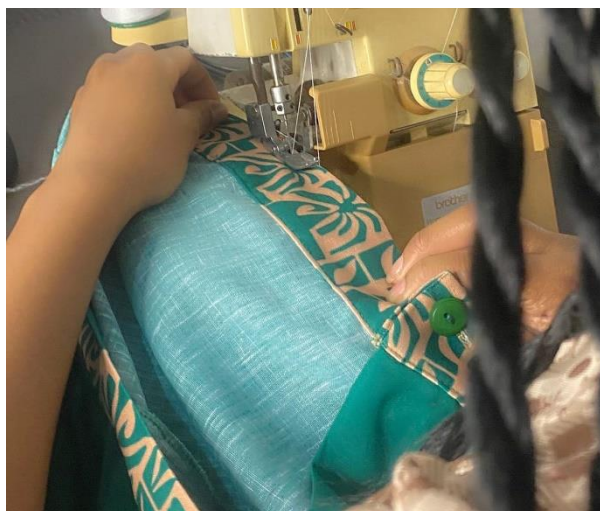


Anexo W. Confección de Pantalóneta.

Fuente: Propia.

Proceso de confección de una pantalóneta, donde se ensamblan las piezas cortadas y se realizan los acabados necesarios para asegurar un ajuste cómodo y un diseño funcional. Esta etapa es clave para garantizar la durabilidad de la prenda y la calidad de los detalles finales.

Confección de Pantalóneta



Anexo X. Confección de Pantalóneta.

Fuente: Propia.

Proceso de confección de una pantaloneta, donde se ensamblan las piezas cortadas y se realizan los acabados necesarios para asegurar un ajuste cómodo y un diseño funcional. Esta etapa es clave para garantizar la durabilidad de la prenda y la calidad de los detalles finales.

Confección de Tanga



Anexo Y. Confección de tanga.

Fuente: Propia.

Proceso de confección de una tanga, enfocándose en el cierre de embonado utilizando una máquina plana. Esta técnica asegura un acabado limpio y resistente, mejorando la comodidad y la durabilidad de la prenda. Es un paso esencial para garantizar la calidad en los detalles finales.

9.1 BIBLIOGRAFÍA.

- Agua coco Swimwear. (2024). Agua coco Swimwear. Obtenido de Agua coco Swimwear: <https://aguacoco.com.co/>
- Ancora. (27 de 04 de 2022). Ancora. Obtenido de Ancora: <https://www.kienyke.com/tendencias/ancora-diseno-ecologico-swimwear#:~:text=Ancora%20es%20una%20firma%20colombiana,que%20es%20swimwear%20y%20resortwear.>
- Avellaneda, D. (2021). Debajo del vestido y por encima de la piel: Historia de la ropa interior femenina. España: Nobuko.
- Branding, M. (2021). Marketing en redes sociales 2021. New Jersey: Babelcube Inc.
- Burguete-Garcia, M. A., Romero y Cejudo, E. D., & Acle-Mena, R. (2019). La administración estratégica en la calidad de la industria del vestido de Puebla, México. *Revista EAN*, 117-137.
- Cantos, C. M. (2001). Calidad de Servicio y Satisfacción del cliente. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 233-235.
- Cocobloom Shop. (2024). Cocobloom Shop. Obtenido de Cocobloom Shop: <https://cocobloomshop.com/>
- Cossio, L. (2011). El bikini de la revolución cultural al paradigma consumista. Pontificia Universidad Javeriana: Pontificia Universidad Javeriana.
- Cremades, R. M. (2022). La naturaleza de la moda. *EME Experimental Illustration, Art & Design*, 16-27.
- Cremades, R. M. (2022). La naturaleza de la moda. *EME Experimental Illustration, Art & Design*, 16-27.
- Donaduzzi, D. S., Colomé Beck, C. L., Heck Weiller, T., da Silva Fernandes, M. N., & Viero, V. (2015). Grupo focal y análisis de contenido en investigación cualitativa. *Index de enfermería*, 71-75.
- Erickson, B. F. (2009). Ventas. Madrid: Firms press.
- Forbes, G. L. (2017). Huellas de africanía en San Andrés Isla. *Cuadernos del Caribe*, 76-81.
- Fou Fuera de lo comun. (2024). Fou. Obtenido de Fou: <https://fou.com.co/>
- Francia, R. P. (2019). El reto de la sostenibilidad en la industria textil y de la moda. El reto de la sostenibilidad en la industria textil y de la moda. Lima, Peru: Asociación Peruana de Técnicos Textiles.
- Franco, A. C. (25 de 04 de 2022). Costos fijos y variables para la generación de rentabilidad en las Pyme's. Costos fijos y variables para la generación de rentabilidad en las Pyme's. Santa Elena, Ecuador: La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena.
- Galindo, J. L. (2007). Claves para gestionar precio, producto y marca: cómo afrontar una guerra de precios. Especial directivos.
- Gallardo, J. (2001). Estatuto raizal: proyecto del pueblo raizal para la isla. San andres isla: Universidad Nacional de Colombia sede Caribe. Instituto de Estudios Caribeños.
- Gallardo, J. (2001). Estatuto raizal: proyecto del pueblo raizal para la isla. *Cuadernos del Caribe*: 43-51.

González, M. d. (03 de 11 de 2016). Mejorar el sistema de control de calidad de materia prima en el desarrollo de prendas de vestir de lona, para una empresa dedicada a la industria textil. Mejorar el sistema de control de calidad de materia prima en el desarrollo de prendas de vestir de lona, para una empresa dedicada a la industria textil. San Carlos, Guatemala: Universidad de San Carlos Guatemala.

Guimerans, P. (2021). Moda y tecnología. Moda y tecnología. Santiago de Surco, Perú: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

La Republica. (25 de Mayo de 2023). La Republica. Obtenido de La Republica: <https://www.larepublica.co/ocio/agua-by-agua-bendita-la-marca-que-encapsulo-disenos-latinos-en-el-gucci-vault-2023-3622080#:~:text=Agua%20Bendita%20naci%C3%B3%20hace%2020,Bergdorf%20Goodman%2C%20Saks%20Fifth%20Avenue>.

Márquez, A. (2013). Memorias: Revista Digital de Historia y Arqueología desde el Caribe. Barranquilla, Colombia: Universidad del Norte.

Martínez, M. P. (2022). Atención al Cliente 2. Madrid: Ediciones Paraninfo, SA.

Martínez, M. R. (10 de 2015). Nuevos métodos de pago online, seguridad y confiabilidad. Nuevos métodos de pago online, seguridad y confiabilidad. Santander, España: Universidad de Cantabria.

Modaes. (2024). Modaes. Obtenido de Modaes: <https://www.modaes.com/temas/onda-de-mar#:~:text=Onda%20de%20Mar%20es%20una,por%20el%20fondo%20privado%20Tribeca>.

Morales, P. M. (2019). Los influencers en el protocolo. Un caso de estudio. Revista Estudios Institucionales, 67-68.

Murillo, C. P. (2016). La identidad cultural como elemento generador de Ventaja sostenible en el sector Turismo: Caso Pueblo Raizal de San Andrés Islas. La identidad cultural como elemento generador de Ventaja sostenible en el sector Turismo: Caso Pueblo Raizal de San Andrés Islas. Manizales, Colombia: Universidad Nacional de Colombia.

Neri, V. P., & Valencia Crivelli, S. M. (2023). La Evolución De La Moda Rápida Y Su Impacto En El Medio Ambiente. Sustentabilidad En Las Organizaciones Latinoamericanas México-Colombia, 164.

Palacios, M. A. (2016). Colombia insular: construcción de identidad y movilización del pueblo raizal del archipiélago de San Andrés y Providencia. Análisis político, 141-158.

Pérez, A. I. (2013). Culturas migratorias en el Caribe colombiano: El caso de los isleños raizales de las islas de Old Providence y Santa Catalina. Memorias: Revista Digital de Historia y Arqueología desde el Caribe, 204-229.

Pinto, I. J. (15 de 07 de 2022). El régimen simple de tributación y su conveniencia para las organizaciones en Colombia. El régimen simple de tributación y su conveniencia para las organizaciones en Colombia. Medellín, Antioquia, Colombia: Universidad Cooperativa de Colombia.

Porta, L., & Silva, M. (2003). La investigación cualitativa: El Análisis de Contenido en la investigación educativa. Anuario digital de investigación educativa, 14.

Ramírez, C. D., & Diván, C. (2010). Modelo de entregas directas para la reducción de costos logísticos de distribución en empresas de consumo masivo. Aplicación en una empresa piloto de caldas. Modelo de entregas directas para la reducción de costos

logísticos de distribución en empresas de consumo masivo. Aplicación en una empresa piloto de caldas. Manizales, Caldas, Colombia: Universidad Nacional de Colombia.

Riello, G. (2016). Breve historia de la moda. Rosellón : Editorial Gustavo Gili.

Rodríguez, A. B. (2023). Pensar raizal. Colombia: Cesmecca.

Serramar Swim. (2024). Serramar Swim. Obtenido de Serramar Swim:

[https://www.serramarswim.com/about-](https://www.serramarswim.com/about-us#:~:text=Serramar%20es%20una%20marca%20amante,un%20sistema%20%E2%80%9Cslow%20fashion%E2%80%9D)

[us#:~:text=Serramar%20es%20una%20marca%20amante,un%20sistema%20%E2%80%9Cslow%20fashion%E2%80%9D](https://www.serramarswim.com/about-us#:~:text=Serramar%20es%20una%20marca%20amante,un%20sistema%20%E2%80%9Cslow%20fashion%E2%80%9D).

Silva, L. d., & Villas Boas Mello, J. A. (2019). Tendencias y brasilidad en la colección de moda playa para mujeres. *Visión de futuro*, 0-0.

Silvia Tcherassi. (2020). Silvia Tcherassi. Obtenido de Silvia Tcherassi:

<https://co.silviatcherassi.com/pages/about>

Torres, S. E. (2013). Los raizales: cultura e identidad angloafrocaribeña en el Caribe Insular colombiano. *Cuadernos del Caribe*, 11-26.

Úsuga, D. M., Peláez García, L., & Buriticá Henao, D. C. (2020). Perspectiva empresarial de los impactos generados por Colombiamoda en las exportaciones de las PYMES en el sector textil de Medellín. *Revista CIES Escolme*, 209-223.

Vera, H. R., & Ovalles, L. (2016). Historia de la moda en Colombia. *Revista Convicciones*, 92-101.

Vergara, M. C. (06 de 11 de 2014). El diseño y la moda : su influencia en el desarrollo tecnológico. *El diseño y la moda : su influencia en el desarrollo tecnológico*. Medellín, Antioquia, Colombia: Instituto Tecnológico Metropolitano.

Waimari. (2024). Waimari. Obtenido de Waimari: <https://www.ecom.co/pages/about>