

<b>GUÍA</b>	<b>INFORME</b>	<b>FINAL</b>	<b>MODALIDAD</b>	Código: <b>GDO- GU - 2</b>
<b>EMPRENDIMIENTO</b>				Versión: <b>01</b>
<b>PLAN DE NEGOCIOS</b>				Página: <b>1 de 1</b>

**Proceso de creación de la marca Performance**  
Nombre de Proyecto

**Luisa Fernanda Molina Pérez**  
Autor

**Trabajo de grado para optar al título de  
Tecnólogo de Gestión del Diseño textil y de modas**

**Duverney Gomez Aguirre (Profesor)**  
Asesor

**Institución Universitaria Pascual Bravo**

**Facultad de Diseño**

**Medellín**

**2024**

## **Introducción:**

Este trabajo de grado documenta el proceso integral de creación, desarrollo y proyección de la marca Performance, una propuesta que combina moda y funcionalidad, inspirándose en el baile como herramienta de expresión, empoderamiento personal y bienestar. La marca se enmarca dentro del segmento de vestuario versátil, ofreciendo comodidad, adaptabilidad y un diseño estético que empodere a los usuarios en diversas situaciones, desde actividades deportivas hasta contextos cotidianos.

Performance nace como respuesta a una necesidad creciente en la población: encontrar vestuarios que no solo sean funcionales para el movimiento, sino que también refuercen la seguridad y autoestima de quienes los usan. Este proyecto reconoce el papel transformador del vestuario y la danza en la vida de las personas, integrando aspectos emocionales, culturales y prácticos en sus diseños. Con una oferta centrada en la calidad y la conexión emocional, la marca aspira a convertirse en un referente en el sector de vestuario de baile y moda versátil en Colombia, respondiendo a las demandas de un público cada vez más consciente de su salud física, mental y emocional.

El trabajo desarrolla un plan de negocios completo que incluye desde un análisis exhaustivo del mercado hasta las estrategias de producción, distribución y comercialización de la marca. Se abordan también los aspectos legales y organizativos necesarios para la formalización de la empresa, así como los factores diferenciadores que la posicionan frente a la competencia. Además, Performance incorpora en su visión valores de sostenibilidad, promoviendo prácticas responsables en la selección de materiales y procesos, alineándose con las tendencias actuales del mercado y las expectativas de sus consumidores.

## 1. Plataforma Estratégica<sup>1</sup>

### 1.1 Misión

Comprender las pasiones y circunstancias de nuestros clientes para diseñar prendas de alta calidad que se adapten a diversas siluetas, ofreciendo versatilidad y empoderamiento, y generando confianza en cada movimiento.

### 1.2 Visión

Crear un impacto positivo en la vida de las personas a través del baile, la moda, y la versatilidad.

### **Objetivo general.**

Lograr un crecimiento progresivo en las ventas anuales en los próximos tres años, posicionando a Performance como una marca reconocida en el vestuario de baile y moda versátil, inspirando e impactando positivamente la vida de los clientes.

**Objetivos Específicos:** Llevar a cabo investigaciones de mercado semestrales para identificar las preferencias, expectativas y necesidades emergentes de los clientes, con el fin de adaptar el diseño de las prendas y las estrategias de comunicación de Performance

1. Implementar una estrategia de marketing digital en redes sociales y canales de venta online que incremente el alcance de la marca, a través de campañas de contenido inspiracional y colaboraciones con influenciadores y bailarines reconocidos.
2. Implementar un sistema de atención y asesoría personalizada que garantice un índice de satisfacción del cliente, realizando encuestas y monitoreos trimestrales para conocer las percepciones y áreas de mejora de la marca.

### 1.3 Valores Corporativos

**Versatilidad:** Tenemos la capacidad de adaptarnos a las múltiples facetas de nuestros clientes, creando prendas que fluyen con ellos en cualquier entorno.

**Inspiración:** Diseñamos vestuarios que motiven a las personas a conectar con su esencia, que las empodere y les permita descubrir su potencial a través del movimiento.

**Compromiso con el Bienestar:** Priorizar el bienestar físico y emocional de nuestros clientes es fundamental. Diseñamos ropa que fomente la libertad de movimiento y promueva la confianza, contribuyendo positivamente a su calidad de vida.

---

<sup>1</sup> Carlos Villegas Profesional de apoyo a la Unidad de emprendimiento I.U.P.B

**Pasión por la Excelencia:** Nos apasiona lo que hacemos y buscamos la excelencia en cada detalle, transmitiendo esta pasión en cada diseño, cada producto y cada interacción con nuestros clientes.

**Flexibilidad y Adaptabilidad:** Somos una marca que evoluciona constantemente para ajustarse a las tendencias, preferencias y cambios del entorno, garantizando productos versátiles y personalizados.

## 2. Módulo de Mercados

### 2.1 Justificación o Planteamiento del problema.

#### **Justificación:**

El mercado de ropa deportiva en Colombia ha mostrado una tasa de crecimiento Anual Compuesta (CAGR) del 8% en los últimos años, impulsado por la mayor adopción de un estilo de vida saludable, la práctica de deportes y el auge de las actividades físicas. En este contexto, el sector se ha beneficiado de una mayor demanda de prendas que combinan rendimiento y comodidad.

Es así como Performance nace como respuesta a la necesidad de opciones de vestuario versátil y de calidad para personas que utilizan el baile como una herramienta de autoconocimiento y expresión personal. Actualmente, muchas de estas personas no encuentran prendas que se adapten tanto a sus exigencias de movimiento como a su estilo y contexto diario, limitando su capacidad de sentirse empoderadas y cómodas. Esta problemática afecta directamente la manera en que se relacionan con su vestuario, ya que no encuentran productos que respondan a su identidad, silueta y funcionalidad, lo cual impacta en su confianza y en la libertad de expresarse plenamente.

El proyecto busca inducir un cambio significativo en este aspecto, ofreciendo vestuarios que no solo sean resistentes y versátiles para el movimiento, sino que también refuercen la seguridad y autoestima de quienes los llevan. A través de diseños pensados para realzar la comodidad, el empoderamiento y la autoexpresión, Performance contribuye a que sus clientes se reconozcan a sí mismos en cada prenda, generando un impacto positivo tanto en su vida cotidiana como en sus actividades de baile.

De manera indirecta, Performance se inspira en el baile no solo como una forma de expresión artística, sino también como un medio para promover la salud física, mental y emocional de sus clientes. El movimiento y la danza se convierten en puentes para conectar con uno mismo, aliviar el estrés y fortalecer la autoconfianza ya que estudios recientes muestran que bailar puede reducir los niveles de cortisol, una hormona relacionada con el estrés, y aumentar la producción de neurotransmisores como la serotonina y dopamina, que mejoran el estado de ánimo y reducen el riesgo de depresión.

Además, a través de sus productos, la marca busca fomentar la creación de vínculos sociales, donde el vestuario actúe como catalizador de conexiones significativas y la construcción de comunidades basadas en la pasión compartida por la danza; puesto que

esta actividad fomenta la conexión social y la sensación de pertenencia, lo cual es fundamental para combatir sentimientos de soledad y aislamiento.

## **2.2 Antecedentes del problema.**

Se orienta a describir:

- **¿Desde cuándo existe el problema o necesidad?**

La necesidad de ropa deportiva y versátil ha estado presente durante varias décadas, especialmente a medida que la conciencia sobre la salud y el bienestar ha crecido. Desde los años 80 y 90, se ha visto un aumento en la participación de la población en actividades físicas, pero la moda deportiva ha evolucionado lentamente, a menudo dejando de lado la estética y la individualidad. En Colombia, el interés por el deporte y la actividad física se ha intensificado en los últimos años, pero aún hay un vacío en el mercado para ropa que combine funcionalidad, estilo y un sentido de empoderamiento.

- **¿Cómo ha evolucionado?**

A lo largo de los años, el enfoque en el bienestar físico y mental ha cambiado. En los últimos años, el auge del fitness y el bienestar ha impulsado a las marcas a ofrecer ropa deportiva que no solo sea funcional, sino también estilosa. Sin embargo, aún existe una falta de productos que integren el baile como una forma de expresión y curación personal. El mercado de ropa deportiva en Colombia ha crecido, alcanzando aproximadamente 10,5 billones de pesos en 2022, pero se enfrenta a la necesidad de innovar en diseño y propósito para captar a un público más amplio que busca no solo rendimiento, sino también inspiración y confianza.

- **¿Qué ocurriría si nada se hace por solucionarlo?**

Si no se aborda esta necesidad, se corre el riesgo de perpetuar un mercado que no satisface las demandas de los consumidores modernos, que buscan ropa que les permita expresarse y sentirse empoderados. Esto podría llevar a una desmotivación general en la población, donde las personas no se sientan inspiradas a participar en actividades físicas, como el baile, que son esenciales para su salud mental y física. Además, las marcas que no innoven en este aspecto podrían perder relevancia y cuota de mercado frente a nuevas propuestas que sí reconozcan y respondan a estas necesidades.

## **2.3 Análisis del Sector**

- **Generalidades del sector al cual pertenece su producto:**

El sector de la ropa deportiva y de moda versátil en Colombia ha crecido a una CARG del 8% en la última década. Este sector se caracteriza por ofrecer productos que no solo son funcionales para la práctica de deportes, sino que también responden a las tendencias de moda, por lo cual se hace necesario prendas que se adapten a estilo de vida activo y que ofrezcan comodidad, durabilidad y estética.

- **Desarrollo tecnológico e industrial del sector:**

En el ámbito tecnológico, el sector ha adoptado nuevas técnicas de producción y tejidos innovadores, como telas transpirables y de secado rápido, que mejoran la experiencia del usuario. Además, la digitalización ha permitido a las marcas una mejor gestión de sus

cadena de suministro y una conexión más directa con los consumidores a través de plataformas de comercio electrónico.

- **Comportamiento del sector en los últimos 3 años (importaciones, exportaciones):**

En los últimos tres años, el sector ha experimentado un aumento en las importaciones de ropa deportiva, especialmente de marcas reconocidas a nivel internacional. Sin embargo, también ha habido un esfuerzo por parte de las empresas colombianas por exportar productos de moda y prendas deportivas a otros mercados de América Latina. En 2022, se registró un crecimiento del 5,3% en las importaciones de ropa deportiva en comparación con el año anterior

- **Evolución:**

La evolución del sector ha sido marcada por un creciente interés en el bienestar personal y la salud, impulsando la demanda de ropa deportiva. Las marcas han comenzado a enfocarse en la sostenibilidad y la producción ética, respondiendo a las preocupaciones de los consumidores sobre el impacto ambiental de la moda. Este cambio ha llevado a un incremento en el desarrollo de materiales reciclables y procesos de producción más sostenibles.

- **Tendencia a corto, mediano y largo plazo:**

**-Corto Plazo:** En el corto plazo, se espera un aumento en la venta de ropa deportiva y versátil debido a la reactivación de actividades post-pandemia. Los consumidores están priorizando su bienestar y buscan ropa que les permita llevar un estilo de vida activo.

**-Mediano Plazo:** A medida que más consumidores adoptan estilos de vida saludables, se proyecta un crecimiento continuo en la demanda de ropa que combine funcionalidad y moda. También se espera que la personalización y la moda inclusiva se vuelvan tendencias más relevantes.

**-Largo Plazo:** A largo plazo, se anticipa que la sostenibilidad seguirá siendo un motor clave en el sector, impulsando a las marcas a innovar en materiales y prácticas de producción responsables. La integración de tecnología, como wearables y tejidos inteligentes, también podría redefinir el sector, ofreciendo nuevas experiencias al consumidor.

## **2.4 Análisis del Mercado**

- **Diagnóstico de la estructura actual del mercado nacional:**

El mercado de la ropa deportiva y de moda versátil en Colombia ha mostrado un crecimiento constante, impulsado por una mayor conciencia sobre la salud y el bienestar. Se caracteriza por una mezcla de marcas locales e internacionales que compiten en calidad, diseño y precio. Las marcas locales están ganando terreno, destacándose en la

personalización y en la respuesta a las necesidades culturales y de estilo de vida de los colombianos.

- **Mercado objetivo:**

El mercado objetivo de Performance son mujeres de entre 18 y 35 años que buscan prendas de baile y moda versátil que les permitan expresarse y sentirse cómodos en diferentes situaciones, no solo en el contexto del baile. Este grupo incluye tanto a personas activas que practican deportes como a aquellos que ven el baile como una forma de expresión y autodescubrimiento.

- **Justificación del mercado objetivo:**

Este grupo demográfico ha demostrado un creciente interés por la moda y la actividad física. Además, busca prendas que no solo sean funcionales, sino que también reflejen su personalidad y estilo de vida. Con el aumento del interés por el bienestar mental y físico, este mercado representa una oportunidad significativa para Performance.

- **Estimación del mercado potencial:**

En Colombia, el mercado de ropa deportiva ha mostrado un crecimiento robusto en los últimos años. Se estima que alcanzó un valor aproximado de \$1,2 mil millones de dólares en 2023 y se proyecta que crecerá a una tasa compuesta anual (CAGR) del 9,1% durante el período 2023-2028. Este crecimiento se debe a un aumento en la participación en actividades deportivas y un cambio hacia estilos de vida más saludables. Además, el interés en el fitness y el bienestar personal sigue en aumento, lo que alimenta la demanda de ropa deportiva de calidad.

- **Consumo aparente:**

El consumo aparente de ropa deportiva en Colombia se puede estimar a partir de las importaciones y la producción local. En 2022, se registraron importaciones de ropa deportiva que sumaron aproximadamente \$200 millones de dólares, lo que indica un fuerte interés de los consumidores por productos de marcas reconocidas. Las grandes cadenas de retail y tiendas especializadas han incrementado su oferta de productos, lo que también ha contribuido a un aumento en el consumo.

- **Consumo per cápita:**

El consumo per cápita de ropa deportiva en Colombia se estima en \$102.881 pesos en 2023<sup>[1]</sup>, lo que refleja un aumento en comparación con años anteriores. Este incremento se debe a una mayor concienciación sobre la importancia de la actividad física y la moda deportiva, así como al crecimiento del poder adquisitivo en segmentos de la población que buscan productos de calidad y que estén alineados con un estilo de vida activo.

- **Estimación del segmento/ nicho de mercado (tamaño y crecimiento)<sup>[2]</sup>**

El segmento de mercado enfocado en la moda versátil para actividades físicas y baile se estima que representa alrededor del 25% del mercado total de ropa deportiva en Colombia, con un crecimiento proyectado del 10% anual a medida que más personas adoptan estilos de vida activos y buscan vestuario que se adapte a diversas actividades.

- **Perfil del Consumidor y/o del cliente.**

**Demografía:**

-**Edad:** Principalmente jóvenes de 18 a 35 años.

-**Ubicación:** Habitantes de Medellín

-**Género:** Público femenino

**Intereses y Estilo de Vida:**

-**Salud y Bienestar:** Este consumidor está enfocado en mantener un estilo de vida activo y saludable. Participa en actividades como yoga, pilates, danza y entrenamiento en el gimnasio, buscando prendas que faciliten estos movimientos.

-**Autoexpresión:** Valoran el vestuario como una extensión de su personalidad, eligiendo prendas que reflejan su identidad única y estilo personal. Buscan ropa que les permita destacar y sentirse cómodos al mismo tiempo.

-**Sostenibilidad:** Existe un creciente interés en productos sostenibles y éticamente producidos. Este consumidor prefiere marcas que demuestren compromiso con la sostenibilidad, ya sea a través de materiales reciclados, producción ética o políticas de comercio justo.

**Valores en la Decisión de Compra:**

-**Funcionalidad:** Buscan prendas que sean prácticas y versátiles, adecuadas tanto para el ejercicio como para situaciones cotidianas, permitiendo transitar de una actividad a otra sin necesidad de cambiar de vestuario.

-**Calidad y Durabilidad:** Los consumidores prefieren invertir en ropa de alta calidad que ofrezca resistencia y comodidad a largo plazo.

-**Estética:** La apariencia y el diseño son igualmente importantes. Quieren ropa que no solo sea funcional, sino que también tenga un estilo atractivo que complemente su imagen personal.

**Comportamiento de Compra:**

-**Investigación:** Suelen investigar en línea antes de hacer una compra, buscando reseñas, comparaciones de productos y recomendaciones en redes sociales.

-**Compras Digitales:** Tienen una fuerte inclinación hacia las compras en línea, apreciando la conveniencia y la variedad que ofrece este canal.

- **Relacione los productos sustitutos y productos complementarios:**

Productos sustitutos incluyen ropa de casual wear y moda convencional que no están específicamente diseñados para actividades físicas, pero que pueden ser utilizados en contextos similares. Los productos complementarios abarcan calzado deportivo, accesorios de baile, y equipos de ejercicio que potencian la experiencia del usuario y fomentan un estilo de vida activo.

## 2.5 Análisis de la Competencia

- Nombre de las empresas competidoras que elaboran productos similares a los nuestros
- Productos y precios que maneja la competencia
- Productos sustitutos
- Plazos de pago.
- Descuentos
- Publicidades.
- Materia prima que utiliza para la elaboración del producto
- Nivel de satisfacción de los deseos del cliente.
- Mercado y segmento que maneja
- Capacidad técnica, financiera y administrativa.
- Imagen ante sus clientes.

<b>Competencia</b>	<b>Aiko (Colombia)</b>	<b>Ermes Dance (España)</b>	<b>Lure (Brasil)</b>
<b>Productos</b>	Prendas inspiradas en el twerk y ritmos urbanos: Tops, shorts, Bodys	Ermes Dance ofrece una amplia variedad de productos enfocados en el calzado y vestuarios para bailarines. Entre su portafolio se encuentran leggings, sudaderas, camisetas, buzos y tops.	Prendas inspiradas en el baile y el casual wear: Enterizos, vestidos, bodys, sets, leggings y tops.
<b>Precios</b>	\$40.000 COP- \$100.000 COP	49,99€ - 119,99€	\$99 USD - \$200 USD

<b>Productos sustitutos</b>	No ofrece plazos de pago	La marca acepta pagos a través de plataformas como Klarna, lo que permite a los clientes optar por pagos diferidos. Además, ofrecen opciones de pago con tarjeta de crédito y otras plataformas electrónicas	Tiene un convenio con Shop pay que ofrece plazos de pago sin interés a 12 meses.
<b>Descuentos</b>	Ofrece paquetes de productos donde junto es una opción más económica para el cliente y realiza cada cierto tiempo descuentos de las referencias que ya se están acabando en el inventario.	Ermes Dance ofrece descuentos significativos que van desde 20€ hasta 80€ en algunos productos.	Ofrecer descuentos promocionales en eventos de danza y temporadas específicas, además de colaboraciones con influencers y bailarines para campañas con precios especiales.
<b>Publicidad</b>	Realiza su publicidad por medio de redes sociales, bailarines que dan a conocer sus productos y por medio de clases de baile de twerk y estilo urbano donde se promociona la marca.	La marca realiza sus promociones principalmente a través de su sitio web y su boletín de noticias. También invita a los clientes a suscribirse para recibir ofertas exclusivas y mantenerse al tanto de las tendencias y novedades en el mundo de la danza	Se centra en publicidad digital a través de redes sociales y colaboraciones con figuras del mundo de la danza. También participa en eventos de danza para promover sus productos y reforzar su presencia en la comunidad.
<b>Materia prima que utiliza para la elaboración del producto</b>	Los productos se basan más que todo en licras con elementos de sublimación que permiten la	Los productos de Ermes Dance están elaborados con materiales de alta calidad, incluyendo cuero,	Emplea materiales técnicos de alto rendimiento como lycra y poliéster, que proporcionan elasticidad,

	flexibilidad y el libre movimiento.	gamuza, licras, mallas y otros textiles resistentes	durabilidad y transpirabilidad, ideales para el movimiento y las exigencias del baile.
<b>Nivel de satisfacción de los deseos del cliente.</b>	Sus productos reciben buenas valoraciones por su confort, siluetas y diseño y tienen un enfoque muy personalizado con el que se asegura de satisfacer las necesidades únicas de cada bailarín,	Ermes Dance se posiciona como una marca que combina comodidad y estilo. Sus productos reciben buenas valoraciones por su durabilidad y confort, lo que refleja un alto nivel de satisfacción del cliente.	La marca se destaca por recibir buenas valoraciones en cuanto a diseño, comodidad y calidad de sus prendas, ajustándose a las necesidades de diferentes estilos de danza
<b>Mercado y segmento que maneja</b>	Se dirige a un público femenino, joven y amante del twerk y estilo urbano que quiere explorar su sensualidad	La marca se dirige principalmente a bailarines profesionales y aficionados que buscan calzado y vestuario especializado para diferentes estilos de danza, como el tango, la salsa, el ballroom, y el ballet.	Se dirige principalmente a bailarines profesionales y aficionados en América Latina, con un enfoque en mujeres jóvenes que practican ballet, danza contemporánea y urbana.
<b>Capacidad técnica, financiera y administrativa.</b>	La marca tiene en funcionamiento 3 años, en los cuales ha ampliado su capacidad de producción lo que le ha permitido ofrecer sus productos nacionalmente.	Aunque no se especifican detalles sobre la capacidad técnica y financiera, la variedad de productos, precios competitivos, y la opción de pagos a plazos sugieren que Ermes Dance tiene una estructura financiera y administrativa sólida para manejar	Tiene capacidad técnica para el desarrollo de productos especializados y estructura financiera para sostener su operación y expansión en el mercado.

		operaciones tanto en Europa como en otros países	
<b>Imagen ante sus clientes.</b>	Sus clientes forman una comunidad que gira en torno al twerk y ritmos humanos donde la Aiko es un herramienta que potencializa la seguridad y confianza a la hora de bailar.	Se percibe como una marca confiable y de calidad dentro del mercado de la danza. Ofrece productos diseñados para cumplir con las exigencias de los bailarines, destacando por la combinación de funcionalidad y estética, lo que genera un buen nivel de fidelidad entre sus clientes	La marca es percibida como moderna, funcional y de alta calidad, siendo bien valorada por su compromiso con el desarrollo de productos que combinan estética y rendimiento en la danza.

### 3. Estrategias de Mercado

#### 3.1 Concepto del Producto o Servicio:

##### 3.1.1 Descripción básica

Performance ofrece un portafolio de prendas versátiles y funcionales que incluyen enterizos, leggings, tops, bodys, vestidos, buzos y shorts, diseñados para acompañar a sus usuarios en diferentes situaciones de la vida diaria. Todas las prendas están inspiradas en el baile como forma de expresión y en la moda como herramienta de empoderamiento. La prenda insignia de la marca es el body, debido a su capacidad de adaptarse a múltiples ocasiones, desde actividades deportivas hasta salidas casuales.

##### 3.1.2 Especificaciones o características

- Materiales de alta calidad, cómodos y transpirables, tal como licra, poliéster y algodón stretch, que brindan flexibilidad, comodidad y transpirabilidad, permitiendo movimientos sin restricciones.
- Los diseños favorecen la silueta, brindando soporte en las áreas necesarias y permitiendo una experiencia cómoda y ergonómica.
- Cada pieza está diseñada con cortes y acabados modernos que resaltan la figura sin sacrificar la comodidad. Los detalles como costuras planas, tirantes ajustables y paneles de malla estratégicamente colocados no solo aportan un aspecto visual atractivo, sino que también mejoran la funcionalidad y el rendimiento de la prenda.

- Integración de texturas, estampados y efectos visuales (como acabados mate o brillantes) para añadir dinamismo a las prendas. Los tejidos texturizados pueden crear un efecto visual que favorezca la silueta, aportando un toque único y diferenciador a la colección.
- Las prendas ofrecen soporte adicional en áreas específicas como busto, abdomen o espalda, mediante el uso de paneles de compresión, elásticos reforzados o tejidos de doble capa. Esto asegura que las prendas no solo sean estéticamente atractivas, sino que también sean funcionales y cómodas para actividades de alto rendimiento.

### **3.1.3 Para que se usa del producto o servicio**

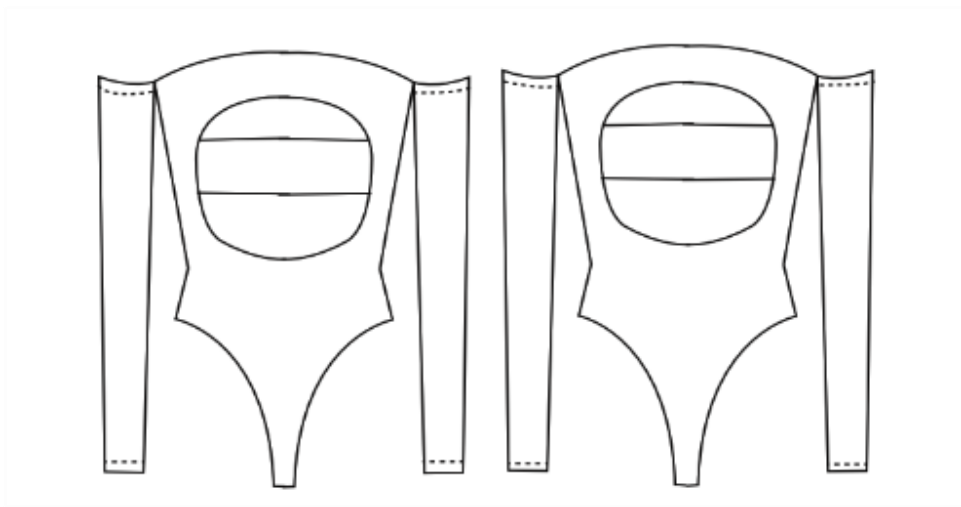
Cada prenda está pensada para adaptarse a diversos momentos de la vida del cliente, desde clases de baile, yoga y fitness, hasta salidas casuales o eventos sociales. Las piezas son altamente versátiles y pueden ser combinadas para crear looks que se adapten a diferentes contextos.

El body, prenda icono de la marca, puede ser usado como pieza principal en una clase de baile o como base para un outfit casual con jeans y una chaqueta. Su versatilidad permite transitar de un entorno de ejercicio a un evento social con facilidad, sin perder estilo ni comodidad.

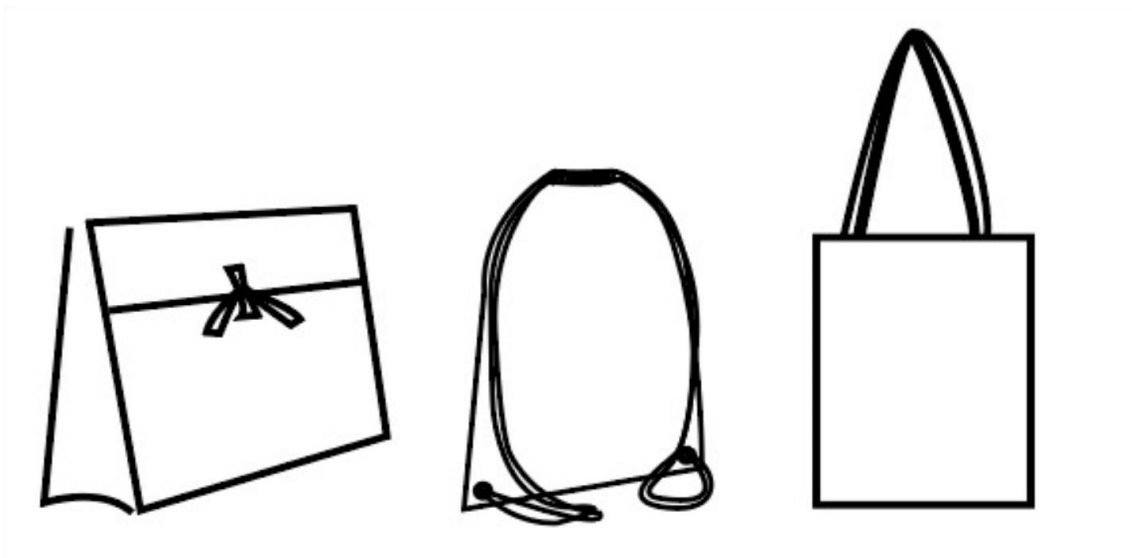
### **3.1.4 Diseño**

La prenda icónica de Performance es un body con un diseño multifuncional que resalta la silueta femenina de manera estratégica. La parte superior se caracteriza por un escote asimétrico, con detalles de cortes que enfatizan el contorno del busto y los hombros, generando una sensación de simetría visual. Los tirantes se superponen y se ajustan de manera cruzada en la espalda, creando una estructura que proporciona soporte y estilo. La zona inferior es un diseño high-cut, que alarga visualmente las piernas, estilizando la figura.

Los textiles utilizados permiten que esta prenda se adapte tanto a contextos deportivos como a salidas casuales, ofreciendo elasticidad, comodidad y un efecto de compresión moderado.



### 3.1.6 Empaque



#### Descripción de los Empaques

**1.Sobre de Tela para Envíos:** Este empaque está diseñado para ser ecológico y funcional, protegiendo el producto durante el envío.

-Material: Tela de algodón o poliéster reciclado, que asegura resistencia y durabilidad.

-Tamaño: Personalizable según el tamaño del producto, con dimensiones estándar de 30 cm x 40 cm.

-Cierre: Cierre de cordón ajustable que permite un cierre seguro y facilita el acceso al contenido.

-Diseño: Estampado en color sólido con el logo de Performance en la parte frontal, acompañado de una frase inspiradora relacionada con el baile, como "Mueve tu cuerpo, expresa tu alma".

-Uso: Ideal para envíos directos, ofreciendo una presentación elegante y respetuosa con el medio ambiente.

**2.Tula para Compras Mayores:** Esta tula es un regalo para los clientes que compran tres o más productos.

-Material: Tela de poliéster resistente al agua, ideal para el uso diario.

-Tamaño: Aproximadamente 40 cm x 50 cm, con capacidad suficiente para tres o más productos.

-Cierre: Cierre de cordón ajustable, permitiendo que la bolsa se ajuste al contenido y se mantenga cerrada.

-Diseño: Estampada con el logo de Performance en un lado y una frase motivadora como "Baila como si nadie te estuviera mirando" en el otro.

-Uso: Práctica para llevar en la compra y reutilizable, fomentando la sostenibilidad.

**3.Bolsa Convencional de Tela:** Esta bolsa es ideal para las ventas en persona y también está hecha de material resistente.

-Material: Tela de algodón 100%, que proporciona resistencia y comodidad.

-Tamaño: 35 cm x 40 cm, con asas largas para mayor comodidad al cargar.

-Cierre: Abierta sin cierre, permitiendo un fácil acceso al producto.

-Diseño: Presentará el logo de Performance en el centro y una frase como "Cada paso cuenta en tu danza" en la parte inferior.

-Uso: Ideal para ventas en eventos, promoviendo la marca y alentando el uso repetido.

### **3.1.8 Fortalezas y debilidades de su producto o servicio frente a la competencia**

#### **Fortalezas:**

- **Versatilidad:** Las prendas, especialmente el body, están diseñadas para ser multifuncionales, adaptándose a diferentes escenarios y momentos del día.
- **Calidad de Materiales:** Uso de textiles cómodos y transpirables que brindan flexibilidad, comodidad y transpirabilidad, permitiendo movimientos sin restricciones.

- **Conexión Emocional:** El concepto de "cicatrización a través de la danza y el vestuario" agrega una dimensión emocional y personal que fortalece el vínculo con el consumidor.
- **Variedad de Prendas:** Performance ofrece un amplio portafolio de productos, que incluye enterizos, leggings, tops, bodys, vestidos, buzos y shorts, permitiendo a los clientes encontrar una opción para cada ocasión y adaptarse a diferentes situaciones del día a día.

#### **Debilidades:**

- **Posicionamiento Inicial:** Como marca emergente, Performance deberá hacer esfuerzos importantes en marketing y comunicación para posicionarse en el mercado.
- **Limitado poder de inversión en materiales:** Como una marca nueva, no contamos con el músculo financiero necesario para invertir en telas con tecnología avanzada que mejoren aún más las propiedades de las prendas, como termorregulación o tejidos anti-olor.
- **Competencia con marcas posicionadas:** Competir con marcas establecidas en el mercado de ropa deportiva y dancewear puede ser un desafío, especialmente en cuanto a precios y reconocimiento de marca.

#### **3.1.9 Materia prima que utiliza en el producto.**

##### **Textiles Principales:**

**Poliéster:** Ideal para brindar elasticidad y resistencia a las prendas, el poliéster se seca rápidamente, absorbe la humedad y es altamente duradero.

**Nylon:** Se caracteriza por su alta resistencia. Es perfecto para prendas ajustadas, que elongan e ideal para procesos de sublimación o tinta de textiles.

**Spandex o Elastano (Lycra):** Proporciona gran elasticidad y confort, garantizando libertad de movimiento

##### **Algodón y Algodón Orgánico:**

Aporta suavidad y transpirabilidad, siendo ideal para prendas casuales como busos o shorts.

##### **Malla y Tejidos Transpirables:**

Este material, utilizado en paneles o detalles de las prendas, mejora la ventilación y proporciona un toque estético moderno.

##### **Componentes y Detalles de Diseño:**

- **Cierres:** Se utilizarán cierres metálicos y de plástico con acabados en colores a juego con las prendas, brindando opciones de ajuste y un toque distintivo en tops y enterizos.
- **Hebillas:** Incorporadas en cinturillas o tirantes ajustables para mejorar el ajuste y añadir un detalle visual moderno.

- **Elásticos:** Enfocados en la cintura, puños y dobladillos, garantizando que las prendas se mantengan en su lugar durante el movimiento.
- **Cordones:** Con acabados decorativos, los cordones se emplearán en shorts, busos y algunas partes ajustables para combinar funcionalidad con estética.
- **Argollas y Ojaletes Metálicos:** Se usarán para reforzar las zonas de ajuste y añadir elementos decorativos que favorezcan el estilo de las prendas.
- **Aplicques Decorativos:** Como botones de presión o bordados en zonas estratégicas, para mejorar la apariencia y proporcionar un look más personalizado.
- **Flecos y boleros:** Perfectos para dar efecto de movimiento a la prenda.

### 3.2 Distribución:

#### 3.2.1 Qué canal de distribución utilizará.

Performance utilizará un canal de distribución **directo**, vendiendo exclusivamente a través de plataformas virtuales (Whatsapp y Página web). Esto implica que los pedidos se gestionarán directamente desde el fabricante (o la marca) al cliente, eliminando intermediarios y permitiendo un mayor control sobre la experiencia del cliente.

#### 3.2.2 Métodos de despacho y transporte.

- **Logística Interna:** Al recibir un pedido, se verificará en el sistema si el producto está disponible en inventario. Si está disponible, se empaquetará y se coordinará con la empresa de entregas. En caso de que el producto deba ser fabricado, se comunicará al cliente el tiempo estimado para su producción y envío.
- **Entrega en Medellín:** Performance contratará una empresa de entregas local para optimizar la comunicación y coordinar la logística de envíos. Se negociará un costo más bajo, que se incluirá en el precio del producto, asegurando que el cliente no sienta que el domicilio es un gasto adicional.

#### Tiempos de Entrega:

- **Productos en Inventario:** Se entregarán en un plazo de 2 días en Medellín y 4 días para otras ciudades.
- **Productos a Fabricar:** La producción de nuevos productos tomará entre 7 y 10 días hábiles. Los clientes serán informados de estos tiempos en el momento de la compra.

#### Política de Devoluciones

- **Devoluciones de Productos Defectuosos:** Si el producto llega en mal estado, el cliente podrá devolverlo, y Performance se hará cargo de los costos adicionales, enviando un nuevo producto.
- **Devoluciones por Cambio de Preferencia:** Si el cliente desea cambiar el producto por talla, color o gusto, asumirá los costos de envío tanto para la devolución como para el nuevo envío.

- **Política de Reembolsos:** No se ofrecerán reembolsos de dinero. Los clientes pueden intercambiar su producto por una referencia similar o diferente, o recibir un saldo a favor para futuras compras.

### Métodos de Pago

- **Pasarela de Pago:** Los pagos se realizarán a través de una pasarela de pago segura como PayPal, que permitirá el uso de tarjetas de crédito.
- **Pagos Contraentrega:** En Medellín, se ofrecerá la opción de pagar en efectivo al momento de la entrega, lo que facilitará la experiencia del cliente.

### Atención al Cliente

- **Respuesta a Consultas:** Performance se compromete a responder a las inquietudes de los clientes a través de Messenger o WhatsApp en un tiempo de entre 5 a 10 minutos, asegurando un servicio ágil y eficiente.

### 3.2.3 Costos del transporte y seguros

Empresa	Costo Promedio (Medellín)	Descripción	Métodos de Entrega
<b>Servientrega</b>	\$10,800 (paquete estándar)	Entregas rápidas y eficientes. Puede programar la recolección y tiene opción de seguros.	Entregas a domicilio, opciones de recolección.
<b>Inter Rapidísimo</b>	Desde \$9,500	Variedad de servicios de mensajería, incluyendo entrega inmediata y programada.	Entregas a domicilio, servicio de mensajería.
<b>Coordinadora</b>	Desde \$9,000	Servicio de transporte nacional y distribución de mercancías, atención personalizada.	Entregas a domicilio, recolecciones.
<b>TCC (Transportes Coordinados)</b>	Desde \$8,500	Servicios logísticos que incluyen seguros de carga y seguimiento en tiempo real.	Entregas a domicilio, servicio de mensajería.

<b>Domicilios Medellín</b>	Desde \$8,000	Entregas rápidas en la ciudad, especialmente para productos pequeños o ligeros.	Domicilio directo, entregas express.
--------------------------------	---------------	---	--------------------------------------

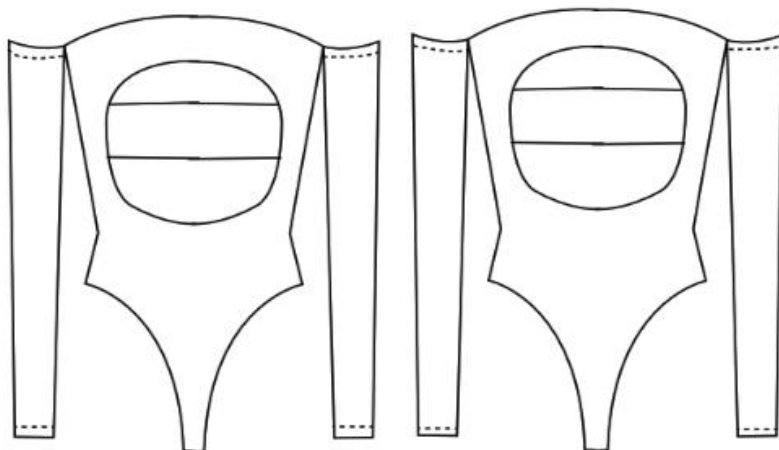
### 3.2.4 Política de inventario de producto terminado

- **Bodega:** Se establecerá un sistema de bodega para almacenar productos terminados. Inicialmente, se producirán seis unidades por referencia, y las producciones se ajustarán según la tendencia de ventas. Esto permitirá una gestión eficiente del inventario y minimizará el riesgo de sobrestock o falta de productos populares.
- **Disponibilidad de Productos:** Los clientes serán informados si el producto deseado está en el inventario o si se fabricará a medida tras la realización del pedido

### 3.3 Precios:

3.1 Punto de equilibrio Pesos (costos fijos/(1-costos variables/ingresos)), unidades (costos fijos/precio de venta - costo variable) ( margen de contribución) [3]

### Imagen del producto:



Insumo	Costo unitario	Cantidad	Unidad de medida	Costo total
Tela licrada	\$ 18.000	5	mt	\$ 90.000,00

Talla y etiquetas	\$ 1.000	12	Unidad	\$ 12.000,00
Resorte	\$ 3.000	12	mt	\$ 36.000,00
confección	\$ 300.000	1	Servicio	\$ 300.000,00
Corte	\$ 35.000	1	Servicio	\$ 35.000,00
Empaque	\$ 3.000	12	Paquete	\$ 36.000,00
Domicilio	\$ 10.000	12	Servicio	\$ 120.000,00
<b>Costo total (Costos variables)</b>				<b>\$ 629.000,00</b>

<b>Cantidades</b>	12
<b>Costo por unidad</b>	\$ 52.416,67

	<b>Porcentaje</b>	<b>Utilidad</b>	<b>Costo Total</b>
<b>%Utilidad</b>	30%	15725	\$ 68.141,67
<b>%Utilidad sobre utilidad</b>	10%	5241,666667	\$ 73.383,33

### 3.3.4 Condiciones de pago

#### Método de Pago en Línea:

Los pagos en la página web de Performance se llevarán a cabo de manera anticipada a través de la pasarela de pago PayPal. Este sistema permite a los clientes realizar transacciones utilizando tarjetas de crédito o cuentas de ahorro. El proceso de compra requerirá que el cliente efectúe el pago antes de que se procese el pedido. Una vez confirmado el pago, se procederá a la verificación, y el producto será empaquetado inmediatamente si se encuentra en inventario. Si el artículo no está disponible, se iniciará el proceso de fabricación correspondiente.

### **Transferencias Bancarias a través de WhatsApp:**

A través de la plataforma WhatsApp, los clientes podrán optar por realizar transferencias bancarias como método de pago anticipado. Se aceptarán transferencias de entidades como Bancolombia, Nequi y Daviplata, entre otras. La transición al proceso de verificación se realizará una vez que se reciba el comprobante del pago anticipado, garantizando así un flujo de comunicación efectivo y la seguridad en la gestión de los pedidos.

### **3.3.5 Impuesto a las ventas (a que régimen pertenece la empresa)**

Performance se puede clasificar como una Microempresa o Pequeña Empresa de acuerdo a las siguientes razones:

- **Producción y venta de bienes:** La marca fabrica y vende prendas de vestir, lo que la clasifica como un productor.
- **Ventas directas al consumidor:** Al vender directamente a través de la plataforma en línea y WhatsApp, se evita intermediarios, lo que es común en pequeñas empresas.
- **Volumen de ventas (inicial):** Al ser una marca emergente, se asume un volumen inicial de ventas moderado.
- **Número de empleados:** Al inicio será un equipo reducido, típico de una pequeña empresa.

De acuerdo a los anterior la marca puede pertenecer al Régimen Simplificado, siendo el más adecuado para las microempresas y pequeñas empresas en Colombia, ya que ofrece simplificación en los trámites y pagos. Las ventajas de pertenecer a este régimen son:

- **Menos trámites:** Simplifica los procesos contables y tributarios.
- **Pagos estimados:** Permite realizar pagos estimados de impuestos.
- **Facilidad para iniciar operaciones:** Los requisitos para inscribirse son menos exigentes.

Por consiguiente, la empresa estaría sujeta a:

- **IVA (Impuesto al Valor Agregado):** La tarifa del IVA en Colombia es del 19%.
- **Retención en la Fuente:** Si realiza pagos a proveedores o contrata empleados, deberá aplicar retenciones en la fuente sobre dichos pagos.
- **Impuesto de Renta:** Al finalizar el año gravable, la empresa deberá presentar una declaración de renta y pagar el impuesto correspondiente sobre las utilidades obtenidas.

### **3.3.6 Estrategias a utilizar frente a una guerra de precios**

Frente a una guerra de precios, Performance puede implementar diversas estrategias para mantener la competitividad sin comprometer su imagen o rentabilidad:

- **Diferenciación de Producto:** Enfocar los esfuerzos en resaltar las características únicas y los beneficios de los productos. Esto puede incluir la calidad de los materiales o la funcionalidad de las prendas.
- **Estrategia de Marca:** Fortalecer la identidad de la marca y su conexión emocional con los consumidores. Una marca bien posicionada puede fidelizar clientes que están dispuestos a pagar más por la experiencia y el significado que representa.
- **Fidelización de Clientes:** Implementar programas de lealtad que recompensen a los clientes frecuentes. Esto puede incluir descuentos exclusivos, acceso anticipado a nuevos productos o servicios personalizados.
- **Segmentación del Mercado:** Identificar segmentos de mercado específicos que valoren más las características de los productos que el precio. Esto puede ayudar a enfocar el marketing y ventas en clientes menos sensibles al precio.
- **Mejora del Servicio al Cliente:** Proporcionar un excelente servicio al cliente y soporte postventa.
- **Promociones Estratégicas:** En lugar de reducir precios de forma generalizada, se puede considerar promociones limitadas, como descuentos en ciertos productos o temporadas, para crear urgencia y mantener la percepción de valor.
- **Alianzas Estratégicas:** Colaborar con otras marcas o influenciadores que compartan la filosofía de Performance. Esto puede aumentar la visibilidad y atraer nuevos clientes sin necesidad de competir solo en precio.
- **Educación del Consumidor:** Informa a tus clientes sobre la calidad y los beneficios de tus productos a través de contenido en redes sociales. Esto puede ayudar a los consumidores a entender por qué los productos valen el precio que tienen.

### 3.3.7 Método utilizado para la definición del precio.[4][5]

El método a utilizar para la fijación de precios se basará en el castor del producto y en la Prueba y error:

El método basado en el costo es una estrategia de fijación de precios que toma como punto de partida los gastos asociados a la producción de un producto. A este costo se le añade un margen de ganancia para determinar el precio final. Es un método sencillo, pero no considera la percepción de valor del cliente ni la competencia.

El método de prueba y error es más flexible y se basa en la observación de la reacción del mercado a diferentes precios. Consiste en fijar un precio inicial y luego ajustarlo según la demanda. Este método permite adaptar los precios a las condiciones del mercado, pero requiere tiempo y puede generar pérdidas iniciales.

Se utiliza el método basado en el costo para establecer un punto de partida y luego se ajustan los precios mediante el método de prueba y error, considerando factores como la competencia, la percepción de valor del cliente y los objetivos de la empresa.

### 3.4 Promoción:

**3.4.2 Manejo de clientes especiales:** En Performance, la estrategia de manejo de clientes especiales está diseñada para fortalecer relaciones comerciales con academias de baile, escuelas de danza, y grupos artísticos que presentan un alto nivel de fidelidad y consumo recurrente. Estos clientes serán categorizados como *especiales* al cumplir con criterios definidos, tales como la realización de compras regulares y sostenidas superiores a 12 unidades por transacción.

A estos clientes especiales se les otorgará un descuento exclusivo del 10% sobre el valor total de cada compra. Este beneficio busca incentivar la continuidad de la relación comercial, aumentar la satisfacción del cliente y fomentar la adquisición de productos en volumen.

**3.4.3 Costo de la promoción de lanzamiento:** El lanzamiento de la marca *Performance* será un evento dinámico diseñado para conectar emocionalmente con el público objetivo y destacar la esencia de la marca. El evento contará con un espacio dedicado al baile, talleres de baile, presentaciones de bailarines profesionales, y áreas interactivas para que los asistentes conozcan los productos de la marca.

La estrategia comprende:

1. **Arrendamiento del espacio:** El evento se realizará en la academia de baile Matiz, las entradas a los talleres y al espacio de interacción tendrá un cover para los participantes de 10 mil pesos. La mitad de lo obtenido de las entradas irá para la academia al igual que la totalidad de ventas de bebidas que se hagan en el espacio.
2. **Shows de bailarines:** Contratación de bailarinas profesionales que representen diversos estilos de baile. Los vestuarios de las bailarinas van a ser parte de la colección de Performance.
3. **Publicidad en redes sociales:** Campaña de expectativa previa al evento con videos, publicaciones, y anuncios pagados en Instagram, Facebook, y TikTok. Incluye publicidad con bailarines.
4. **Vestuarios y ambientación:** Vestuarios para los bailarines y música del evento.
5. **Experiencia interactiva:** Zona donde los asistentes puedan probar los productos, tomarse fotos y compartir en redes con hashtags oficiales.

**Tabla de costos estimados**

<b>Concepto</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo estimado (COP)</b>
<b>Arrendamiento del espacio</b>	Espacio con capacidad para 150 personas, 8 horas.	0
<b>Publicidad en redes sociales</b>	Campaña digital en Instagram, Facebook y TikTok.	600.000
<b>Bailarines profesionales</b>	Contratación de 3 bailarinas, dos grupos de baile y 2 profesoras	1.200.000
<b>Vestuarios</b>	Vestuarios de los bailarines que harán presentaciones y dictarán los talleres.	600.000
<b>Música del evento</b>	Sonido del evento	150.000
<b>Staff y logística</b>	Personal de apoyo, seguridad, y limpieza.	400.000
<b>Extras e imprevistos</b>	Fondo para imprevistos durante el evento.	500.000
<b>Total estimado</b>		<b>3.450.000</b>

#### **3.4.4 Descripción de la promoción para motivar la venta**

#### **3.5 Comunicación y publicidad**

**3.5.1 Definir las estrategias de difusión del producto o servicio:** La publicidad se hará por medio de las redes sociales, donde se hará publicidad paga y se hará un convenio con bailarinas para que ellas en sus redes realicen contenido utilizando nuestros productos donde recibirán como pago un saldo monetario y los vestuarios que van a promocionar. Se dedicará una semana al mes para planear y realizar todas las publicaciones que se harán al mes siguiente incluyendo post, historias y reels, donde se planea hacer 3 post a la semana e historias todos los días. Además, cada mes, Performance va a brindar un taller gratuito de baile que variará de género de acuerdo al mes para interactuar con su público objetivo y crear una comunidad.

**3.5.2 Medios y tácticas de comunicación a utilizar:** De acuerdo a lo anterior, los medios que se van a utilizar es la publicidad de en redes sociales a través de contenido sin pago y con pago.

### 3.5.3 Costos de la estrategia a utilizar

Concepto	Costo estimado (COP)
Publicidad paga en redes sociales	300.000
Convenio con bailarinas	600.000
Clases de baile	200.000
<b>Total</b>	<b>1.100.000</b>

### 3.6 Servicios

#### 3.6.1 Procedimientos para otorgar garantías y servicios post venta

El servicio postventa irá enfocado en la satisfacción al cliente donde se le pedirá que respondan preguntas sobre la calidad del producto, la atención al cliente y la entrega del producto. Además se le harán recomendaciones personalizadas, dependiendo del producto que compró el cliente, sobre el cuidado de esa prenda. Esta comunicación se hará por medio de WhatsApp Business con el fin de tener una comunicación más directa con el cliente.

Por otro lado, la estrategia de devoluciones que se manejará en la marca es la siguiente:

- **Devoluciones de Productos Defectuosos:** Si el producto llega en mal estado, el cliente podrá devolverlo, y Performance se hará cargo de los costos adicionales, enviando un nuevo producto.
- **Devoluciones por Cambio de Preferencia:** Si el cliente desea cambiar el producto por talla, color o gusto, asumirá los costos de envío tanto para la devolución como para el nuevo envío.
- **Política de Reembolsos:** No se ofrecerán reembolsos de dinero. Los clientes pueden intercambiar su producto por una referencia similar o diferente, o recibir un saldo a favor para futuras compras.

### 3.6.2 Mecanismos de atención a clientes:

El proceso de comunicación, ventas y devoluciones de Performance se gestionará a través de dos canales digitales principales:

#### 1. WhatsApp Business

Este canal permitirá una comunicación directa, organizada y eficiente, ofreciendo:

- **Respuestas rápidas y personalizadas:** Un encargado estará disponible para responder los mensajes en un tiempo máximo de 10 minutos, asegurando una experiencia de atención ágil y cercana.
- **Mensajes automatizados iniciales:** Para confirmar que la solicitud ha sido recibida y está en proceso de atención.
- **Catálogo integrado:** Donde los clientes podrán explorar los productos disponibles directamente desde la aplicación.

#### 2. Mensajes Directos en Instagram

Ideal para atraer nuevos clientes y fomentar la interacción, Instagram será utilizado para:

- **Atender consultas sobre productos:** A través de una persona asignada para gestionar las interacciones en esta red.
- **Recepción de pedidos:** Ofreciendo un canal informal y visual, especialmente atractivo para la generación de contenido compartible y promocional.
- **Gestión de comentarios públicos:** Como un espacio adicional para resolver dudas o sugerencias, demostrando transparencia y compromiso.

### 3.7 Presupuesto de la mezcla de mercados:

Cuantifique los costos en los que incurre es cada una de las estrategias: Producto, Precio, Plaza, Promoción.

- **Costos de producto:** Como se definió anteriormente el costo del producto de la prenda ícono de la marca es \$52.417, este costo incluye todo el proceso de fabricación de la prenda (corte y confección) hasta el empaque y entrega del producto.
- **Costos de Promoción:** A continuación se detallan los costos que la marca asumirá mensualmente para la promoción de la marca.

Concepto	Costo estimado (COP)
<b>Publicidad paga en redes sociales</b>	300.000
<b>Convenio con bailarinas</b>	600.000
<b>Clases de baile</b>	200.000
<b>Total</b>	1.100.000

### 3.8 Estrategia de aprovisionamiento de materias primas:

**3.8.1 Formas de aprovisionamiento:** Performance maneja la compra de su materia prima a través de proveedores Nacionales donde están:

- **Facol:**Textiles
- **Sutex:** Textiles y procesos de intervención de los textiles
- **Bombay:** Insumos como elásticos, cierres, copas, herrajes y pedrería.
- **Herrajes:**Insumos como elásticos, cierres, copas, herrajes y pedrería.
- **Etipress:** Etiquetas y tallas de la marca

**3.8.2 Precios de adquisición:**Los precios de adquisición las materia prima e insumos varía dependiendo de la cantidad de producción y del diseño de las prendas para tener una referencia, la materia prima y los insumos de la la prenda ícono tiene un precio de:

Proveedor	Materia prima/Insumo	Costo
Facol	Tela licrada	12.000
Bombay	Resorte	2.000
Etipress	Talla y etiqueta	2.000
<b>Total</b>		16.000

**3.8.4 Descuento por volumen:** Los proveedores antes mencionados ofrecen descuento por volumen de compra de materia prima o insumo, en el caso de cada proveedor:

- **Facol:**Ofrece un descuento a partir de 20 kilos de tela.
- **Sutex:** Ofrece un descuento a partir de 10 kilos de tela.
- **Bombay:**Tiene precio específico para compras mayoristas.
- **Herrajes:**Tiene precio específico para compras mayoristas.
- **Etipress:**Ofrece un precio menor a partir de 200 unidades.

### 3.9 Proyección de Ventas

- **Método utilizado para la Proyección de Ventas[6]:** La investigación de mercados es el método más adecuado para la proyección de ventas de una marca nueva como Performance, ya que permite recopilar información clave sobre el comportamiento de los consumidores, la demanda potencial y las tendencias de la industria. Este enfoque ayuda a construir estimaciones basadas en datos objetivos y actuales, en lugar de depender de un historial de ventas inexistente.

### Ventajas del método:

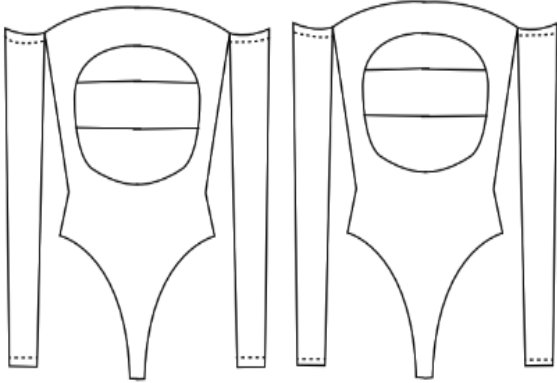
1. **Entendimiento del mercado objetivo:** Se identifica quién es el cliente ideal, sus necesidades y su disposición a adquirir los productos.
2. **Evaluación de la competencia:** Analiza cómo se comportan las marcas similares en el mercado, sus estrategias de precios y posicionamiento.
3. **Determinación de tendencias:** Proporciona información sobre patrones de consumo y posibles fluctuaciones en la demanda.
4. **Datos reales y fundamentados:** Al utilizar encuestas, entrevistas y estudios sectoriales, se obtiene una base sólida para las proyecciones iniciales.

Por otro lado, el análisis de histórico de venta es inaplicable en esta etapa inicial porque Performance aún no cuenta con datos históricos de ventas. Este método requiere información detallada sobre volúmenes de ventas previos, comportamiento del cliente y patrones de crecimiento, que solo pueden recopilarse con el tiempo y después de haber establecido una presencia en el mercad

## 4. Módulo Operativo

### 4.1 Operación

- **Ficha Técnica del Producto ó Servicio:**

FICHA TÉCNICA DE DISEÑO		LÍNEA			REFERENCIA:	
		FEMENINA	MASCULINA	INFANTIL	CO1	
		X				
DISEÑADOR:	Luisa Fernanda Molina Pérez		TIPO DE PRENDA:		Body	FECHA:
MARCA.	Performance		UNIVERSO:		DanceW ear	15/11/2024
<p><b>PROTOTIPO EN DISEÑO PLANO</b></p> 						



TALLAS:	SMALL / 8	MEDIUM / 10	LARGE / 12	TALLA BASE:	8
	<b>X</b>				
OPCIONES DE COLOR				MEDIDAS:	
				CONTORNO DE PECHO	88 cm
				CONTORNO DE CINTURA	64 cm
				CONTORNO DE CADERA	92 cm
				ANCHO DE PECHO	32 cm
				ANCHO DE ESPALADA	34 cm
				LARGA DE TALLE	44
				LARGO DE HOMBRO	11,75 cm
				LARGO DE LA MANGA	59,5 cm

## MATERIALES E INSUMOS

REFERENCIA/ NOMBRE DEL INSUMO	DESCRIPCIÓN DEL INSUMO	COLOR	UNIDAD DE MEDIDA	ANCHO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Tela Polylicra	Tela	Negro	mt	1,5	1,2	\$ 22.000,00	\$ 26.400
Elástico	Elástico	Blanco	mt	1 cm	2	\$ 1.500	\$ 3.000
Hilo	Hilo	Negro	mt	-	1	\$ 3.500	\$ 3.500
Nylon	Hilo	Negro	mt	-	2	\$ 3.000	\$ 6.000
						<b>COSTO TOTAL</b>	<b>\$ 38.900</b>

<b>ESPECIFICACIONES DE CONFECCIÓN</b>					
TIPO DE OPERACIÓN	MÁQUINA	FOLDERS O GUÍAS	PUNTADAS / PULGADA	TIPO HILO / HILAZA	NÚMERO DE AGUJA
Unión de círculos	Fileteadora	NO		Hilo - Nylon	80
Unión de entrepiernas con elástico	Fileteadora	NO		Hilo - Nylon	80
Unión de costados	Fileteadora	NO		Hilo - Nylon	80
Embonado parte superior	Fileteadora	NO		Hilo - Nylon	80
Pegar elástico de la parte superior de la manga	Fileteadora	NO		Hilo - Nylon	80
	Plana	NO	3	Hilo - Nylon	70
cerrar manga	Fileteadora	NO		Hilo - Nylon	80
Embonar manga con body	Fileteadora	NO		Hilo - Nylon	80
Ruedo de manga	Plana	NO	3	Hilo - Nylon	70
Cerrar tiro	Plana	NO	3	Hilo - Nylon	70
Unir posterior de top (frente y forro) con elástico	Fileteadora	NO		Hilo - Nylon	80
Embonar Top	Fileteadora	NO		Hilo - Nylon	80



<b>MOLDERIA Y ESCALADO</b>	<b>LÍNEA</b>			<b>REFERENCIA:</b>	
	<b>FEMENINA</b>	<b>MASCULIN A</b>	<b>INFANTIL</b>	<b>CO1</b>	
	X				
<b>DISEÑADO R:</b>	Luisa Fernanda Molina Pérez	<b>TIPO DE PRENDA:</b>	Body	<b>FECHA:</b>	
<b>Marca</b>	Performance	<b>TIPO DE ESCALADO:</b>		15/11/2024	



## ORDEN OPERACIONAL / FLUJOGRAMA

### SIMBOLOGÍA

No.	PROCESO	MÁQUINA	TIEMPO	PRODUCCIÓN
			EN MINUTOS	POR HORA
1	Unión de círculos	Fileteadora	15	1
2	Unión de entrepiernas con elástico	Fileteadora	15	1

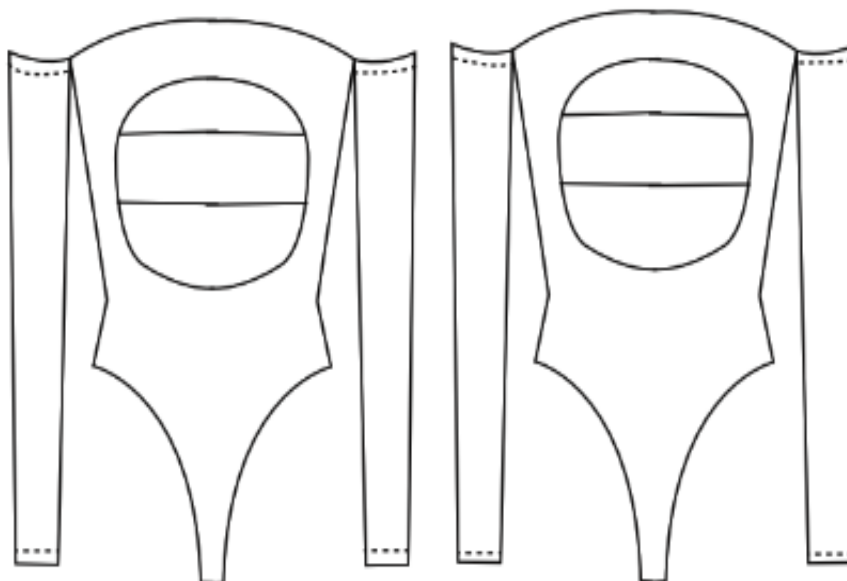
3	Unión de costados	Fileteadora	10	1
4	Embonado parte superior	Fileteadora	30	1
5	Pegar elástico de la parte superior de la manga	Fileteadora	10	1
6	Realizar dobladillo de la parte superior de la manga	Plana	10	1
7	Cerrar manga	Fileteadora	5	1
8	Embonar manga con body	Fileteadora	30	1
9	Ruedo de manga	Plana	10	1
<b>TOTAL TIEMPO DE CONFECCIÓN</b>			<b>135</b>	

### ¿Cuál es el valor agregado que puede generar a sus clientes?

El valor agregado de Performance se basa en ofrecer prendas multifuncionales, que se adaptan a diferentes situaciones como el trabajo, el ejercicio y el baile, proporcionando versatilidad y comodidad a los clientes. Además, la marca crea una conexión emocional al empoderar a los usuarios a través de sus prendas, convirtiéndolas en una extensión de su personalidad y estilo de vida. Además, Performance fomenta una comunidad activa mediante eventos y colaboraciones con bailarines, creando experiencias únicas que refuerzan el vínculo con los clientes. Finalmente, su atención al cliente es personalizada, asegurando respuestas rápidas y soluciones eficaces, lo que fortalece la fidelización de los consumidores.

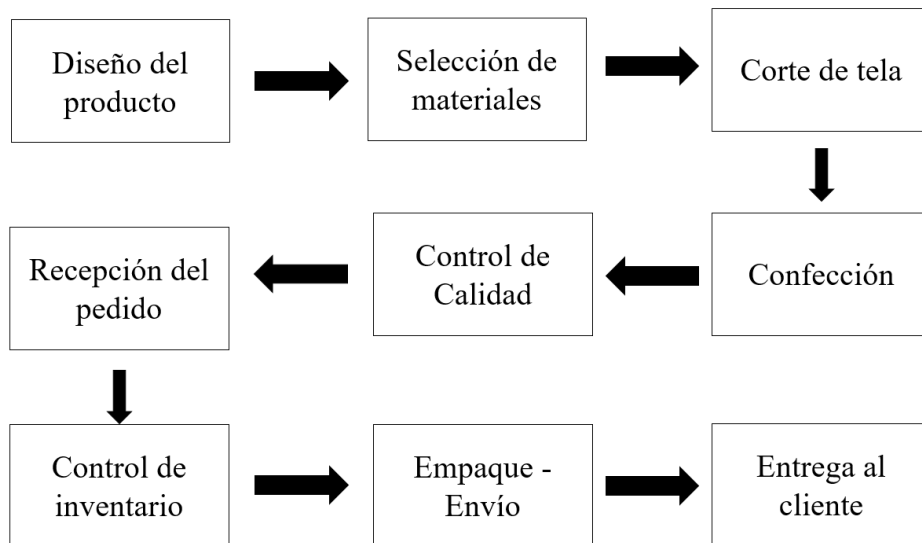
- **Estado de Desarrollo:**

La marca se encuentra en el proceso, de ideación y diseño de su prenda ícono, de la cual se adjunta en el diseño técnico:



- **Descripción del Proceso:**

Relacione y Describa en forma secuencial cada una de las actividades y procedimientos que forman parte del flujo del proceso de producción de su producto ó servicio En caso de subcontratación describir el proceso que es responsabilidad de la empresa (hacer diagrama de flujo de proceso, e insertarlo como archivo adjunto).



## 5. Módulo Organizacional

### 5.1 Estrategia Organizacional

#### Análisis DOFA:

Categoría	Descripción	Impacto Estimado	Estrategia
-----------	-------------	------------------	------------

<b>Fortalezas</b>
-------------------

<b>1.Producto Único y Diferenciado</b>	Performance ofrece prendas de alta calidad, funcionalidad y estilo, como el body versátil.	<b>Alto:</b> Esta fortaleza permite a Performance destacarse en el mercado al ofrecer productos únicos, diferenciándose de otras marcas.	<b>Estrategia de Consolidación:</b> Aprovechar la singularidad de los productos en las campañas de marketing y reforzar la diferenciación en todos los canales.
--	--	--	---

<b>2. Conexión Emocional con el Cliente</b>	La marca se basa en empoderar a los clientes a través de la danza y el vestuario, creando una conexión emocional con el público.	<b>Alto:</b> Fomenta lealtad y crea una comunidad en torno a la marca. Los clientes sienten que la marca los representa, lo que puede aumentar la retención.	<b>Estrategia de Fidelización:</b> Continuar con el enfoque emocional en la comunicación de la marca y en los productos, asegurando que los clientes se sientan conectados.
---	--	--	---

<b>3 Segmentación en Nichos Específicos</b>	Enfoque en bailarines y personas activas, creando productos que se adapten a sus necesidades y estilos.	<b>Moderado:</b> La marca se posiciona bien en el mercado especializado, pero puede limitarse si no se amplía la segmentación.	<b>Estrategia de Expansión de Mercado:</b> Diversificar las líneas de producto para atraer a otros segmentos, manteniendo la calidad y el enfoque emocional.
---	---	--	--

### Oportunidades

<b>1. Crecimiento de la Industria del Fitness y Baile</b>	El aumento del interés en la actividad física y la danza como formas de ejercicio.	<b>Alto:</b> Aprovechar el aumento en la demanda de ropa deportiva y de baile para expandir la base de clientes.	<b>Estrategia de Expansión:</b> Ampliar la línea de productos de Performance a ropa deportiva y accesorios para captar a más clientes de este sector.
---	--	--	---

<b>2. Crecimiento de las Redes Sociales y el Marketing de Influencers</b>	Las redes sociales y las colaboraciones con influencers tienen un impacto significativo en la publicidad.	<b>Alto:</b> Ofrece una excelente oportunidad para promover la marca a un público más amplio y mejorar el reconocimiento.	<b>Estrategia de Publicidad Digital:</b> Implementar más campañas de marketing con influencers clave y mejorar la presencia en plataformas sociales.
---	---	---	--

<p>3. <b>Tendencias de Sostenibilidad en la Moda</b></p>	<p>El interés por la moda sostenible está en aumento y muchas personas están buscando marcas con un enfoque ecológico.</p>	<p><b>Moderado:</b> La marca puede ganar competitividad si incorpora prácticas sostenibles, aunque esto puede requerir inversión inicial.</p>	<p><b>Estrategia de Innovación y Sostenibilidad:</b> Implementar una línea de productos sostenibles o eco-amigables para captar a un público consciente del medioambiente.</p>
--	--	---	--

### Debilidades

<p>1. <b>Poco posicionamiento de la marca</b></p>	<p>Performance es una marca nueva en el mercado, lo que implica un desafío para aumentar su visibilidad y familiaridad.</p>	<p><b>Alto:</b> La falta de posicionamiento puede dificultar la atracción de nuevos clientes y limitar el crecimiento.</p>	<p><b>Estrategia de Branding y Publicidad:</b> Aumentar la visibilidad a través de campañas de publicidad pagadas, colaboraciones con influencers y participación en eventos.</p>
---	---	--	---

<p>2. <b>Dependencia de Plataformas Digitales</b></p>	<p>La marca depende de las redes sociales y la tienda en línea como su principal canal de ventas, lo que podría limitar su alcance.</p>	<p><b>Moderado:</b> Si las plataformas digitales enfrentan problemas técnicos o caídas en el alcance, las ventas pueden verse afectadas.</p>	<p><b>Estrategia de Diversificación:</b> Ampliar la presencia de la marca en otros canales de venta, como tiendas físicas o marketplaces adicionales.</p>
---	---	--	---

<p>3. <b>Capacidad de Producción Limitada</b></p>	<p>Al ser una marca emergente, puede haber restricciones en la capacidad de producción, lo que afecta la oferta a gran escala.</p>	<p><b>Moderado:</b> Puede haber retrasos en la entrega o dificultades para cumplir con la demanda si crece demasiado rápido.</p>	<p><b>Estrategia de Escalabilidad:</b> Invertir en infraestructura para aumentar la capacidad de producción y establecer alianzas con proveedores confiables.</p>
---	--	--	---

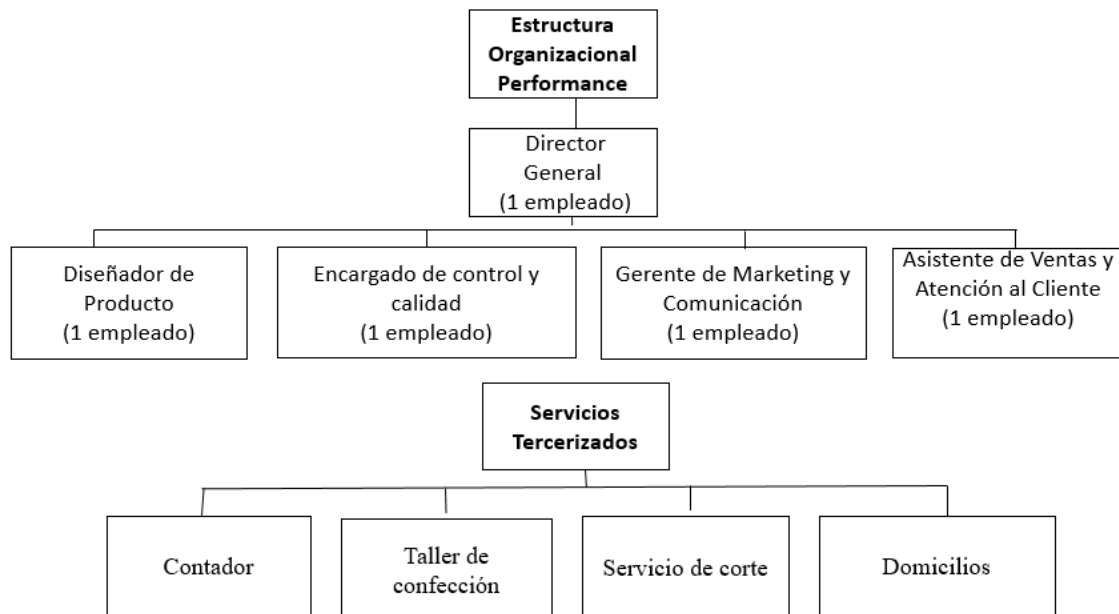
**Amenazas**

1. <b>Competencia Intensa</b>	El mercado de ropa deportiva y de baile es altamente competitivo, con marcas consolidadas que ofrecen productos similares.	<b>Alto:</b> Las grandes marcas pueden competir con precios más bajos o mayor visibilidad, lo que representa una amenaza a la cuota de mercado de Performance.	<b>Estrategia de Diferenciación:</b> Enfatizar los valores y la propuesta emocional única de la marca (empoderamiento, danza, calidad) y mantener una calidad superior.
-------------------------------	--	--	---

2. <b>Fluctuaciones en los Costos de Producción</b>	Cambios en los precios de los materiales o la logística pueden afectar los márgenes de beneficio y la rentabilidad.	<b>Moderado:</b> Si los costos de producción aumentan significativamente, puede haber un impacto negativo en los márgenes de ganancia.	<b>Estrategia de Control de Costos:</b> Negociar con proveedores y buscar opciones más económicas sin comprometer la calidad del producto.
---	---	--	--

3. <b>Cambios en las Preferencias de los Consumidores</b>	Las tendencias de moda pueden cambiar rápidamente, afectando la demanda de los productos.	<b>Moderado:</b> Si la marca no se adapta rápidamente a las nuevas tendencias, puede perder relevancia.	<b>Estrategia de Innovación:</b> Mantenerse actualizado con las tendencias de moda y ajustar las colecciones anualmente para mantenerse relevante en el mercado.
---	---	---	--

**5.2 Estructura Organizacional:** Describa la estructura organizacional incluyendo los niveles directivo, administrativo y operativo. Igualmente, la conformación de la Junta Directiva, incluyendo la participación de cada uno de los miembros. Relacione los cargos previstos y el número de empleados por cada cargo.



### 5.3 Aspectos Legales:

#### Tipo de Sociedad:

La opción más adecuada para Performance, siendo una marca emergente con una estructura pequeña, sería constituir una Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.). Este tipo de sociedad es muy popular en Colombia por su flexibilidad en la gestión, facilidad para la constitución y la posibilidad de tener un solo propietario, pero también permite que en el futuro se pueda abrir el capital.

#### Características de una S.A.S.:

- **Responsabilidad limitada:** Los socios solo responden hasta el monto de sus aportes.
- **Flexibilidad administrativa:** No requiere junta directiva si se establece como una sociedad unipersonal.
- **Fácil creación y trámites:** Los trámites son relativamente simples y económicos comparados con otros tipos de sociedades.
- **Facilidad para emitir acciones:** Permite la posibilidad de incluir nuevos socios o inversionistas en el futuro.

#### Estado Legal Actual:

Como Performance es una marca emergente aún no está registrada, el siguiente paso sería completar la constitución legal de la S.A.S. en la Cámara de Comercio correspondiente. Este proceso incluye:

- Inscripción en el Registro Mercantil.
- Obtención del NIT (Número de Identificación Tributaria) ante la DIAN.

- Registro de la marca ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) para proteger los derechos sobre el nombre y logo de la marca.

### **Legislación Vigente:**

#### **Normas Urbanas:**

En cuanto a las actividades comerciales y la ubicación de las instalaciones de la marca esta operará inicialmente por medio de las redes sociales por lo que no contará con un espacio físico para la venta de sus productos.

#### **Normas Ambientales:**

Dado que Performance trabaja en la industria de la moda, es importante que se cumpla con las normas ambientales para el manejo de residuos, el uso de materiales sostenibles y las prácticas de producción responsables. Algunas leyes que se aplican son:

- **Ley 99 de 1993:** Define el Sistema Nacional Ambiental y regula la protección ambiental.
- **Ley 1801 de 2016:** Código de Policía, que regula el manejo de residuos sólidos y el cuidado del medio ambiente.
- **Normas de gestión de residuos:** En caso de producción o distribución, se debe cumplir con las normativas locales sobre la disposición de residuos generados en la producción o el comercio.

#### **Normas Laborales y de Protección Social:**

Sí Performance emplea personas, debe cumplir con la legislación laboral colombiana que incluye:

- **Código Sustantivo del Trabajo:** Regula la relación entre empleador y empleado, derechos laborales, horarios, salarios y prestaciones.
- **Ley 1429 de 2010:** Promueve la formalización laboral en pequeñas empresas, ofreciendo beneficios a las empresas que empleen de manera formal.
- **Sistema de Seguridad Social:** Cumplimiento con la afiliación de los empleados al **Sistema General de Seguridad Social en Salud, Pensión y Riesgos Laborales.**
- **Ley 100 de 1993:** Regula el Sistema de Seguridad Social Integral.

#### **Normas Tributarias:**

La marca debe cumplir con las normativas fiscales colombianas relacionadas con el pago de impuestos. Entre los impuestos más relevantes:

- **Impuesto sobre la Renta:** **DIAN** regula el pago del impuesto sobre la renta de las empresas. Como S.A.S., Performance debe presentar su declaración anual de impuestos.
- **IVA (Impuesto al Valor Agregado):** Dependiendo de la actividad económica de la marca, Performance debe cobrar y pagar el IVA sobre las ventas realizadas.

- **Retención en la Fuente:** Si tiene empleados o realiza pagos a proveedores, deberá cumplir con las retenciones que le correspondan.
- **Declaración y pago de Parafiscales:** SENA, ICBF y Cajas de Compensación Familiar.

#### **Normas de Protección Intelectual:**

El diseño de productos, el nombre, el logo, y las colecciones de la marca Performance deben ser registrados para proteger los derechos de propiedad intelectual. Una de las normas que se deben tener en cuenta es el Registro de Marca ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC).

#### **Normas de Protección al Consumidor:**

- **Ley 1480 de 2011:** Establece los derechos de los consumidores y las obligaciones de los proveedores. Performance debe garantizar la calidad de sus productos y ofrecer servicios postventa adecuados.

#### **4. Política de Distribución de Utilidades:**

Como una **Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.)**, Performance tiene libertad para definir la distribución de utilidades en sus estatutos sociales. Las opciones de distribución incluyen:

- **Reinversión en la empresa:** Un porcentaje de las utilidades puede ser destinado a reinversión para el crecimiento de la marca (compra de maquinaria, apertura de tiendas, marketing, etc.).
- **Distribución entre socios:** Si la empresa tiene varios accionistas, se distribuirían las utilidades de acuerdo con el porcentaje de participación de cada uno.
- **Reservas legales:** Un porcentaje de las utilidades debe ser destinado a una reserva legal (mínimo el 10% de las ganancias) hasta que alcance el 50% del capital suscrito de la empresa.

#### **5.4 Costos Administrativos**

- **Gastos de Personal:** Registre los pagos estimados por concepto de salarios (sueldo, prestaciones sociales, subsidios, parafiscales), pagos al destajo o jornales, honorarios a cancelar, una vez empiece a operar la empresa, identificando mensualmente los valores por cargo durante el primer año. Igualmente, registre los gastos o costos por concepto de dotaciones, uniformes.

Como la marca Performance es una empresa emergente aún no cuenta con personal, sin embargo, se tienen en cuenta los costos de una persona que devenga un salario mínimo legal Vigente, así como los conceptos de Seguridad Social, Prestaciones Sociales y parafiscales, así como las dotaciones anuales.

Concepto	mes	año	
Salario básico=SBC	\$ 1.300.000	\$ 14.950.000	
Auxilio de transporte	\$ 162.000	\$ 1.863.000	vive a mas de 1 Km o gana <= 2 SMMLV
EPS=Pago por salud (8.5%+4.0%=12,5% mensual)	\$ 110.500	\$ 1.326.000	seguridad social
AFP=Pago por pensión (3/4*16%=12% mensual)	\$ 156.000	\$ 1.872.000	
ARL=riesgo clase IV (4.35% mensual )	\$ 56.550	\$ 678.600	
Auxilio de cesantías (Salario Básico+Aux transp)	\$ 121.833	\$ 1.462.000	prestaciones sociales
Intereses a las cesantías (12% por el año)	\$ 14.620	\$ 175.440	
Prima de servicios(1/2 Salario 2 veces al año)	\$ 121.833	\$ 1.462.000	
Vacaciones (15 dias por año)	\$ 60.917	\$ 731.000	
SENA (2% mensual)	\$ 26.000	\$ 312.000	parafiscales
ICBF (3% mensual)	\$ 39.000	\$ 468.000	
Caja de compensación familiar (4% mensual)	\$ 52.000	\$ 624.000	
Dotación (3 veces al año*150.000 cada uno)	\$ 37.500	\$ 450.000	
<b>Total devengado</b>	<b>\$ 2.258.753</b>	<b>\$ 26.374.040</b>	

- **Gastos de Puesta en Marcha:** Relacione y Cuantifique los gastos por concepto de arranque y puesta en operación de la empresa, tales como registros, certificados, permisos, licencias, estudios, etc.

○

Concepto	Costo Estimado
Registro de la Sociedad (S.A.S.)	\$300,000 COP - \$500,000 COP
Obtención del NIT	\$0 COP
Registro de Marca (SIC)	\$800,000 COP - \$1,200,000 COP

Certificados de Seguridad Social para empleados	\$50,000 COP - \$150,000 COP
Afiliación al Sistema Tributario y Parafiscales	\$0 COP
Inscripción en el Sistema de Riesgos Laborales	\$50,000 COP - \$100,000 COP

**Total estimado: \$1.200.000 COP - \$1.950.000 COP**

- **Gastos Anuales de Administración:** Registre los gastos administrativos estimados, valorizados en forma anual, como servicios públicos.

Estos costos pueden variar dependiendo de la ubicación, el tamaño de las instalaciones y el uso de los servicios, pero a continuación se presenta una estimación aproximada anual de los gastos típicos para una empresa en fase de inicio.

#### **Resumen Total de Gastos Administrativos Anuales**

<b>Concepto</b>	<b>Costo Estimado Mensual</b>	<b>Costo Estimado Anual</b>
Energía Eléctrica	\$300.000 - \$600.000	\$3.600.000 - \$7.200.000
Agua y Alcantarillado	\$100.000 - \$200.000	\$1.200.000 - \$2.400.000
Internet y Telefonía	\$150.000 - \$300.000	\$1.800.000 - \$3.600.000
Servicios de Seguridad	\$200.000 - \$400.000	\$200.000 - \$400.000
Gestión de Residuos Sólidos	\$50.000 - \$100.000	\$600.000 - \$1.200.000

**Total Estimado Anual: \$7.400.000 COP - \$14.800.000 COP**

## 6. Módulo Financiero

### 6.1 Ingresos

#### Fuentes de Financiación:

En la etapa de implementación de la marca Performance, los aportes de los emprendedores pueden incluir tanto recursos en efectivo como en bienes y servicios. A continuación, se especifica la cuantía de los aportes que se realizará, diferenciando entre efectivo, bienes y servicios:

#### Resumen de Aportes de los Emprendedores

Tipo de Aporte	Descripción	Monto Estimado
<b>Aportes Efectivo</b>	en Capital inicial para conformación de la empresa, producción y operación, marketing y publicidad.	4.500.000
<b>Aportes Bienes</b>	en Equipos de trabajo (computadoras, impresoras), celular	7.000.000

**Total de Aportes Estimados: \$11.500.000 COP**

### 6.2 Egresos

Concepto	Costo Estimado
Registro de la Sociedad (S.A.S.)	\$300,000 COP - \$500,000 COP
Obtención del NIT	\$0 COP
Registro de Marca (SIC)	\$800,000 COP - \$1,200,000 COP
Certificados de Seguridad Social para empleados	\$50,000 COP - \$150,000 COP
Afiliación al Sistema Tributario y Parafiscales	\$0 COP
Inscripción en el Sistema de Riesgos Laborales	\$50,000 COP - \$100,000 COP
Capital inicial para conformación de la empresa, producción y operación, marketing y publicidad.	4.500.000
Equipos de trabajo (computadoras, impresoras), celular	7.000.000

**Total estimado: \$12.700.000 COP- \$13.450.000 COP**

### 6.3 Capital de Trabajo

<b>Categoría</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo Estimado Mensual (COP)</b>	<b>Costo Estimado Trimestral (COP)</b>
<b>Adquisición de Materia Prima</b>	Compra de telas, hilos, elásticos y otros materiales para la confección de las prendas.	\$4.000.000	\$12.000.000
<b>Adquisición de Insumos</b>	Insumos adicionales como etiquetas, etiquetas de lavado, botones, cierres y accesorios.	\$1.000.000	\$3.000.000
<b>Mano de Obra</b>	Pago a talleres para la confección y corte de productos	\$5.000.000	\$15.000.000
<b>Costos de Transporte</b>	Distribución de productos a clientes y traslado de materias primas al taller de confección.	\$1.000.000	\$3.000.000
<b>Materiales de Empaque</b>	Bolsas personalizadas, cajas, etiquetas de envío, y materiales de protección para el empaque.	\$800.000	\$2.400.000
<b>Arrendamientos</b>	Oficinas de la marca.	\$1.000.000	\$3.000.000
<b>Servicios Públicos</b>	Energía, agua, internet y otros servicios necesarios para la operación del negocio.	\$1.200.000	\$3.600.000
<b>Publicidad y Marketing</b>	Campañas continuas en redes sociales, colaboraciones con influencers y creación de contenido.	\$900.000	\$2.700.000

## 7. Plan Operativo

### Cronograma de Actividades:

Fase	Actividad	Meta	Recursos Requeridos	Tiempo Estimado
<b>Planificación</b>	Investigación de mercado	Obtener información sobre el segmento de mercado y la competencia.	Herramientas de análisis, equipo de investigación	1 mes
	Definición de identidad y valores de la marca	Crear una imagen sólida y atractiva para los clientes potenciales.	Equipo creativo	1 mes
	Establecimiento de objetivos financieros	Determinar costos, precios y proyecciones de ingresos.	Software financiero, asesor contable	2 semanas
<b>Preparación</b>	Adquisición de materia prima	Garantizar el abastecimiento inicial para la producción de las primeras colecciones.	Proveedores de telas e insumos	2 semanas
	Contratación de personal	Seleccionar y capacitar al equipo clave para las áreas operativas y administrativas.	Recursos humanos, capacitadores	3 semanas
	Registro legal de la empresa	Formalizar la constitución de la sociedad y cumplir requisitos legales.	Asesoría legal, costos de registros	2 semanas
	Desarrollo de prototipos	Crear y probar las primeras piezas de la colección.	Taller de confección, diseñadores	1 mes

<b>Implementación</b>	Producción inicial	Fabricar el inventario para la fase de lanzamiento.	Taller de producción	1 mes
	Estrategias de marketing	Lanzar campañas en redes sociales y coordinar colaboraciones con influencers.	Presupuesto publicitario, equipo creativo	1 mes
	Planificación del evento de lanzamiento	Organizar el evento de presentación de la marca y los productos.	Espacio, bailarines, equipo logístico	1 mes
	Venta inicial	Establecer canales de venta en línea y en academias de baile asociadas.	Plataformas de e-commerce, distribuidores	2 semanas

### **Cronograma Visual para 6 meses**

<b>Mes</b>	<b>Actividades Clave</b>
<b>Mes 1</b>	Investigación de mercado, definición de identidad de la marca, establecimiento de objetivos financieros.
<b>Mes 2</b>	Adquisición de materia prima, contratación de personal, registro legal, desarrollo de prototipos.
<b>Mes 3</b>	Producción inicial, planificación de estrategias de marketing, planificación del evento de lanzamiento.
<b>Mes 4</b>	Evento de lanzamiento, inicio de ventas iniciales, evaluación preliminar del desempeño.
<b>Mes 5-6</b>	Ajustes en estrategias, aumento de producción según demanda, expansión del alcance de marketing.

## Metas Sociales de Performance

- **Fomentar el empoderamiento y la autoexpresión:** A través de sus productos, Performance busca empoderar a las personas mediante la moda y el baile, reforzando la confianza y promoviendo la salud física y mental.
- **Impactar positivamente comunidades locales:** Apoyar a pequeños proveedores, artesanos y talleres de confección en la región, generando oportunidades económicas y fortaleciendo la cadena productiva.

## Cómo se enmarca el proyecto en el Plan Nacional de Desarrollo (PND)

- **Eje de "Crecimiento con Equidad":** Performance contribuye al desarrollo económico al fomentar la formalización de pequeñas empresas del sector textil, y genera empleo en comunidades locales, promoviendo la inclusión económica.
- **Fortalecimiento del sector creativo y cultural:** En el marco de la Economía Naranja, el proyecto se alinea con el objetivo de impulsar industrias creativas que potencien el talento local, como el diseño y la moda asociados al baile.
- **Sostenibilidad ambiental:** Adopta prácticas responsables en el manejo de materiales y desechos, apoyando los lineamientos del PND sobre producción sostenible.

## Cómo se enmarca el proyecto en el Plan Regional de Desarrollo

- **Plan de Antioquia (2020-2023) - "Unidos por la Vida":**
  - **Estrategia de competitividad:** Performance contribuye al fortalecimiento del sector textil y de confecciones, que es una de las principales actividades económicas de la región.
  - **Generación de empleo:** La marca tiene un enfoque en emplear población local, alineándose con el objetivo regional de reducir la tasa de desempleo.
  - **Cultura y bienestar:** Al promover el baile como medio de autoexpresión y bienestar, la marca apoya la agenda cultural y social del departamento.

## A qué Clúster o Cadena Productiva se asocia el proyecto

Performance se asocia principalmente con el Clúster de Moda y Confección de Medellín, que incluye:

- **Textiles y confección:** Por su enfoque en la producción de ropa, aprovechando la infraestructura regional y las empresas del sector.
- **Economía Naranja:** Al vincular diseño y creatividad en sus productos, la marca también está alineada con las industrias culturales y creativas.
- **Cadena productiva del baile:** Al colaborar con academias y grupos de danza, Performance se posiciona como parte de esta cadena cultural.

## **Empleo Directo e Indirecto Generado**

### **1. Empleo Directo:**

- **Cantidad:** 3 personas en la etapa inicial. (Gestor de calidad del producto, diseñador, y encargado de mercadeo.)

### **2. Empleo Indirecto:**

- **Cantidad:** Aproximadamente 15 personas. (Talleres externos de confección y corte, proveedores de materia prima (telas, insumos), transportistas, y servicios logísticos.)

## **Bibliografía Utilizada:**

<https://prod.ccbweb.cloud/en/Clusters/Cluster-de-Prendas-de-Vestir/Noticias/2018/Marzo-2018/El-mercado-de-la-ropa-deportiva-crece-por-encima-del-15-anual-en-Colombia#:~:text=anual%20en%20Colombia-.El%20mercado%20de%20la%20ropa%20deportiva%20crece%20por%20encima%20del,de%20crecimiento%20en%20el%20pa%C3%ADs>

<https://www.informesdeexpertos.com/informes/mercado-de-ropa-deportiva-en-colombia>

<https://www.portafolio.co/innovacion/ropa-comoda-impulsa-el-crecimiento-de-la-industria-textil-en-colombia-586798>.

<https://repository.eafit.edu.co/home>

<https://america-retail.com/paises/colombia/competencia-feroz-en-el-mercado-deportivo-colombiano/>

<https://sectorial.co/informativa-cuero-y-calzado/el-creciente-mercado-de-calzado-deportivo-en-colombia/>

<https://www.camaramedellin.com.co/tengo-una-empresa-o-negocio>

<https://www.sic.gov.co/denuncias-y-demandas-en-materia-de-proteccion-al-consumidor>