

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



Ana Luz Pijamas & Lencería

Trabajo de grado en Emprendimiento

Autores:

Melissa Beatriz Ceballos Martínez

Oscar Julián Rincón Correa

Bogotá, D.C.

2022

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



Ana Luz Pijamas & Lencería

Trabajo de grado en Emprendimiento

Autores:

Melissa Beatriz Ceballos Martínez

Oscar Julián Rincón Correa

Tutor: Centro de Emprendimiento

Administración de negocio internacionales

Bogotá, D.C.

2022

## Tabla de Contenido

Glosario.....	7
Resumen ejecutivo .....	8
Abstract.....	9
1. Exploración y desarrollo de idea.....	11
1.1. Origen de la idea .....	11
1.2. Descripción del problema .....	14
1.3. Validación del problema y usuario con hipótesis y hallazgos .....	15
1.4. Buyer Persona .....	18
1.5. Mapa de competidores .....	19
2. Propuesta de valor.....	21
2.1. Segmento del cliente .....	21
2.2. Clientes ideales .....	25
2.3. Alternativas de solución y criterios de selección .....	26
2.4. Características de producto o servicio .....	27
2.5. Relevancia en el contexto .....	30
2.6. Definición de propuesta de valor .....	30
3. Prototipo.....	31
3.1. Descripción de prototipo.....	31
3.2. Descripción de portafolio inicial de productos o servicios .....	31
3.3. Método, lógica de ensamblaje y producción del prototipo .....	32
3.4. Resultados obtenidos en pruebas del prototipo (hallazgos y conclusiones).....	33
3.5. Proyección de cómo iterar.....	34
4. Finanzas .....	35
4.1. Margen de contribución por producto o servicios.....	35
4.2. Punto de equilibrio en unidades y dinero por producto .....	38
4.3. Flujo de caja mensual 60 meses (5 años).....	39
4.4. Balance general y estado de resultados.....	40
4.5. Indicadores financieros .....	42
5. Modelo de negocio.....	44
5.1. Modelo de negocio económico .....	44

5.2. Stakeholder map.....	46
5.3. Análisis PESTLE .....	48
5.4. Modelo de negocio sostenible.....	50
6. Bibliografía .....	54

## Lista de tablas

<b>Tabla 1</b> Estimación tamaño de mercado .....	25
<b>Tabla 2</b> Margen de Contribución .....	36
<b>Tabla 3</b> Precio Mensual.....	37
<b>Tabla 4</b> Costos fijos.....	37
<b>Tabla 5</b> Gastos fijos.....	37
<b>Tabla 6</b> Punto de equilibrio.....	38
<b>Tabla 7</b> Estructura Flujo de Caja.....	39
<b>Tabla 8</b> Balance general año 0 .....	41
<b>Tabla 9</b> Balance general 5 primeros años .....	41
<b>Tabla 10</b> Indicadores.....	43

## Lista de figuras

<b>Figura 1</b> Tarjeta de validación .....	17
<b>Figura 2</b> Tarjeta Buyer .....	19
<b>Figura 3</b> Mapa de competidores.....	20
<b>Figura 4</b> Catálogo de productos .....	28
<b>Figura 5</b> Diseño de propuesta de valor sistema .....	31
<b>Figura 6</b> Requerimientos de propuesta de valor .....	32
<b>Figura 7</b> Hipótesis del prototipado.....	34
<b>Figura 8</b> Business Model Canvas.....	45
<b>Figura 9</b> Stakeholder Map.....	47
<b>Figura 10</b> Análisis PESTLE.....	50
<b>Figura 11</b> Canvas de sostenibilidad .....	53

## Glosario

**Canvas:** El modelo canvas es la herramienta para analizar y crear modelos de negocio de forma simplificada. Se visualiza de manera global en un lienzo dividido en los principales aspectos que involucran al negocio y gira entorno a la propuesta de valor que se ofrece.(Economipedia, 2022)

**Prototipo:** Un Prototipo es un objeto que sirve como referencia para futuros modelos en una misma cadena de producción. Un Prototipo es el primer dispositivo que se fabrica y del que se toman las ideas más relevantes para la construcción de otros diseños y representa todas las ideas en cuanto a diseño, soporte y tecnología. (ConceptoDefinición, 2022)

**Telas ecológicas:** “Las telas ecológicas se diferencian de las que no lo son porque están fabricadas con materiales 100% orgánicos y son tratadas mediante procesos de producción sostenible. Es decir, procesos libres de químicos y componentes nocivos para el medio ambiente”.(Texere, 2019)

**Valor agregado:** “La característica extra que un producto o servicio ofrece con el propósito de generar mayor valor dentro de la percepción del consumidor”. (Merca2.0, 2022)

## Resumen ejecutivo

Ana Luz Pijamas & Lencería es un emprendimiento que pretende ofrecer gran variedad de prendas para dormir para la familia, parejas, niños de cualquier edad, el cual cuenta con reconocimiento por sus productos de alta calidad, diseños únicos fabricados con telas ecológicas y compromiso social. Nuestro modelo de negocio se centra en la elaboración de pijamas y accesorios, también contamos con una línea de negocio de pijamas a base de telas ecológicas que permitan una economía sostenible que deje huella en el planeta y al mismo tiempo genere conciencia en los consumidores. Las Pijamas son vendidas por medios digitales ya que hoy en día es un medio masivo donde las personas pueden encontrar diversos productos y servicios. El principal cliente son mujeres de 30 años, con un nivel socioeconómico medio-alto.

Como objetivo principal pretendemos ser una marca de pijamas reconocida a nivel nacional y posicionarnos en el mercado textil de prendas para dormir, de esa forma queremos que los clientes tengan como primera opción nuestros pijamas que cuidan el medio ambiente y además contribuyen al crecimiento formativo de madres cabeza de familia para que obtengan habilidades que les permita solventarse y obtener mejores ingresos.

**Palabras claves:** Emprendimiento, personalización, propuesta de valor, alta calidad, finanzas, crecimiento, pijamas, accesorios, materias primas, competidores, proveedores, calidad, telas ecológicas, capacitaciones, comodidad, regalos, celebraciones.

## Abstract

Ana Luz Pajamas & Lingerie is a venture that aims to offer a wide variety of sleepwear for the family, couples, children of any age, which has recognition for its high quality products, unique designs also manufactured with eco-friendly fabrics and social commitment. Our business model is focused on the development of pajamas and accessories, we also have a business line of pajamas based on ecological fabrics that allow a sustainable economy that leaves a footprint on the planet and at the same time generates awareness in consumers. Pajamas are sold through digital media because today it is a mass media where people can find various products and services. The main customers are women in their 30s, with a medium-high socioeconomic level.

As main objective we intend to be a nationally recognized brand of pajamas and position ourselves in the textile market for sleepwear, that way we want customers to have as first choice our pajamas that take care of the environment and also contribute to the formative growth of mothers head of household to obtain skills that allow them to be solvent and earn better income.

**Keywords:** Entrepreneurship, customization, value proposition, high quality, finance, growth, pajamas, accessories, raw materials, competitors, suppliers, quality, eco-friendly fabrics, training, comfort, gifts, celebrations.

## **1. Exploración y desarrollo de idea**

### **1.1. Origen de la idea**

Nuestro emprendimiento se encuentra dentro del sector textil que dadas las cifras anteriores nos enfrentamos a buen panorama para comenzar a emprender, nuestro proyecto llamado Ana Luz Pijamas y Lencería, nació un diciembre del 2016 donde una de nuestras madres a la cual le debemos el nombre del proyecto, quiso hacer del 24 de diciembre un día especial para mi hermanito y su entrega de regalos de Santa Claus donde diseño y mando a confeccionar unas pijamas iguales para los 3 y así tomarnos unas fotos y guardar el recuerdo de esa día, ella compartió esas fotos a sus redes sociales y tuvieron una gran acogida por sus amistades cercanas que le pareció muy emotiva la idea y eso hizo que se inspirara en crear su negocio de pijamas.

Durante el 2017 se realizaron varias ventas, pero luego por cuestiones laborales no pudo seguir de frente con el negocio y quedo aislado, y yo dada la oportunidad de realizar mi trabajo de grado escogí en emprendimiento para sacar adelante esta idea de negocio de los pijamas y cumplir ese sueño de mi madre junto a mi compañero que también le intereso y le apasiona el hecho de poder emprender.

Este emprendimiento decidimos sacarlos adelante aprovechando la oportunidad que brinda la Universidad del Rosario y en Centro de Emprendimiento, el cual está compuesto por Melissa Beatriz Ceballos Martínez y Oscar Julián Rincón Correa estudiantes de la Escuela de

Administración de la universidad en Administración de Negocios Internacionales; dentro del proyecto Melissa se encarga de la parte de diseño y mercadeo y Oscar la parte de gestión financiera. Esto se debe, al acercamiento que ambos hemos tenido por la moda gracias a que nuestras madres tienen una pasión por esto.

A raíz de la pandemia que comenzó en el 2020 muchas de las empresas del país tuvieron que renovarse para así superar la crisis mundial, todos los sectores de la economía se vieron afectados, y uno de estos fue el sector textil, aun así su recuperación ha sido rápida.

“En agosto, el gasto en moda alcanzó los 2,23 billones de pesos, un 30% más que el registrado en julio de 2020, y 7% sobre el mismo período de 2019 mostrando una clara recuperación del tamaño de mercado” (América retail, 2020). Asimismo:

la canasta moda representó el 3,3% del gasto de los hogares, mientras que en agosto del 2020 representaba el 2,9%. Proyecciones SEPTIEMBRE del 2021: Gasto en moda: 2,28 billones de pesos, un 22% más que el gasto en moda de agosto de 2020 y un 8% más que el mismo período de 2019. El gasto acumulado en moda de ENERO A SEPTIEMBRE de 2021 ascendería a 20 billones de pesos un 27% y 5% más respecto a los mismos acumulados de 2020 y 2019 respectivamente. Las exportaciones colombianas de textiles y confecciones acumularon de enero a agosto 482 millones de dólares un 41% más que el mismo periodo de 2020 y en los mismos niveles de del año 2019. (Prensa Inexmoda, 2021)

El sector textil se ha transformado por la pandemia, y algunos de los cambios se evidenciaron en el evento de Colombia Moda:

Por Primera vez una edición virtual en el 2020, en la que participaron 400 marcas, donde la ropa deportiva y las pijamas fueron las prendas de vestir más solicitadas en las 1.260 citas de negocios que tuvieron los empresarios colombianos con las 257 compañías de 33 países convocadas por la entidad gubernamental ProColombia al encuentro de negocios Colombiamoda.(Agencia EFE, 2020)

Por otro lado, con nuestra idea de negocio en ventas de pijamas , tenemos un compromiso con el planeta y el medio ambiente donde queremos implementar en nuestra fabricación telas de materiales reciclados como los son el poliéster reciclado y algodón reciclado, la razón por la que queremos implementar este tipo de telas ya que buscamos aportar nuestro granito de arena y lograr reducir la contaminación que producen las industrias, como todos sabemos después de la industria petrolera, la industria textil es una de las más contaminantes del planeta, por lo tanto, nuestro impacto podrá ser significativo ya que con cinco botellas plásticas se producen un metro de tela, es así como podremos reducir la cantidad de desechos que llegan al mar.

Respecto a lo anterior, se evidencia que el país se posiciona como uno de los proveedores textiles a nivel mundial de confianza, mostrando estar a la vanguardia y con la mejor calidad en las prendas. Otra cifra importante según el Dane el sector textil genera aproximadamente 1.500.000 empleos entre formales e informales, 90 % madres cabeza de familia (Semana, 2021), este sector es uno de lo que ha contribuido mayormente a la creación del empleo femenino. Por lo tanto, nuestro emprendimiento no solo cumple con un tema de sostenibilidad ambiental, sino que también

con un lado de sostenibilidad social ya que contaremos con un equipo de fabricantes mujeres madres cabeza de familia.

## **1.2.Descripción del problema**

El problema que se ha identificado es que la industria textil es un gran contaminante del medio ambiente, donde todos los desechos llegan al mar y donde alrededor de 150 millones de toneladas métricas de plástico flotan en los océanos, con ocho millones de toneladas adicionales que ingresan al agua cada año, según el Foro Económico Mundial.(CNN, 2020b)

Por otro lado, otro problema que logramos identificar es que las personas debido a la pandemia están buscando pijamas que los hagan sentir cómodos y elegantes y que se adaptan al nuevo estilo de vida que trajo la pandemia con el trabajo desde casa. Un artículo interesante presentado por CNN Business, el cual se titula “*Ya nadie compra pantalones, pero la venta de pijamas se ha disparado*”, donde habla que trabajar desde casa en la era del coronavirus significa que las personas están comprando en línea muchos más comestibles y muchos menos pantalones, ya que estas no deben ir al trabajo tampoco necesitan comprar prendas para usar en la oficina, el gimnasio u otras salidas sociales, lo cual ayudo a crecer la venta de pijamas y ropa cómoda para estar en casa.(CNN, 2020a)

La cuarentena causada por el coronavirus lo cambió todo y las ventas no fueron la excepción, pues, aunque:

Los pantalones eran una de las piezas más compradas por internet, ahora, las pijamas se han convertido en las piezas más codiciadas para quienes están en aislamiento. Así lo

encontró un estudio realizado por *Adobe Analytics*, el cual encontró que la venta de las pijamas aumentó un 143%, algo que no es de sorprenderse, pues en estos tiempos de cuarentena, las personas buscan comodidad (aunque tengan que trabajar o realicen otras actividades desde casa). (Eledon, 2020)

Dentro de nuestro proyecto de emprendimiento queremos apoyar a madres cabeza de familia donde nuestra visión es que estas sean parte de nuestro equipo de confección y puedan mediante este lograr capacitarse y generar ingresos. La razón por la cual queremos tener un lado social es por que logramos identificar que muchas mujeres cabeza de familia no cuentan con un empleo fijo para generar ingresos para su hogar.

De acuerdo con las últimas estadísticas del Dane en Colombia, “en el país hay más de 23 millones de mujeres de las cuales un 53%, es decir, 12.300.000 son cabeza de familia, y muchas, siguen sufriendo situaciones de desempleo y de violencia de género”.(RCN Radio, 2021). De esta manera a través de Ana luz pijamas y lencería queremos darle la oportunidad a esas mujeres para que puedan trabajar y sacar adelante a sus familias.

### **1.3.Validación del problema y usuario con hipótesis y hallazgos**

Para la validación del problema realizamos una encuesta a 20 personas de manera presencial entre los meses de julio y agosto de 2021, donde le realizamos una serie de preguntas y así lograr establecer las hipótesis y hallazgos, nosotros decidimos dividimos la cantidad de personas

entrevistadas 10 y 10, ya que nos encontramos cada uno en una ciudad diferente Bogotá y Valledupar y también vimos viable hacerla de esa manera ya que podríamos entrevistar a personas que se encuentran en climas fríos y calientes y estilos de vidas diferentes.

Luego de obtener las respuestas de las entrevistas realizamos el planteamiento de las siguientes hipótesis:

- 1) A las personas les gusta usar ropa cómoda para estar en casa
- 2) Las personas suelen usar pijamas para viajar en emergencias médicas.
- 3) Las personas no suelen usar pijamas grupales.
- 4) Las personas tienen una percepción de que las pijamas son económicas.
- 5) La mayoría de las pijamas que tienen las personas son regaladas.
- 6) En los grupos familiares los hombres son los que menos usan pijamas.
- 7) Las personas prefieren comprar las pijamas en tiendas físicas.
- 8) Las mujeres buscan diseños que las hagan sentir elegantes.

Luego de planteadas las hipótesis y la realización del ejercicio de entrevistas encontramos los siguientes hallazgos:

- 1) Todas las personas entrevistadas nos respondieron que usan pijamas y las usan para estar cómodos después de una jornada, ya que les genera descanso.
- 2) La mayoría de las personas dicen que un motivo para comprar pijamas era cuando tenían algún viaje.

- 3) Solo 5 personas encuestadas nos han dicho que han usado pijamas grupales, las otras 15 no lo han usado, pero les llama la atención poder usarlas.
- 4) En cuanto al precio, las personas dicen que el precio máximo que han pagado es de 100.000 COP y mínimo 60.000 COP, donde nos dijeron que son diseños sencillos y poco llamativas, ya que no tenían mucho conocimiento de donde comprar pijamas personalizadas.
- 5) Dentro de los entrevistados 4 eran hombres nos respondieron que si usan pijamas y que las compran con poca frecuencia para usarlas en momentos especiales.
- 6) La mayoría de las personas respondieron que prefieren comprar pijamas en tiendas físicas donde puedan tocar la calidad de la tela y escoger los diseños.
- 7) La mayoría de las personas compró pijamas por medios virtuales a raíz de la pandemia, ya que preferían no salir a comprarlas
- 8) Todas las personas nos contaron que en sus cumpleaños siempre han recibido al menos una pijama y que para fechas especiales suelen regalar pijamas.
- 9) Todas las personas entrevistadas manifestaron también interés por la conservación del medio ambiente y el hecho de poder usar prendas que tengan un lado ecológico.

## **Figura 1**

*Tarjeta de validación*

TARJETA DE VALIDACIÓN	
<p>Que le pregunte?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Utiliza pijamas?</li> <li>• ¿Cuál es el principal motivo para comprar pijamas?</li> <li>• ¿Que tipo de pijamas compra?</li> <li>• ¿que características le gusta que tengan las pijamas?</li> <li>• ¿cada cuanto compra pijamas?</li> <li>• ¿Cuánto paga en promedio por una Pijama?</li> <li>• ¿pagaría por una pijama entre 80.000 y 150.000?</li> <li>• ¿Te gusta que te regalen y regalar pijamas?</li> <li>• ¿En tu grupo familiar usan pijamas?</li> <li>• ¿a usado pijamas grupales?</li> <li>• ¿Que otro tipo de prendas usa para estar como en casa?</li> <li>• ¿por qué medio adquieren sus pijamas?</li> <li>• ¿que tan importante es que tu pijama tenga un diseño personalizado?</li> </ul>	<p>Hipótesis</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• A las personas les gusta usar ropa cómoda para estar en casa</li> <li>• Las personas suelen usar pijamas para viajar o emergencias médicas.</li> <li>• Las personas no suelen usar pijamas grupales.</li> <li>• Las personas tienen una percepción de que las pijamas son económicas.</li> <li>• La mayoría de las pijamas que tienen las personas son regaladas.</li> <li>• En los grupos familiares los hombres son los que menos usan pijamas.</li> <li>• Las personas prefieren comprar las pijamas en tiendas físicas.</li> <li>• Las mujeres buscan diseños que las hagan sentir elegantes.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

## 1.4. Buyer Persona

Daniela tiene 30 años, ella es una abogada especialista, casada con dos hijas, sus pasatiempo e intereses Leer, tomar café, tener cronogramas de sus deberes, compartir fechas especiales, hacer compras, planes en casa, escuchar podcast, estar activa en redes sociales, ver series, tomar fotos, planear celebraciones en fechas especiales y viajar.

Dentro de sus hábitos están tomar café, leer las noticias, jugar con sus hijos, organizar citas de trabajo, realizar llamadas a sus clientes, leerles cuentos y hacer actividades didácticas con sus hijos, y ver series con su pareja, llevar una vida sana haciendo ejercicio y comiendo bien, tener vida social con sus amigos, llevar a sus hijos a fiestas de cumpleaños, sus marcas favoritas a la hora de comprar son Zara, Massimo Dutti, Calvin Klein, Zara Home, Apple, LG, womensecret, Oysho.

A Daniela le da miedo no verse bien y no estar cómoda, no pasar suficiente tiempo con su familia, atravesar problemas económicos, perder conexión telefónica y de internet y quedar

incomunicada para realizar sus labores y dentro de sus deseos esta mantenerse al día con las tendencias y noticias, tener más tiempo para vacaciones largas, verse bien, tener buenos recuerdos con sus hijos y su pareja, tener unión familiar estable.

## Figura 2

*Tarjeta Buyer.*



Fuente: Elaboración Propia

### 1.5.Mapa de competidores

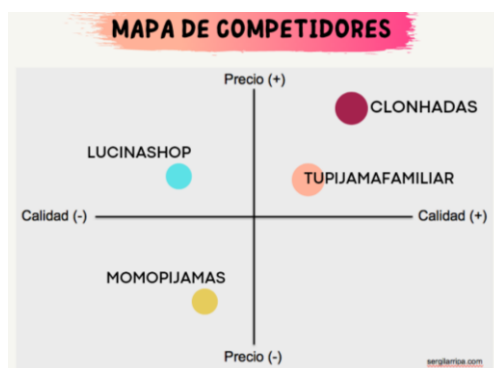
El negocio de las pijamas ha crecido considerablemente, ya que existe una gran variedad de marcas y tiendas dedicadas a la venta en específico de pijamas, en nuestro emprendimiento se ha identificado los siguientes competidores Clonhadas, Tu Pijama Familiar, Lucinashop y Momopijamas, estas 4 marcas tienen un gran posicionamiento en el negocio de pijamas, actualmente nuestro mayor competidor a nivel nacional es Clonhadas ya que lleva mas de 20 años en el mercado y cuenta con un alto reconocimiento en el país, por estar presente en las principales ciudades del país y contar con tiendas físicas en puntos como centro comerciales, sus precios son medianamente altos por ofrecer diseños únicos y de alta calidad.

En cuando a la marca Tu Pijama Familiar, ubicada en Valledupar donde también se originó nuestro emprendimiento es otro gran competidor , esta marca se ha logrado posicionar en la ciudad aun sin contar con una tienda física , pero gracias a la era digital ha crecido en la redes sociales haciéndola una de las más famosas en Valledupar, su calidad y precios son asequibles , aunque sus diseños no son únicos ya que sus proveedores son las tiendas de telas que se encuentran en la ciudad y que son de fácil acceso.

Los dos competidores restantes son marcas también reconocidas a nivel digital, pero siendo estos pijamas con pocos diseños y detalles, y precios bajos lo cual las hace llamativas, a su vez son reconocidos ya que ofrecen sus productos al por mayor y fácil acceso a ellas. Nuestros competidores manejan canales de ventas digital, solo Clohandas cuenta con tiendas físicas. Asimismo, las marcas manejan un estándar de diseños no hay gran variedad en ellas. Los precios de las pijamas de nuestros competidores oscilan entre los 70 mil pesos y 220 mil pesos.

### **Figura 3**

*Mapa de competidores.*



Fuente: Elaboración propia

## 2. Propuesta de valor

### 2.1. Segmento del cliente

Nuestro mercado objetivo **mujeres** entre los 25 y 60 años, con un nivel socioeconómico medio alto de estratos 4 y 5, ubicados en **todas las regiones de Colombia**. El mercado objetivo cuenta con educaciones de nivel profesional y estado laboral estable con un nivel de ingreso alto.

Son personas que desean verse bien y estar a la tendencia de la moda, siempre están en busca de prendas cómodas, frescas e innovadoras que puedan lucir en cualquier momento del día, como los es al momento de salir al super mercado, llevar a sus hijos a la escuela, salir de paseo y hasta atender una visita.

Es por eso que para conocer nuestro mercado objetivo centraremos nuestras fuerzas en la ciudad de Bogotá y el departamento del Cesar, donde nos encontramos residiendo, donde utilizaremos una

herramienta para calcular el tamaño de mercado llamada Tam-Sam-Som, en la cual es indispensable investigar cifras importantes sobre nuestro mercado objetivo las cuales señalaremos a continuación.

Según el Dane Bogotá tiene el 17 % de la población nacional según el censo realizado en 2018 de 8.181.047 habitantes. El 48.5 % de la población es masculina y el 51.5 % es femenina, Donde según la cantidad de predios que existen en Bogotá, el 34% corresponde a estratos tres, 33% al dos, 7% al uno, 16% al cuatro, 5% al cinco y 4% al más alto, es decir el seis (Secretaría de planeación, alcaldía de Bogotá, 2018).

En la capital del Cesar, Valledupar según el censo realizado por el Dane en el 2018, tiene 532.956 habitantes, el 41% del total del departamento, tuvo un crecimiento acelerado en el período 2005-2020, un 53%, donde la capital está integrada por 273.520 mujeres (51.3%) y 259.436 hombres (48.7%). 14.084 más mujeres que hombres (Miguel Barrios, 2019).

En una encuesta de percepción Valledupar *Como Vamos* realizada en el 2013, se evidenciaron los niveles socioeconómicos de la ciudad, el estrato uno y dos tiene un 70%, estrato tres y cuatro tiene un 27% y el estrato 5 y 6 tiene un 3% (Ipsos, 2014).

Teniendo en cuenta que nuestros canales de venta serán digitales, es importante encontrar datos que evidencien que tanto usan el internet o tienen acceso a un smartphone, por lo tanto, “alrededor

del 70,8 % de los cesarenses posee un teléfono celular inteligente (Smartphone)”(El Pílon, 2019) , Otro dato importante publicado por el Dane, señala que “en el 2018 el 40,7 % de los hogares cesarenses cuenta con internet., donde el uso principal es para llamadas y redes sociales” (El Pílon, 2019). En el caso de Bogotá Según el Dane “la capital del país alcanzó en el 2019 un 74,9% de penetración de Internet del total de los hogares de la ciudad” (Secretaría de planeación, 2020).

Por otro lado, también tomamos la variable edad, donde de acuerdo con el Dane, en 2018 la torta de la edad de la población se dividía mayoritariamente en las personas con entre 15 y 59 años (63%), seguido de los de 0 a 14 años (28%) y, por último, aquellos que tienen más de 60 años (13%) (Portafolio, 2020).

Siguiendo con datos importante para poder conocer nuestro mercado, hemos identificado que las pijamas hacen parte del segmento por decirlo de la ropa interior ya que pueden ser consideradas como ropa interior, ropa exterior y ropa para dormir al mismo tiempo, porque estas siempre van relacionadas con la comodidad de la persona. Por lo tanto, según “Procolombia a finales de 2018, anunció que la ropa interior representaba el 16,6 % del total del consumo de moda nacional”(Tamara González, 2019) , y como hemos mencionado anteriormente el sector textil es muy llamativo para los extranjeros es por eso que las exportaciones de prendas deportivas y ropa interior siempre registran crecimiento. Y por último para llegar a nuestro dato final utilizaremos el precio promedio de nuestras pijamas que son \$100 Cop y aproximadamente una persona nos puede comprar 2 pijamas al año.

La industria textil también nos ofrece cifras importantes y significativas para nuestro emprendimiento donde Colombia se ha posicionado como el primer exportador de confecciones en tejido plano en Suramérica en productos como sostenes, jeans, fajas y ropa de control. La industria de la moda colombiana representa el 9,4% sobre el total del PIB industrial y emplea alrededor de 600 mil personas. En 2019, las ventas de prendas de vestir y calzado en el país, alcanzaron un valor de USD 8 mil millones y más de 1.200 empresas colombianas de esta industria exportaron sus prendas a más de 100 países. (Procolombia, 2019)

Toda esta información la llevaremos a la fórmula estimación del tamaño mercado tam, sam, som, esta herramienta sirve para hacer una estimación inicial de la oportunidad de mercado que tienes de tu producto o servicio, y se aplica en la determinación de las hipótesis principales del modelo de negocio. Entonces para calcular se comienza con el Tam que es el tamaño total de nuestro posible mercado, es aquí donde incluimos variables demográficas de las dos ciudades mencionadas donde centraremos nuestros esfuerzos, también la variable de género que también estamos centrando nuestras fuerzas a nuestro comprador recurrente que son las mujeres, la edad de nuestro segmento que es adultos entre los 25 y 60 años y también el estrato socioeconómico 4, 5 y 6.

Para Sam que representa el mercado disponible incluimos datos como el porcentaje de acceso a internet de las personas ya que nuestras ventas principalmente serán de manera virtual y tendremos atención cercana por medio de nuestras redes sociales, y también incluimos el porcentaje de consumo de la industria textil donde pertenece nuestro emprendimiento de pijamas. Ya por

último, calculamos el Som que representa nuestro mercado objetivo donde incluimos el porcentaje de consumo de pijamas y precio promedio de nuestras pijamas junto con el número de prendas que nos compra una persona. Ya con esto obtuvimos nuestro resultado con una oportunidad de mercado de \$1.452.658.704.

**Tabla 1**

*Estimación tamaño de mercado*

<b>TAM</b>	<b>(mercado disponible)</b>				
Geografía	Valledupar	Bogotá			
Genero	Mujeres	Mujeres	274000	4000000	4274000
Estrato	4 al 6		82200	1000000	1082200
Edad	Adultos	60%			649320
<b>SAM</b>	<b>Segmento</b>				
Acceso Internet	70%	454524			
consumo de Industria Textil y moda	9,4%	42725			
<b>SOM</b>	<b>Early Adopter</b>				
Pijamas	17%	7263			
Precio de pijamas + cantida de compras por personas	\$ 100.000	2			
	<b>TOTAL</b>	<b>Oportunidad mercado</b>	<b>\$1.452.658.704</b>		

Fuente: Elaboración propia

## 2.2. Clientes ideales

El cliente ideal de nuestro emprendimiento son personas que al momento de realizar una compra el criterio de mayor relevancia es la calidad, son personas que dadas las circunstancias sanitarias actuales se han interesado por comprar de manera online pero aun así les gusta ir directamente a las tiendas para comprobar por ellos mismo la calidad y observar de manera

detallada los productos , esas personas siempre están en busca de productos innovadores que les dé un toque único y llamativos ante los demás.

El cliente ideal para nosotros son personas actualmente más racionales y emocionales porque están interesados por los beneficios que el producto le ofrece, por el valor agregado que esté tenga y lo que este puede hacerlos sentir al momento de usar ya que muchos están adaptándose al estilo de trabajo Home Office por lo que su mayor prioridad es sentirse cómodos y a su vez verse bien.

### **2.3.Alternativas de solución y criterios de selección**

Las alternativas de soluciones que en primer lugar planteamos para poner en pie nuestro emprendimiento de pijamas fueron las siguientes:

- ✓ **Importar pijamas desde china:** El gigante asiático ofrece oportunidades de negocios con productos a bajos costos.
- ✓ **Compra a mayoristas:** Nos podría facilitar todo ya que tendríamos el producto ya terminado en donde solo nos encargaríamos de su venta.
- ✓ **Pijamas hechos de materiales reciclados:** Telas completamente ecológicas, resultado de la reutilización del plástico de las botellas PET y el retal sobrante de las mesas de corte.
- ✓ **Pijamas con telas doble faz:** Creación de telas sublimadas de ambos lados con diseños combinados, para que estas tuvieran un doble uso y fueran versátiles.

Luego de haber planteados las anteriores alternativas decidimos irnos por algo diferente innovador y tal vez no tan común en el mercado de las pijamas, escogimos la fabricación de pijamas con diseños propios y telas de materiales reciclados le van a brindar al cliente la comodidad suficiente que no le brindara otras pijamas hechas de telas comunes, ya que con este tipo de telas que usaremos estarán libre de químicos, pinturas, pesticidas entre otros, que aportaran ese toque de frescura que se busca al usar una prenda de dormir.

Nuestras pijamas serán de alta durabilidad y consistencia, lo cual nos permitirá crear diseños que aporten elegancia haciendo que no se note que lo que están usando es una prenda de dormir y a su vez dándole esa comodidad que requieren.

#### **2.4.Características de producto o servicio**

Los insumos que se usaremos para la confección de nuestros productos son de muy buena calidad, esta es una característica muy importante ya que venderemos en diferentes ciudades del país, pijamas para ciudades de clima cálido, frío y también tenemos telas y diseños para lugares de clima caliente.

A demás, nuestro emprendimiento también se basará en la venta de otros productos relacionados a la comodidad como los son toallas, salidas de baño, y levantadoras, todo esto con la finalidad que nuestros clientes experimenten sentirse cómodos no solo al momento de dormir si no en cualquier momento del día y a su vez viéndose elegantes.

**Figura 4**

*Catálogo de productos.*

## ESTILOS DE PIJAMAS



Cortas con  
camisa manga  
larga



Cortas con  
camisa manga  
corta



Largas con  
camisa manga  
larga y corta



Batas cortas

## PIJAMAS GRUPALES



Pijamas  
familiares



Pijamas para  
niños



Pijamas para  
parejas

## ACCESORIOS & LENCERÍA



Moñas o  
scrunchies



Empaques de  
telas



Batas  
levantadoras



Toallas de baños –  
contramarcadas



Salidas de baños –  
contramarcadas

Fuente: Elaboración propia

### 2.5 Diferencial y ventaja competitiva (Curva de valor)

La característica principal de nuestro producto es las telas hechas de material reciclado, donde también tendrán la opción de personalización, como lo es marcarlas con su nombre y escoger combinaciones estándar ya propuestas por nosotros haciendo que los clientes se puedan sentir más identificados con lo que llevan puesto, nuestras pijamas no solo se van a caracterizar por diseños

llamativos también se caracterizaran por tener telas cómodas y frescas adaptables a cualquier tipo de clima donde se encuentre el cliente.

## **2.5.Relevancia en el contexto**

Dadas las circunstancias que se han presentado en los últimos años frente al Covid-19, la mentalidad de las personas a cambiado y se ha aumentado el teletrabajo, por ende, las personas están buscando sentirse cómodas a través de la ropa con telas ligeras y verse bien, por lo tanto, a través de las ventas de nuestras pijamas los clientes estarán apoyando nuestra labor social de apoyar a nuestras costureras madres cabeza de familia a capacitarse y generar ingresos para sus familias.

## **2.6.Definición de propuesta de valor**

ANA LUZ PIJAMAS Y LENCERIAS, tiene como idea de negocio la venta de pijamas hechas de telas de poliéster y algodón reciclado, donde la idea es brindar una experiencia al usar las prendas en los momentos de comodidad del cliente, adicionalmente brindar también una experiencia a través del diseño adaptándose a la nueva modalidad virtual desde casa a raíz de pandemia y que esta sea funcional al momento de usar.

La venta de nuestras pijamas tendrá una labor social, donde nuestras fabricantes son mujeres cabeza de familia que apoyaremos para que tengan mejores oportunidades de ingreso y puedan capacitarse y mejorar su talento en costura y también nuestro aporte al cuidado del medio ambiente.

### **3. Prototipo**

#### **3.1. Descripción de prototipo**

Nuestro modelo de negocio es la venta de pijamas, con telas hechas de materiales reciclados con plásticos y algodón reciclado, estas tendrán diseños llamativos y los estilos serán pantalones largos y cortos, camisetas manga corta y manga larga, batas levantadoras, toallas de baño, salidas de baños y accesorios como balacas y moños. También se manejarán pijamas y diseños para todo tipo de personas, pijamas para parejas, familiares, para eventos especiales como pijamadas, y serán tanto para hombre, mujeres y niños.

#### **3.2. Descripción de portafolio inicial de productos o servicios**

Nuestro objetivo es brindar una experiencia al momento de descansar o cualquier momento de estilo de vida del cliente donde se les brinde un toque de elegancia haciéndolas diferentes de las pijamas comunes, también el cliente tendrá la oportunidad de poder personalizar su pijama con su nombre o ponerle algún detalle que lo identifique, les brindaremos empaques para fechas especiales como cuando quieran hacer un detalle, y normalmente las pijamas vendrán dentro de un empaque que podrán reutilizar. Además de eso ofreceremos otros productos relacionados con la comodidad y cuidado de la persona como las toallas y salidas de baño, batas levantadoras, moños y balacas.

#### **Figura 5**

*Diseño de propuesta de valor sistema*

		Modelo de Negocio				
Defina su modelo de negocio		Experiencia al momento de descansar , donde nuestras pijamas se pueden usar en diversos momentos del día haciendo sentir comodidad y a la vez elegancia..				
		Propuesta de valor				
Defina su propuesta de valor y/o diferencial del negocio		Apoyo a mujeres cabeza de familia, las cuales seran las fabricantes pero a la vez recibirán a través de las ventas capacitaciones , tambien nuestras telas seran hechas de material reciclado y nuestros diseños personalizados dicho de otra forma las pijamas marcadas con los nombres , como lo es tambien ofrecer otros productos relacionados con la comodidad y descanso.				
		Producto	Servicio	Sistema		
Mencione los productos y servicios que haran diferente su negocio de lo actualmente ofertado por la competencia		pijamas de telas de material reciclado	personalizacion del producto	serán pijamas funcionales y de alta durabilidad, que le darán al cliente momentos de comodidad y frescura con un plus de elegancia donde no se veran como una prenda de dormir común.	Explique como la suma de sus productos y servicios ofrecen una experiencia de consumo y una oferta sistema innovadora al mercado	
		Batas levantadoras	Empaque para fechas especiales			
		Batas y toalla de baño	Atención al cliente			
		Empaque reutilizable moñas o scrunchies				

Nota: Hecho con base Herramienta Buping 4. Fuente: Elaboración propia

### 3.3. Método, lógica de ensamblaje y producción del prototipo

Para materializar nuestro proyecto de pijamas principalmente necesitaremos nuestros proveedores de telas, que serán Lafayette y Natuh, estas serán las empresas que nos bridarán las telas de materiales reciclados y aparte de esos Distriadornos donde encontraremos los accesorios de costura.

Dentro de nuestros materiales e insumos importantes usaremos telas de algodón orgánicos y de Poliéster reciclados, máquinas de coser, patrones de diseños y accesorios de costura , por otro lado nuestros principales procesos y actividades , serán el cortado de las telas a través de los patrones hechos con los diseños estándar que manejaremos , luego el procesos de costura y detalles, bordados para la parte de personalización y la fabricación de las bolsas de los retazos que sobren para hacer el empaçado.

#### Figura 6

*Requerimientos de propuesta de valor*

Prototipo de la propuesta de valor			
Grafique y describa el prototipo de su propuesta de valor			
	<p>manejaremos varios tipos de pijamas, individuales, para parejas y familias, los estilos seran shorts cortos con camisas mangas cortas, shorts largos con camisas manga cortas y largas, las largas para que se adaptes al clima frio, tambien manejaremos batas.</p>		
Liste los requerimientos en procesos, materiales y proveedores que necesita para el desarrollo de su prototipo	Procesos y actividades	Materiales e insumos	Proveedores
	cortado	telas de algodón	
	costura	accesorios de costura	lafayette
	bordado	maquinas	naituh
empacado	patrones de diseños	distriadornos	

Nota: Hecho con base Herramienta Buping 0. Fuente: Elaboración propia

### 3.4.Resultados obtenidos en pruebas del prototipo (hallazgos y conclusiones)

Al poner a prueba nuestro prototipo de pijamas con la ayuda de 15 personas que pudieron darnos sus opiniones y con la cual pusimos a prueba las siguientes hipótesis para validar nuestro prototipo.

1. Las personas realmente usan pijamas en su día a día: con esto queremos comprobar que tan importante es el uso de los pijamas.
2. La pandemia ha hecho crecer el consumo de ropa cómoda: buscamos conocer nuestro tipo de clientes, las características, que hacen, su nivel socioeconómico entre otros.
3. La calidad de las telas en las pijamas es una de las características principales: Las telas de las pijamas deber ser realmente cómodas y a vez que hagan sentir elegante a las personas, es por eso de gran importancia que tan importante es la calidad.

4. Las pijamas personalizadas generan una experiencia memorable en el cliente: Queremos comprobar con nuestras pijamas personalizadas, siendo estas marcadas, o el diseño igual para su parejas o familias, que experiencia genera.
  
5. Los clientes tienden a gustarle los empaques llamativos y funcionales: Los empaques para los clientes deberían ser reutilizables lo cual hará más llamativo los productos y es de gran importancia actualmente.

## Figura 7

### *Hipótesis del prototipado*

Hipotesis del prototipado			
1	Las personas realmente usan pijamas en su día a día	Hipotesis del cliente	Queremos comprobar que tan importante es para las personas el uso de las pijamas.
2	La pandemia ha hecho crecer el consumo de ropa cómoda	Hipotesis del mercado	Conocer nuestro tipo de clientes, las características, que hacen, su nivel socioeconómico entre otros.
3	La calidad de las telas en las pijamas es una de las características principales	Hipotesis del producto	Las telas de las pijamas deben ser realmente cómodas y a vez que hagan sentir elegante a las personas, es por eso de gran importancia que tan importante es la calidad.
4	Las pijamas personalizadas generan una experiencia memorable en el cliente	Hipotesis de producto	Queremos comprobar con nuestras pijamas personalizadas, siendo estas marcadas, o el diseño igual para su parejas o familias, que experiencia genera.
5	Los clientes tienden a gustarle los empaques llamativos y funcionales	Hipotesis del cliente	Los empaques para los clientes deberían ser reutilizables lo cual hará más llamativo los productos y es de gran importancia actualmente.

Nota: Hecho con base Herramienta Buping 6. Fuente: Elaboración propia.

### 3.5. Proyección de cómo iterar

Creado y puesto a prueba el prototipo de pijamas pudimos encontrar los siguientes hallazgos positivos, las prendas de dormir son infaltable en el closet de las personas, todas las personas expresaron que tanto la ropa interior y los pijamas nunca deben faltar como por ejemplo al momento de empacar para ir a un viaje.

El material y diseño son las características más importantes al momento de comprar una pijama, al tocar los pijamas sus expresiones fueron agradables ya que nos dijeron que con solo tocarlas se imaginaban la frescura y comodidad que podían brindar nuestras pijamas, los detalles personalizados o esos toques diferenciales nos expresaron que los hace sentir únicos ya que no solamente llevar la prenda si no que les genere una experiencia desde cualquier detalle que contenga la prenda, como por ejemplo llevar el nombre. También nos expresaron que el empaque es una característica bastante importante porque siempre recordaran que ahí vino la pijama y el hecho se poder seguir reutilizándolo.

Luego pudimos contarles a las personas a las personas que esas pijamas que pudieron observar y tocar fue hecha de poliéster reciclado y algodón reciclado de las industrias y se notaron sorprendidas ya que no podían creer que telas hechas de ese tipo de materiales podían ser tan suaves y se prestaran para crear una pijama.

## **4. Finanzas**

### **4.1. Margen de contribución por producto o servicios**

En lo que corresponde al margen de contribución, encontramos nuestro producto, Pijamas diseñadas con telas amigables con el medio ambiente, de alta calidad con diseños únicos y elegantes que se adaptan a los diferentes climas y circunstancias que el cliente lo requiera, estas serán vendidas a precios de 158.000 COP en el territorio nacional.

En lo que corresponde a los costos variables unitarios, se puede encontrar que por pijama en materias primas se invierte un capital promedio de 85,71 y por el lado de la renta un costo de 714,29.

Por el lado de los gastos y costos fijos se puede encontrar diversos factores necesarios para el funcionamiento apto del emprendimiento, es por ello que se debe cumplir con las vinculaciones de capital humano y su remuneración, conocidos como nómina, en promedio esto tendría un valor alrededor de los 3.206.264 COP, así mismo los gastos administrativos y la mano de obra que hacen parte de ciertas variables relevantes para el desarrollo adecuado de la organización, estos criterios tendrían un valor de 4.263.096.

## **Tabla 2**

### *Margen de Contribución*

<b>Margen Contribución \$</b>	<b>\$ 157.200</b>
<b>Margen contribución %</b>	<b>99,49%</b>

Costos Variables Unitarios	
Rubros	\$
Materias primas	\$ 85,71
renta	\$ 714,29
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES UNITARIOS</b>	<b>\$ 800,00</b>

Fuente: Elaboración propia

### Tabla 3

*Precio Mensual*

<b>Precio Mensual</b>	<b>\$ 158.000,00</b>
-----------------------	----------------------

Fuente: Elaboración propia

### Tabla 4

*Costos Fijos*

Costos Fijos	
Rubros	\$
Mano de obra	\$ 563.097
Administrativos	\$ 3.700.000
<b>TOTAL COSTOS FIJOS EMPRESA</b>	<b>\$4.263.096,84</b>

Fuente: Elaboración propia

### Tabla 5

*Gastos Fijos*

Gastos Fijos	
Rubros	\$
CEO	\$ 1.000.000
CFO	\$ 1.000.000
Empleado	\$ 1.200.000
SEGURO	\$ 6.264
<b>TOTAL GASTOS FIJOS EMPRESA</b>	<b>\$ 3.206.264,00</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 4.2. Punto de equilibrio en unidades y dinero por producto

El punto de equilibrio se puede expresar en unidades o dinero. El PE nos sirve como elemento de análisis para entender cuál es el punto mínimo de la operación. En lo que corresponde al punto de equilibrio de los pijamas de Ana Luz, para solventar nuestros costos y gastos y sin esperar ganancia alguna, es necesario que el emprendimiento venda en promedio la cantidad de 48 unidades a un precio unitario de \$158.000 COP mes a mes, lo que daría un valor esperado mensual de \$7.507.373 COP.

De esta manera para llevar a cabo efectividad y crecimiento en las finanzas correspondientes de Ana Luz, se prevé vender mensualmente durante el primer año la cantidad de 58 pijamas para así vender anualmente la suma de 700 pijamas, de forma que se pueda hacer una gestión óptima en las finanzas con el fin de contar con solvencia económica ante posibles adversidades o circunstancias de reinversión para el crecimiento del negocio y las utilidades.

#### Tabla 6

*Punto de equilibrio*

<b>Punto Equilibrio \$</b>	<b>\$ 7.507.373</b>
<b>Punto Equilibrio U</b>	<b>48</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 4.3. Flujo de caja mensual 60 meses (5 años)

Se ve a continuación la tabla de elaboración propia correspondiente al primer año del flujo de caja mensualizado. En esta tabla se evidencia en detalle la lista mensual de los ingresos y egresos que se espera el proyecto produzca, así mismo se exponen los activos fijos depreciables y aportes y créditos que el proyecto implementara para su ejecución. Así mismo para ver en detalle los otros años y meses, podrá observarse en el archivo de Excel “Ana Luz Pijamas & Lencería, Finanzas” en la hoja de cálculo “Flujo Mensualizado”.

**Tabla 7**

#### *Estructura Flujo de Caja*

	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
<b>Subtotal ingresos financieros</b>	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0
Comisiones Bancarias										
Intereses										
Capital										
<b>Total Egresos Financieros</b>	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0
Caja del período	\$ 1.148.611,11	\$ 2.516.666,67	\$ 2.516.666,67	\$ 2.516.666,67	\$ 2.516.666,67	\$ 2.516.666,67	\$ 2.516.666,67	\$ 2.516.666,67	\$ 2.516.666,67	\$ 2.516.666,67
Caja inicial	\$ 1.148.611,11	\$ 3.665.277,78	\$ 6.181.944,44	\$ 8.698.611,11	\$ 11.215.277,78	\$ 13.731.944,44	\$ 16.248.611,11	\$ 18.765.277,78	\$ 21.281.944,44	\$ 23.808.611,11
<b>Caja neta acumulada</b>	<b>\$ 1.148.611,11</b>	<b>\$ 3.665.277,78</b>	<b>\$ 6.181.944,44</b>	<b>\$ 8.698.611,11</b>	<b>\$ 11.215.277,78</b>	<b>\$ 13.731.944,44</b>	<b>\$ 16.248.611,11</b>	<b>\$ 18.765.277,78</b>	<b>\$ 21.281.944,44</b>	<b>\$ 23.808.611,11</b>
Impuestos										
Impuesto a la renta										
<b>Total Impuestos</b>	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0
Caja del período después de impuestos	\$ 1.148.611,11	\$ 2.516.666,67	\$ 2.516.666,67	\$ 2.516.666,67	\$ 2.516.666,67	\$ 2.516.666,67	\$ 2.516.666,67	\$ 2.516.666,67	\$ 2.516.666,67	\$ 2.516.666,67
Caja inicial	\$ 1.148.611,11	\$ 3.665.277,78	\$ 6.181.944,44	\$ 8.698.611,11	\$ 11.215.277,78	\$ 13.731.944,44	\$ 16.248.611,11	\$ 18.765.277,78	\$ 21.281.944,44	\$ 23.808.611,11
<b>Caja neta acumulada después de impuestos</b>	<b>\$ 1.148.611,11</b>	<b>\$ 3.665.277,78</b>	<b>\$ 6.181.944,44</b>	<b>\$ 8.698.611,11</b>	<b>\$ 11.215.277,78</b>	<b>\$ 13.731.944,44</b>	<b>\$ 16.248.611,11</b>	<b>\$ 18.765.277,78</b>	<b>\$ 21.281.944,44</b>	<b>\$ 23.808.611,11</b>

Fuente: Elaboración propia

Correspondiente a la proyección de ventas del proyecto, se logra evidenciar que estas a través del tiempo van creciendo permitiendo un mejor flujo para el desarrollo del proyecto, esto se debe a la proyección de las ventas en pijamas y dejara efectivo para crecimiento financiero de Ana Luz; en lo que corresponde a la estacionalidad se ve esta variación resultara anualmente, dado que la producción en ventas se espera sea constante mes a mes durante cada año.

#### **4.4. Balance general y estado de resultados**

De esta forma y para comenzar a operar durante el año cero Ana Luz Pijamas & Lencería se prevé contar con activos por valor de 15.600.000 COP, divididos en dos aspectos primarios, el primero será el dinero en efectivo por un valor de 11.150.000 COP y propiedad planta y equipo (PP&E), por un valor de 4.450.000 COP. En lo que corresponde a los pasivos, se tendrá en cuenta el valor del crédito del banco que se solicitará como parte de la inversión inicial, ya que este deberá ser pagado en ciertas cuotas, este crédito será de 10.920.000 COP y será el total de los pasivos durante el año cero o inicial de operaciones de la empresa.

Por último, el patrimonio, tendrá un valor de 4.680.000 COP y ocupará el ítem de capital, este valor corresponde a la participación de los accionistas o inversores del proyecto. De esta forma, la suma del pasivo con el patrimonio dará como resultado 15.600.000 COP y se podrá evidenciar una equivalencia con los activos del emprendimiento.

**Tabla 8***Balance general año 0*

<b>BALANCE GENERAL AÑO 0</b>			
<i>Item</i>	<i>AÑO 0</i>		
<b>ACTIVOS</b>			
Dinero en efectivo	\$ 11.150.000		
Cuentas por cobrar			
PP&E	\$ 4.450.000		
Depreciación acumulada			
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 15.600.000</b>		
<b>PASIVOS</b>			
Cuentas por pagar			
Banco de crédito	\$ 10.920.000		
Impuestos			
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 10.920.000</b>		
		<b>PATRIMONIO</b>	
		Capital	\$ 4.680.000
		Beneficio neto	
		Ganancias retenidas	
		<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 4.680.000</b>
		<b>PASIVO TOTAL + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 15.600.000</b>

Fuente: Elaboración Propia

Una vez puesto en marcha el proyecto, el balance general esperado para los siguientes cinco años es el siguiente:

**Tabla 9***Balance general 5 primeros años*

BALANCE GENERAL						
Item	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVOS</b>						
Dinero en efectivo	\$ 11.150.000	\$ 23.494.376	\$ 33.231.816	\$ 44.823.318	\$ 58.416.654	\$ 72.974.931
Cuentas por cobrar		\$ 9.216.667	\$ 10.133.333	\$ 11.479.167	\$ 13.225.000	\$ 14.000.000
PP&E	\$ 4.450.000	\$ 4.450.000	\$ 4.450.000	\$ 4.450.000	\$ 4.450.000	\$ 4.450.000
Depreciación acumulada		-\$ 235.500	-\$ 471.000	-\$ 706.500	-\$ 942.000	-\$ 1.177.500
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 15.600.000</b>	<b>\$ 36.925.543</b>	<b>\$ 47.344.149</b>	<b>\$ 60.045.984</b>	<b>\$ 75.149.654</b>	<b>\$ 90.247.431</b>
<b>PASIVOS</b>						
Cuentas por pagar		\$ 7.805.286	\$ 8.604.500	\$ 9.740.255	\$ 11.234.600	\$ 11.839.155
Banco de crédito	\$ 10.920.000	\$ 9.267.984	\$ 7.384.685	\$ 5.237.725	\$ 2.790.190	\$ -
Impuestos		\$ 5.310.296	\$ 5.884.545	\$ 6.859.155	\$ 8.020.605	\$ 8.856.406
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 10.920.000</b>	<b>\$ 22.383.565</b>	<b>\$ 21.873.730</b>	<b>\$ 21.837.134</b>	<b>\$ 22.045.395</b>	<b>\$ 20.695.561</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital	\$ 4.680.000	\$ 4.680.000	\$ 4.680.000	\$ 4.680.000	\$ 4.680.000	\$ 4.680.000
Beneficio neto		\$ 9.861.978	\$ 10.928.441	\$ 12.738.431	\$ 14.895.409	\$ 16.447.611
Ganancias retenidas		\$ -	\$ 9.861.978	\$ 20.790.419	\$ 33.528.850	\$ 48.424.259
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 4.680.000</b>	<b>\$ 14.541.978</b>	<b>\$ 25.470.419</b>	<b>\$ 38.208.850</b>	<b>\$ 53.104.259</b>	<b>\$ 69.551.870</b>
<b>PASIVO TOTAL + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 15.600.000</b>	<b>\$ 36.925.543</b>	<b>\$ 47.344.149</b>	<b>\$ 60.045.984</b>	<b>\$ 75.149.654</b>	<b>\$ 90.247.431</b>
CHECK	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Fuente: Elaboración Propia.

#### 4.5. Indicadores financieros

En lo que corresponde a los indicadores financieros, factores relevantes para la toma de decisión y viabilidad del proyecto, se puede evidenciar que el valor presente neto del proyecto es mayor a cero, lo que es uno de los factores viables para el proyecto, por el lado de la TIR (Tasa Interna de Retorno) cuenta con un porcentaje esperado de **54,48%**, esto quiere decir que el proyecto tiene altos estándares para el retorno de la inversión, el ratio B/C (Beneficio – Costo) se encuentra mayor a cero y no es igual a 1, lo que indica que los beneficios del proyecto son positivos ante los costos y debe considerarse el proyecto.

En relación al periodo de recuperación o (PRI) el proyecto permitirá recuperar la inversión en un periodo de tres años, lo que para el sector es bastante bueno; además indicadores como el WACC dentro del proyecto corresponde a un 12,08% el cual no es tan alto para el mercado que se planea entrar a ser partícipes; correspondiente al margen operacional indica que el proyecto es rentable y la utilidad operacional sobre las ventas expone que el proyecto es lucrativo independientemente de

la forma de financiación con un porcentaje de 14,33%, por último, está el margen neto, el cual nos indica la rentabilidad de Ana Luz Pijamas & Lencería este cuenta con un porcentaje de 4,67% que es llamativo en el mercado.

En la comparación del mercado, se evidencia que bajo las empresas que se realiza la comparación, hay un dominante que sería Adidas y quien cuenta con un alto porcentaje de las ventas en el mercado, sin embargo, se tiene más presente en el estudio al competidos Clonhadas S.A. ya que es un competidor directo de Ana Luz, dado que Adidas cuenta con otro nicho de mercado.

En el estudio y comparación se evidencia que los indicadores de Clonhadas y Ana Luz, son bastante similares en solvencia, liquidez pura, nivel de endeudamiento, de igual forma hay indicadores como el margen de contribución donde Ana Luz tiene un equivalente a 9,92, o si bien un apalancamiento financiero de 1,54, lo cual indica que no necesita tanto apalancamiento como su competidor, también Ana Luz rota su cartera 30 veces en promedio al año, lo que bastante bueno en el mercado ya que indica que el mercado se mantiene activo, al similar sucede con su rotación de inventarios esto se puede dar debido a circunstancias de modelos o colecciones que se publiquen durante el año en cuestión, entonces se debe comprar telas más rápido de lo esperado, ya que no son colecciones de larga duración.

## **Tabla 10**

### *Indicadores*

Indicators	
Valor presente neto	22.403.607
Tasa Interna de Retorno (TIR)	54,48%
B/C ratio	1,17
Periodo de Recuperación	3,11
Wacc	12,08%
Margen Operacional	14,33%
Margen Neto	4,67%

	SOLVENCIA	LIQUIDEZ PURA	Niveles de endeudamiento	MARGEN DE COBERTURA	APALANCAMIENTO FINANCIERO	RC ROTACION DE CARTERA	RC VECES	RI ROTACION DE INVENTARIO	RI VECES	CO	RP ROTACION DE PROVEEDORES	RP VECES	CC
<a href="#">Clonhadas Ltda</a>	1,46	1,11	0,69	0,57	2,19	22,45	16,03	1,32	273,76	289,80	3,43	105,04	184,7618773
<a href="#">Adidas</a>	1,07	0,70	0,93	0,29	13,92	21,16	17,01	1,93	186,55	203,56	1,43	252,30	-48,7385079
<a href="#">Juan Carlos Perez Gomez</a>	2,60	2,60	0,38	575/na	0,63	1421/na	#¡VALOR!	7923/na	#¡VALOR!	#¡VALOR!	7923/na	#¡VALOR!	#¡VALOR!
<a href="#">C &amp; F International S.A.S.</a>	2,70	0,64	0,37	339/na	0,59	26137/na	#¡VALOR!	26137/NA	#¡VALOR!	#¡VALOR!	14456/NA	#¡VALOR!	#¡VALOR!
<a href="#">Sports Global Brands S A S</a>	1,29	1,04	0,77	94/NA	3,39	1,38	261,48	5,370005375	67,04	328,52	1,882537688	191,23	137,2848284
<b>SECTOR</b>	<b>1,185</b>	<b>0,750</b>	<b>0,887</b>	<b>0,259</b>	<b>12,376</b>	<b>18,890</b>	<b>28,830</b>	<b>1,986</b>	<b>170,714</b>	<b>199,544</b>	<b>1,400</b>	<b>231,630</b>	<b>-32,086</b>
<a href="#">Ana Luz Pijamas &amp; Lencería (Nosotros)</a>	1,65	1,45	0,61	9,92	1,54	12	30	2,20	163,32	0,18	10,13	35,53	0,01

	ventas	
<a href="#">Clonhadas Ltda</a>	10552	1,7%
<a href="#">Adidas</a>	537563	87,1%
<a href="#">Juan Carlos Perez Gomez</a>	10421	1,7%
<a href="#">C &amp; F International S.A.S.</a>	26137	4,2%
<a href="#">Sports Global Brands S A S</a>	32418	5,3%
<b>total</b>	<b>617091</b>	

Fuente: Elaboración Propia

## 5. Modelo de negocio

### 5.1. Modelo de negocio económico

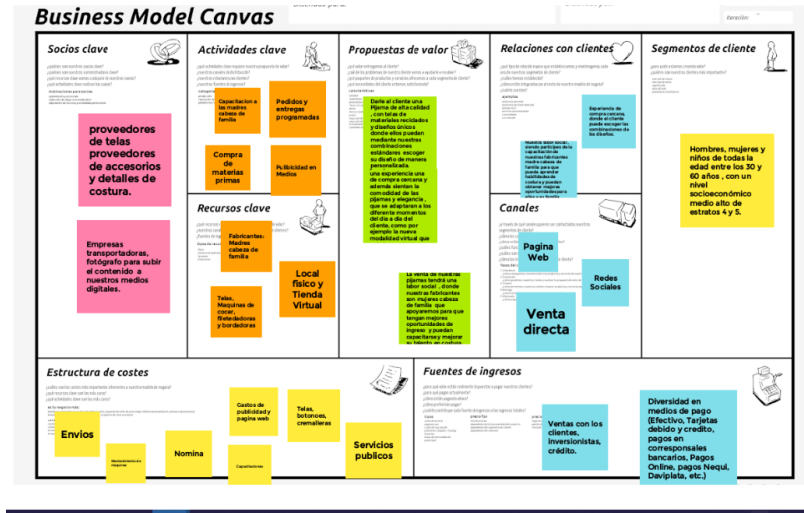
Nuestro modelo de negocio como hemos mencionado anteriormente será la venta de pijamas hechas con telas de materiales reciclados, donde la idea es brindar una experiencia al usar las prendas en los momentos de comodidad del cliente, adicionalmente brindar también una experiencia a través del diseño adaptándose a la nueva modalidad virtual desde casa a raíz de pandemia y que esta sea funcional al momento de usar.

La venta de nuestras pijamas tendrá una labor social, donde nuestras fabricantes son mujeres cabeza de familia que apoyaremos para que tengan mejores oportunidades de ingresos y puedan capacitarse y mejorar su talento en costura. Nuestro mercado objetivo serán **Hombres, mujeres y niños entre los 0 y 70 años**, con un nivel socioeconómico medio alto de **estratos 4 y 5**.

Así mismo tendremos una relación con los clientes mediante Nuestra labor social , siendo ellos participes por medio de su compra, de la capacitación de nuestras fabricantes madre cabeza de familia para que pueda aprender habilidades de costura y puedan obtener mejores oportunidades para ellas y su familia, y también tendremos una relación de experiencia de compra cercana otra vez de nuestros canales de ventas, más en específico por medio de la página web, donde podrán escoger la combinación de los diseños que ya tendremos estándar, los demás canales de ventas pensados serán las redes sociales y local de venta directa. Para el desarrollo de nuestra idea necesitaremos recursos claves como los es equipos de costura, nuestras fabricantes, telas, diseñadora, loca. y como socios claves, proveedores de telas y adornos de costura, empresa transportadora, fotógrafo y web master.

## **Figura 8**

*Business Model Canvas*



Fuente: Elaboración propia

## 5.2. Stakeholder map

En nuestro mapa de interés, se encuentran diversos factores relevantes para nuestro negocio y el mercado. Entre ellos, en un nivel uno, encontramos que son relevantes las madres cabeza de familia, ya que serán parte de nuestra razón y labor social como emprendimiento, el grupo administrativo, ya que serán los gestores de que llevar a cabo las decisiones que permitan el óptimo desarrollo de Ana Luz, de igual forma se considera relevante al posible inversionista ya que sus intereses sobre la inversión deben comprenderse y llevarse a cabo.

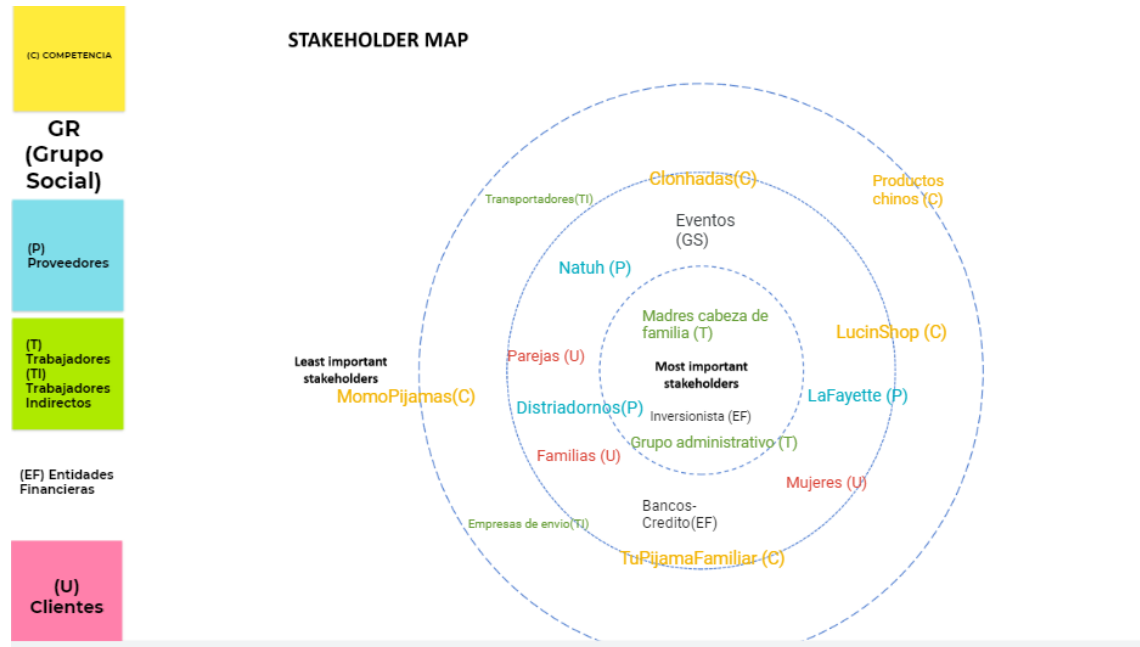
En el siguiente nivel, el nivel 2 de interés, se encuentran los clientes, por su importancia para el negocio, ya sean mujeres, familias o parejas, ya que son a los que esta dirigidas nuestras pijamas, también en este nivel están los proveedores, allí se encuentran empresas de telas tales

como Natuh, Lafayette y Distriadornos, un poco al límite de este nivel también están ciertos competidores que se considera relevante, dado que se debe conocer el mercado y la forma en que este va cambiando, es por ello que empresas como Clonhadas, LucinShop o TuPijamaFamiliar, son participes del mapa de interés.

En el tercer nivel del mapa de interés, encontramos a las empresas transportadoras ya que son relevantes para poder hacer las entregas de nuestros productos al cliente, sus transportadores, ya que si llega a presentarse una eventualidad como un paro, puede verse afectados nuestros tiempos de entrega, además de ello, en este nivel se encuentran los demás competidores del mercado, pero que por su forma de desarrollarse no son directos para el Ana Luz, pero que de igual forma se estudian y se analizan ya que se encuentran cerca de el nicho que maneja Ana Luz Pijamas & Lencería.

## **Figura 9**

*Stakeholder Map*



Fuente: Elaboración propia

### 5.3. Análisis PESTLE

Para comprender nuestro mercados utilizamos la herramienta Pestle donde encontramos analizamos factores el político y económico donde pudimos evidencias que la pandemia por el Coronavirus , trajo consigo un gran reto y oportunidad ya que las personas estaban en sus casas debido a las medidas tomadas por el gobierno donde no se les permitía salir y muchos negocios tuvieron que reinventarse lo cual afecto la economía de muchos , pero a la vez se presentó una gran oportunidad para ciertos negocios como lo fue las pijamas que aumentaron las compras y las ventas digitales entraron en preferencia.

Por el lado socio-cultural y medioambiental encontramos Tendencias: tales como que las personas quieren que sus productos sean amigables con el medio ambiente, donde la gran oportunidad está en las telas que utilizaremos para fabricar las pijamas, adicional a que hay ciertos retos para que las pijamas sean aptas para diversos climas. Otro factor importante que surgió fue el Teletrabajo, tuvo un gran aumento lo cual hizo que las personas buscaran sentirse cómodas a través de la ropa con telas ligeras y les generara una experiencia ya que así estarían vestidas durante su jornada laboral o estudiantil desde casa.

Respecto al factor tecnológico de gran impacto ya que hay empresas con grandes maquinarias de última tecnología y de alta producción siendo más eficientes al momento de producir y frente a los emprendimientos se genera una gran diferencia por ejemplo como nosotros que iniciaríamos con simples máquinas de coser, fileteadoras y bordadoras básicas de producción porque maquinaria de alta producción nos generaría altos costos.

Como ya hemos mencionado en repetidas ocasiones nuestro negocio de venta de pijamas se va diferenciar por el tipo de telas que utilizaremos, donde nuestro objetivo es mitigar el efecto que producen los plásticos que llegan al mar y poder reciclar y concientizar a las personas de como reciclando se pueden crear muchos materiales como los son las telas y se lograría ser mejor de calidad ya que no se usarían químicos ni tintas que también tienen efectos contaminantes y no permiten que las telas tengan larga durabilidad.

En lo que corresponde al ámbito legal, los diseños deben ser únicos por derechos de protección intelectual con el fin de evitar demandas, o buscar una negociación para poder hacer uso de estos, de igual forma es importante buscar vincular a los trabajadores de una forma formal y legal, al igual que estar al día con toda la documentación con la Dian y Cámaras de Comercio.

**Figura 10**

*Análisis PESTLE*

<b>PESTLE</b>		
<p><b>POLÍTICOS</b></p> <p>Bloqueos en las vías. Política fiscal. Corrupción</p>	<p><b>LEGALES</b></p> <p>Tipos de contratación.</p> <p>Derechos de propiedad intelectual (no poder usar elementos característicos sin el permiso adecuado)</p> <p>Registro legal (DIAN) (SIC) (CAMARA DE COMERCIO)</p>	<p><b>ECONÓMICOS</b></p> <p>Sobre costos en las materias primas. Importaciones chinas. Inflación. Desempleo.</p>
<p>Telas amigables con el medio ambiente. Empaques bioamigables y reutilizables</p> <p><b>MEDIOAMBIENTALES</b></p>	<p>Estilos de prendas por lugar geográfico. Interés religioso. Probarse ropa actualmente (Pandemia) Consumo inteligente Compras virtuales</p> <p><b>SOCIO-CULTURAL</b></p>	<p>Maquinas de mayor capacidad. cobertura de publicidad</p> <p><b>TECNOLÓGICOS</b></p>

Fuente: Elaboración Propia

#### **5.4. Modelo de negocio sostenible**

Los aspectos de nuestro modelo de negocio sostenible son los siguientes:

En primer lugar, el propósito de nuestro negocio es la venta de pijamas hechas con telas de materiales reciclados, donde la idea es brindar una experiencia al usar las prendas en los momentos

de comodidad del cliente, adicionalmente brindar también una experiencia a través del diseño adaptándose a la nueva modalidad virtual desde casa a raíz de pandemia y que esta sea funcional al momento de usar.

Los *stakeholders* más importantes de nuestro proyecto es contar con el apoyo de inversionista: con el fin de que estos contribuyan al crecimiento y expansión de negocios e igualmente se vean beneficiados.

Proveedores: queremos realizar unos convenios con empresas de telas hechas de materiales reciclados como lo es Lafayette ubicada en la capital Bogotá la cual tiene unos precios exclusivos al por mayor, y Natuh un emprendimiento que queremos apoyar y también son fabricantes de telas de plásticos reciclados y algodón reutilizado de las industrias.

Todo lo anterior con el fin de que se garantice la calidad y podamos dar cliente con estas materias primas la mejor personalización y exclusividad que el cliente desee, y Distriadornos proveedor de accesorios y detalles de costura. También queremos buscar un convenio con una empresa de envíos para facilitar y garantizar los pedidos

Nuestro modelo de negocio ambiental enfrente un impacto negativo a nivel ambiental en donde las industrias textiles son de los mayores contaminantes del planeta por los desechos de tela, es por eso que queremos aprovechar al máximo esta gran oportunidad para mitigar los efectos y creando nuestras telas de plásticos y algodones reciclados, a parte de los mismos retazos de telas

sobrantes realizaremos nuestros empaques y obsequiaremos moñas y balacas también hechas de los retazos.

En cuando a nuestro modelo de negocio social, el impacto positivo es que brindaremos capacitación a nuestras fabricantes madres cabeza de familia, donde nuestra estrategia será una alianza con el SENA, para que allí puedan mejorar y aprender nuevas habilidades de costura.

Otro impacto positivo desde lo económico es que la pandemia aumento la compra de prenda de vestir cómodas, es por eso que nuestro objetivo será brindarle al cliente pijamas de calidad con telas de larga durabilidad y diseños llamativos que se adapten a todos los gustos y estilos de vida.

Las fuentes de financiación que utilizaremos serán ahorros y créditos a mediano plazo para así poder adquirir nuestras materias primas y poder equiparnos para la producción de nuestros productos. Por último, Ana Luz Pijamas & Lencería estará dirigida por Melissa Ceballos fundadora y quien será la directora comercial, con habilidades de diseños, capacidad de liderazgo y organización, y Oscar Julián Rincón quien se encargará del área contable, siendo una persona con habilidades gerenciales y organizacionales.

Por otro lado, nuestro equipo de trabajo estará encabezado por costureras madres cabeza de familias, creativas y eficientes que buscan abrir sus caminos para salir adelante por ellas y por sus hogares, aparte también tendremos domiciliario, fotógrafo, vendedora para el local, y un web master.

Figura 11

## Canvas de sostenibilidad



Fuente: Elaboración propia

## Bibliografía

- Agencia EFE. (2020, agosto 7). Ropa deportiva y pijamas, tendencia en compras en Colombiamoda 2020. *El Heraldó*. <https://www.elheraldo.co/moda/ropa-deportiva-y-pijamas-tendencia-en-compras-en-colombiamoda-2020-748794>
- América retail. (2020). *La industria de la moda en Colombia con pinta de recuperación*. <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Cuero-Calzado-y-Marroquineria/Noticias/2020/Diciembre-2020/La-industria-de-la-moda-en-Colombia-con-pinta-de-recuperacion>
- CNN. (2020a, mayo 12). *Ya nadie compra pantalones, pero la venta de pijamas se ha disparado*. CNN. <https://cnnespanol.cnn.com/2020/05/12/ya-nadie-compra-pantalones-pero-la-venta-de-pijamas-se-ha-disparado/>
- CNN. (2020b, octubre 6). *Hay 14 millones de toneladas métricas de plásticos en el fondo marino*. CNN. <https://cnnespanol.cnn.com/2020/10/06/contaminacion-del-mar-hay-14-millones-de-toneladas-metricas-de-microplasticos-en-el-fondo-marino-segun-un-estudio/>
- ConceptoDefinición. (2022, febrero 7). *¿Qué es Prototipo? Concepto de - Definición de*. <https://conceptodefinicion.de/prototipo/>
- Economipedia. (2022, febrero 7). *Modelo Canvas*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/modelo-canvas.html>
- El Pílon, D. D. (2019, agosto 31). *El 40,7 % de los hogares del Cesar posee internet*. <https://elpilon.com.co/el-407-de-los-hogares-del-cesar-posee-internet/>

- Eledon, G. (2020, junio 2). El sorprendente aumento en las ventas de pijamas durante la cuarentena. *hola.com*. <https://mx.hola.com/moda/galeria/2020060132765/pijamas-venta-cuarentena-aumenta-venta-look-coronavirus/1/>
- Merca2.0. (2022, febrero 7). *¿Qué es valor agregado y cómo lo usan las empresas?* Revista Merca2.0. <https://www.merca20.com/que-es-valor-agregado-y-como-lo-usan-las-empresas/>
- Miguel Barrios. (2019, septiembre 9). Población de Valledupar creció 31%, revela Dane. *EL HERALDO*. <https://www.elheraldo.co/cesar/poblacion-de-valledupar-crecio-31-revela-dane-664102>
- Portafolio. (2020, agosto 24). Número de adultos mayores sería 32% del total en 2070. *Portafolio.co*. <https://www.portafolio.co/economia/numero-de-adultos-mayores-seria-32-del-total-en-2070-543954>
- Prensa Inexmoda. (2021, febrero 17). *Informe del Sistema Moda Diciembre 2020*. <http://www.saladeprensainexmoda.com/informe-diciembre/>
- RCN Radio. (2021, mayo 25). Ofrecen trabajo a madres cabeza de familia colombianas, a través de plataforma digital. En *RCN Radio*. <https://www.rcnradio.com/economia/ofrecen-trabajo-madres-cabeza-de-familia-colombianas-traves-de-plataforma-digital>
- Secretaría de planeación. (2020, junio 8). *74.9% hogares bogotanos tienen servicio de internet* | *ALTA CONSEJERIA DISTRITAL TIC*. <https://tic.bogota.gov.co/noticias/749-hogares-bogotanos-tienen-servicio-internet-%C2%A0>
- Semana. (2021, abril 14). *La industria textil sigue en el 'calvario'*. <https://www.semana.com/economia/inversionistas/articulo/la-industria-textil-sigue-en-el-calvario/202115/>

Tamara Gonzalez. (2019, abril 18). *El consumo de ropa interior en Colombia se duplicaría en 10 años*. FashionNetwork.com. <https://pe.fashionnetwork.com/news/El-consumo-de-ropa-interior-en-colombia-se-duplicaria-en-10-anos,1090742.html>

Texere. (2019, abril 9). *Telas ecológicas: Tejidos comprometidos con el medio ambiente*. Texere Soul Fabrics. <http://texere.es/telas-ecologicas/>