



KDG

**Informe ejecutivo de emprendimiento para optar al título
de PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**Diana Carolina Cabrera Romero
Karen Dayana Cespedes Benavides
Gabriela Guevara Bohada**

**Director:
Gustavo Adolfo Salas Orozco
(Ingeniero Industrial)**

**Fundación Universidad de América
Facultad de Ciencias Economicas y administrativas
Programa de Negocios Internacionales**

**Bogotá D.C
2023**



KDG

DIRECTIVOS DE LA UNIVERSIDAD

**Presidente de la Universidad y Rector del Claustro
Dr. Mario Posada García Peña**

**Consejero Institucional
Dr. Luis Jaime Posada García Peña**

**Vicerrectora Académica
Dra. María Fernanda Vega de Mendoza**

**Vicerrector Administrativo y Financiero
Dr. Ricardo Alfonso Peñaranda Castro**

**Vicerrectora de investigaciones y extensión
Dra. Susan Margarita Benavides Trujillo**

**Secretario General
Dr. Jose Luis Macías Rodríguez**

**Decano de la facultad de ciencias y humanidades
Carlos Mauricio Veloza Villamil**

**Directora del programa de Negocios Internacionales
Luz Rocío Corredor González**

**Director del Proyecto
Ing. MSc. Gustavo Adolfo Salas Orozco**



Fundación
Universidad de América

K D G

Elaborador:
Gabriela Guevara Bohada
Karen Dayana Cespedes Benavides
Diana Carolina Cabrera Romero



KDG



Equipo emprendedor

Somos estudiantes de Negocios Internacionales, empezamos hace 4 años la carrera pero nos volvimos más unidas desde segundo semestre y desde ese entonces hemos aprendido mucho más sobre nosotras y como es trabajar en equipo, somos muy comprometidas, tenemos una gran comunicación y colaboración entre nosotras.



Gabriela Guevara B.

Tiene 21 años, habla inglés y español. Tiene 5 años de experiencia como tejedora, es la artista y diseñadora de las prendas creadas con las técnicas de crochet, bordado y macramé. Realizo el curso de How to start a sustainable business de manera remota con la Academy of Entrepreneurs y tiene un técnico en Prerensa y medio digitales en el SENA.



Diana C. Cabrera R.

Tiene 20 años, cuenta con un alto grado de responsabilidad, honestidad y compromiso. Actualmente se encuentra encargada del área financiera y administrativa de KDG. Por lo tanto, el próximo semestre realizara un tecnólogo en gestión contable y de información financiera en el SENA para así fortalecer su trabajo actual un alto grado a este emprendimiento.



Karen Cespedes B.

Tiene 20 años de edad. Se destaca por su responsabilidad y carisma, tiene experiencia en servicio al cliente y en el transcurso de su carrera se ha interesado en lo relacionado con marketing por lo que actualmente se encarga de esta parte en KDG. Actualmente participa en la catedra ODS "para no dejar a nadie atrás" 2023-II y para el siguiente semestre planea realizar el diplomado en marketing digital y redes sociales de la universidad EAN.

Desperdicio de ropa



Según la ONU, compramos un 60 % más de ropa que hace una década. De hecho, entre 2000 y 2015 la producción de estas prendas en el mundo se duplicó, mientras que su uso se redujo.

Se generan 92 millones de toneladas de residuos textiles al año

El 87% de toda la ropa termina en un basurero o incinerada

Solo el 13% de esta ropa se puede reciclar

Uno de los lugares con mas desechos de ropa es el desierto del atacama donde se cree que hay mas de 60.000 toneladas de ropa que proviene de Europa, Asia y Estados Unidos

Colombia es un país con aproximadamente 50 millones de habitantes y de acuerdo a diversos estudios, se estima que cada habitante consume entre 7 y 15 kilos de textiles al año, textiles que en su mayoría terminan siendo desechados en los vertederos.

Entre desechos textiles y prendas desechadas en Colombia, se podrían producir hasta 1.000 toneladas de residuos mensuales que toman más de 100 años en degradarse.



Hay personas que cuentan con le deseo de conseguir ropa de segunda o personalizar sus prendas que llevan mucho tiempo sin ser usadas, sin embargo el encontrar tiendas que tengan estas dos cualidades puede ser un trabajo duro

Propuesta de valor

KDG

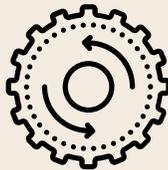
En KDG se reúne en un solo lugar tanto la compra y venta de prendas de segunda mano, como la personalización, modificación y mejora de las prendas con valores reales y justos que le den al mercado una opción diferente y llamativa

Estilo



Desarrolla un estilo unico e irrepetible

Responsabilidad



Reutilización de prendas, creando asi prendas nuevas

Precio



Precios reales sabiendo que pueden personalizar sus prendas a su gusto

La modificación de las prendas de segunda ofrece una alternativa atractiva para aquellas personas que quieren prendas que se encuentran en buen estado y diferentes a las demás. Tener la opción de personalizar sus prendas para seguirlas usando o venderlas, fomenta la economía circular.

Lo que diferencia KDG de otras alternativas es la unificación de estos dos modelos de negocio pues han encontrado emprendimientos que se dedican a la compraventa de ropa de segunda mano o a la modificación de prendas, pero no se encuentran opciones en la que los dos se unifique, lo den un diferenciador y los haga atractivos para el mercado

Tamaño del mercado

TAM

En Colombia han comprado un 1 millón de prendas en GoTrendier. De las cuales 750.000 compradoras están en Bogotá, seguida de Medellín con 154.000 y 110.000 en Cali, la ropa en GoTrendier es de segunda mano siendo este un segmento que se encuentre en crecimiento

SAM

Demográficamente- Nos enfocamos en las personas jóvenes entre los 19 a 35 años, de cualquier género

Geográficamente- Principalmente que se encuentre en Bogotá siendo personas que viven de los estratos 3 en adelante

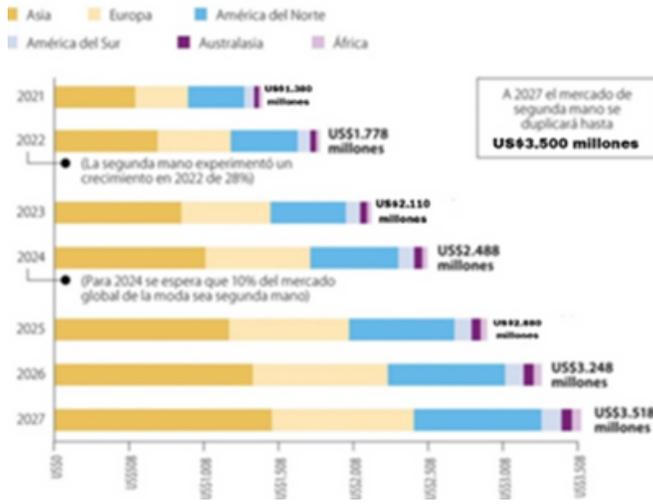
Psicográficamente- Podrían tener hábitos hacia el veganismo y otros movimientos que demuestren un alto interés por el medio ambiente y estilos de vida alternativos

SOM

Se enfocará en llegar a un público que ya esté comprometido con el medio ambiente por lo que, para esto, implementaremos lo siguiente:

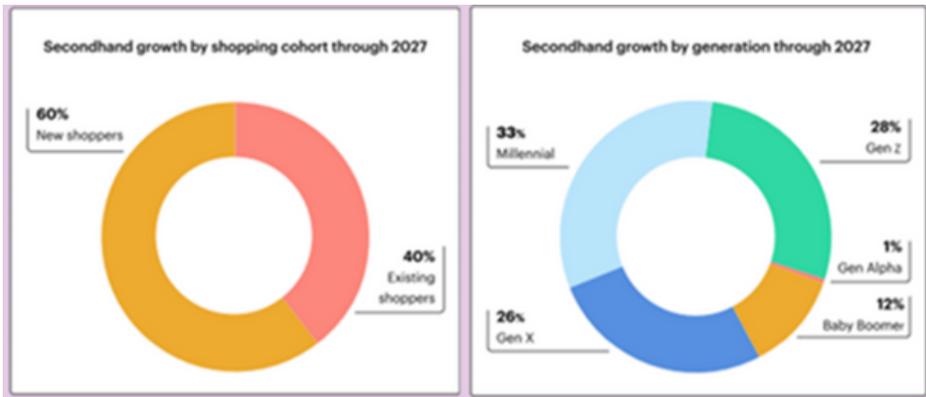
- Ofrecer un par de diseños y estilos de prendas para atraer a diferentes tipos de clientes
- Ofrecer servicios de personalización para sus prendas creando así diseños con los que los clientes se sientan cómodos
- Establecer alianzas con tiendas de moda sostenible para aumentar la visibilidad de la marca y el alcance del negocio

Tendencias del mercado



Tomado de: La republica

El mercado de la ropa de segunda mano se encuentra en crecimiento y como se puede apreciar en la gráfica este crecimiento no solo será en Estados Unidos, sino será a nivel mundial, donde hasta el continente siendo este Asia en el que más se compra ropa de segunda mano igualmente aumentará, pudiendo llegar el mercado mundial en el 2027 hasta US \$ 3.518 millones, aumentando desde el 2021 un 39.22%, generando así mismo un aumento en América del sur no llegando a ser tan relevante a comparación con otros continentes, pero siendo este un mercado así mismo importante.



Tomado de: ThredUP

En cuanto a América una de las principales tiendas de ropa de segunda la cual es ThredUp con colaboración con Globaldata han logrado hacer un informe donde se ve que para el 2027 en Estados Unidos van a haber muchas más personas interesadas en las prendas de segunda siendo estas principalmente de la generación Millennial y la generación Z.



CONSUMO DE MODA EN LÍNEA:

Representa **53%** de las ventas en todo el territorio nacional



PAPEL DE MERCADO PAGO Y GOTRENDIER:

Impulsaron el crecimiento del comercio de este segmento incrementando **76%** las transacciones



DATO CLAVE:

El comercio electrónico en Colombia ha experimentado un crecimiento de **38,4%**

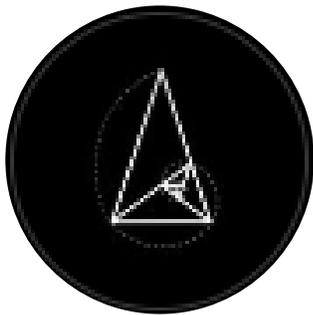
Con respecto a Colombia GoTrendier es la aplicación principal para que las personas puedan vender su propia ropa, teniendo este un incremento del 76% de las transacciones que se generan ahí, además de esto el comercio electrónico en Colombia se encuentra en crecimiento

Fuente: Sondeo LR. Gráfico: LR-MN

Tomado de: La republica

Aproximación al mercado

Nuestra competencia



@_trans_forma - Prendas upcycled creadas con materiales recuperados, es una tienda donde se transforman prendas de segunda que sigue vigente pero esta tiene un estilo mucho más alternativo y urbano.



@quintazo_ - Transformación de prendas con diferentes parches u otros tipos de modificación aunque revisando la cuenta actualmente no se encuentra activa para comprar sino más como talleres



@laneaquepimpea - En esta cuenta se generan modificaciones a partir de pintura pero al igual que la cuenta anterior se encuentra desactivada desde agosto

Estas fueron las unicas cuentas que encontramos donde se generan modificaciones en la ropa de segunda, las demas cuentas solo venden ropa de segunda, en KDG nos queremos diferenciar en el mercado mediante colaboraciones exclusivas con diseñadores de moda locales. Esta estrategia aportaría un elevado grado de autenticidad y exclusividad a los productos. Considerando así que esta ventaja competitiva será crucial en el mercado, proporcionando un elemento distintivo que la competencia no podrá replicar fácilmente.

Modelo de Negocio

Lineas de negocio

Los ingresos se derivarán principalmente de las ventas, y para alcanzar un público más amplio, manejamos dos líneas de negocio

Ventas en línea

esta primera línea se centra principalmente en las ventas a través de las redes sociales. Dado el creciente poder de las compras en línea en los últimos años, planeamos capitalizar esta tendencia para interactuar de manera más efectiva con personas interesadas en nuestras prendas. Nuestra estrategia incluye presentar de manera creativa nuestros productos, ofreciendo una experiencia personalizada para cada individuo.

Ferias moda circular

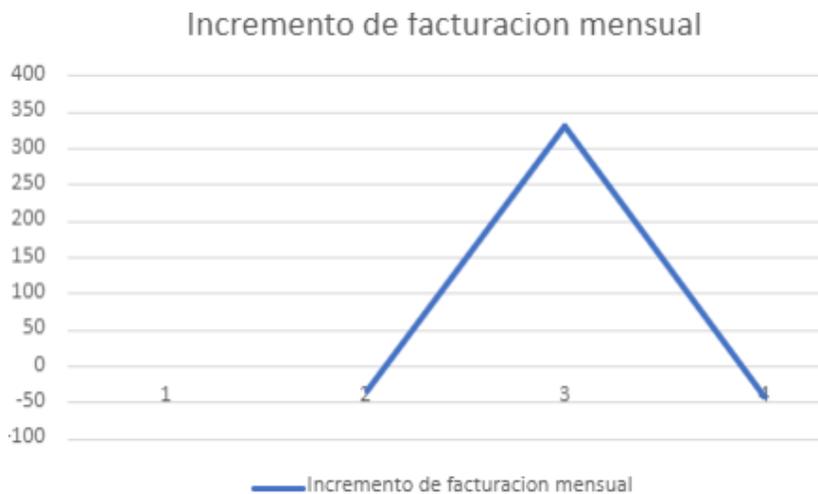
Planeamos enfocarnos un poco más en esta modalidad el próximo año pues aunque este año probamos llendo a algunas como acompañantes, estamos aun gestionando el proceso para poder participar el próximo año de forma más activa, nos enfocaremos en participar en diversas ferias, especialmente aquellas relacionadas con la sostenibilidad y la economía circular. Estos eventos no solo nos brindarán la oportunidad de exhibir nuestra colección de ropa, sino que también nos permitirán estar en sintonía con las necesidades y deseos de nuestros clientes. Este enfoque nos proporcionará valiosas perspectivas que serán fundamentales para la mejora continua de nuestros productos.

Servicios adicionales

Al trabajar con prendas de segunda mano y apliques de crochet, también contemplamos ofrecer un servicio adicional: la opción de brindar a nuestros clientes servicios personalizados de creación. Esto significa que los clientes tendrán la oportunidad de participar activamente en el proceso de diseño, permitiéndonos adaptar nuestras creaciones a sus preferencias individuales.

Analisis Financiero

Desde el área financiero hemos evidenciado que la tracción que presenta actualmente es bajo debido a que es una práctica que no hace parte de la cultura colombiana siendo este innovador y revolucionario quienes hacen parte de este movimiento. A medida que se dé a conocer a una mayor porción del mercado la tracción aumentará y su calidad ingresos será mejor. Esto se empezará a reflejar cuando el número de clientes, la tracción y retención empiecen a incrementar



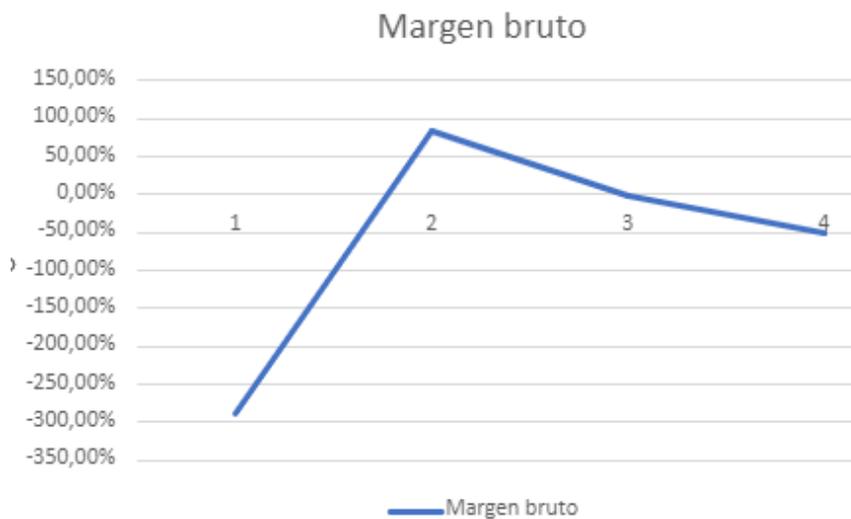
en el periodo del mes 13-18, momento en el cual participaremos en las ferias de moda sostenible en las colaboraciones con artistas y/o influencers y la apertura de la nueva línea de negocio de la compra de ropa de segunda de los clientes. A continuación, veremos los resultados reflejados de los primeros 4 meses de apertura de KDG al público. En la gráfica se puede ver el incremento de facturación. Para el primer mes los ingresos fueron de

140000 COP por la venta de 2 prendas, para el segundo mes se presentó un ingreso de ventas menor al primer mes siendo este 95000 por la venta de 1 prenda representando una disminución en la facturación del -32.14%. Para el tercer mes el ingreso en ventas fue mayor incrementando a su vez la facturación para este mes la facturación fue del 331,58% por que en el mes 2 los ingresos fueron 95000 COP y para el mes 3 los ingresos fueron 410000 COP por la venta de 5 prendas.

Por eso el incremento en porcentaje fue tan alto. Para el mes 4 el incremento en facturación fue negativo ya que en este mes se realizó la venta de 2 prendas y se modificaron 3 prendas de una cliente que previamente realizó una compra en el mes 2. Los ingresos de este mes fueron de 245000 COP y la disminución en facturación fue del -40,24%. Al ser una práctica innovadora, se presentan ingresos variables en los primeros meses de funcionamiento. Sin embargo, se espera que para el periodo de tiempo del mes 13-18 se empiece a tener un ingreso promedio menos variable.

Analisis Financiero

Debido a la cantidad que se va invertido inicialmente para iniciar con este emprendimiento vemos que el margen bruto es del $-289,14\%$ indicando que se empieza en pérdidas. Posteriormente en el mes 2 presenta un margen bruto del $84,21\%$ ya que en este no se tiene en cuenta la inversión inicial que se realizó y los costos totales para este mes fueron bajos. En el mes 3 el margen bruto es del $-1,22\%$ dado que en este se invierte en asesoría y acompañamiento en marketing digital



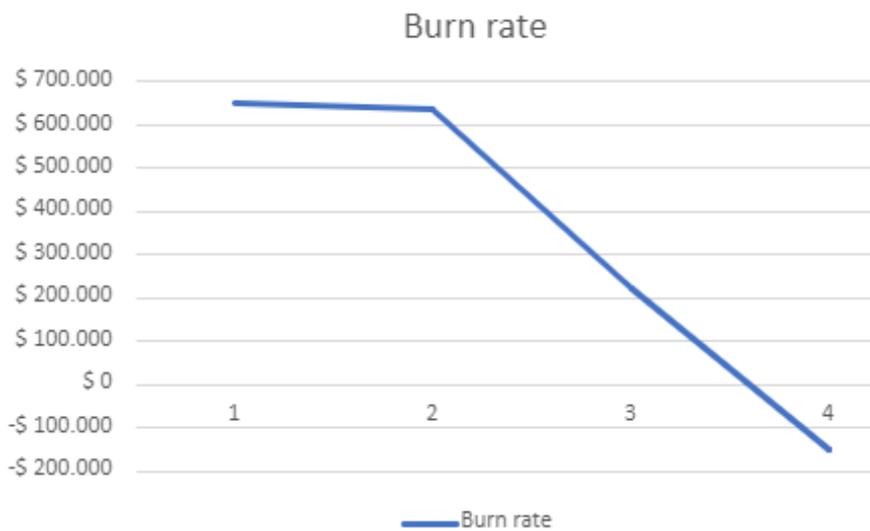
para llegar a una mayor audiencia en redes sociales y aunque en este mes el ingreso en ventas es el mejor de los cuatro meses su costo variable es el mayor de todos al haberse vendido 5 prendas en este mes. En el mes 4 vemos que el margen bruto es del $-50,41\%$. A diferencia del mes 3 en el mes 4 se venden 2 prendas ya hechas y se hace modificaciones a 3 prendas, evidenciándose en la disminución de ingresos. Además de haberse invertido nuevamente en este mes en asesoría y acompañamiento en marketing.

Dado que es una práctica que culturalmente no es común, inicialmente la retención de clientes es nula mientras se llegue a tener mayor presencia en ferias y mercados de moda sostenible. Así como se evidencia en la gráfica los primeros 3 meses los clientes que recibimos fueron todos nuevos. A pesar de ello un cliente que compre una prenda previamente en el mes 2 regreso en el mes 4 para modificar 3 de sus propias prendas. Por ende, en el mes 4 la retención de clientes fue del $33,33\%$, puesto que en el mes 3 se tuvieron 3 clientes, para el mes 4 regreso un cliente y llego uno nuevo.



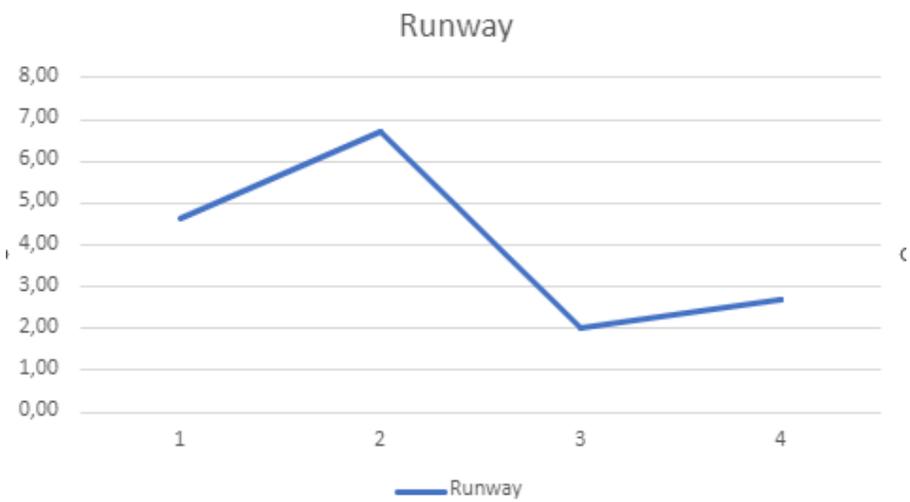
Analisis Financiero

El burn rate durante estos primeros 4 meses no ha sido un valor fijo, causando en algunos momentos que se consuma rápidamente y en otros un poco más lento, en este caso sin tener en cuenta los ingresos que se han generado. Empezamos con una inversión inicial de 1'196'000 COP y con unos costos totales de 545000 COP que incluyen la compra de insumos para los apliques de crochet por un valor de 500000 COP y 45000 COP de costo variable de las prendas vendidas ese mes



El burn rate se reduce a casi la mitad dejando un saldo de 651000 COP para el primer mes. Luego debido a los bajos costos variables el burn rate del segundo mes es de 636000 COP. El burn rate se consume más rápido en el momento en que se presente un incremento en las prendas vendidas o modificadas sin tener en cuenta los ingresos generados.

En el runway para el primer mes es de 4,65 meses, momento en el cual se requiere nuevamente financiación para continuar. Para el siguiente mes al tener costos bajos y contar con ingresos el runway incrementa a 6,69. Sin embargo para el mes 3 al invertir en marketing el runway se disminuye a 2,01 meses y para el mes 4 sube a 2,68.



Analisis Financiero

Así como se ve en la tabla se está perdiendo -25,59 % sobre la inversión realizada inicialmente en KDG. Por otro lado, el valor de compra promedio o ticket medio es de 68462 COP por transacción por cliente. Por último el Gross Merchandise Value fue de 890000 COP en los últimos 4 meses de las prendas vendidas.

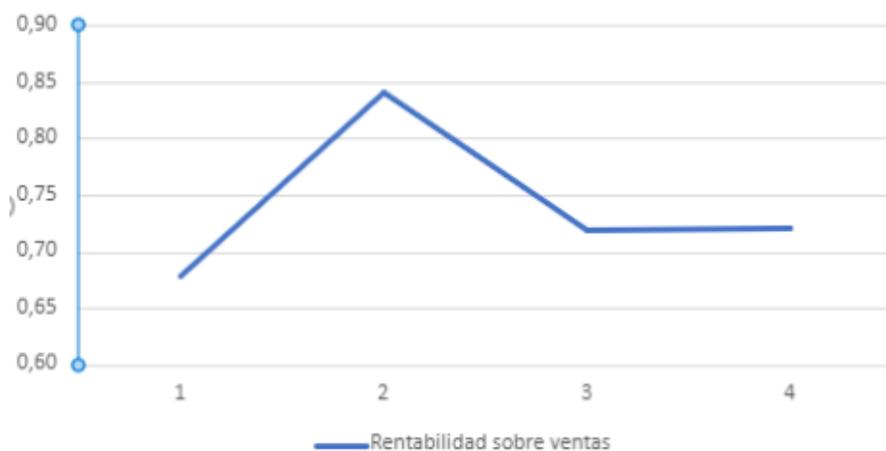
ROI	-25,59
Ticket medio	\$ 68.462
GMV	\$ 890.000

Unidades económicas

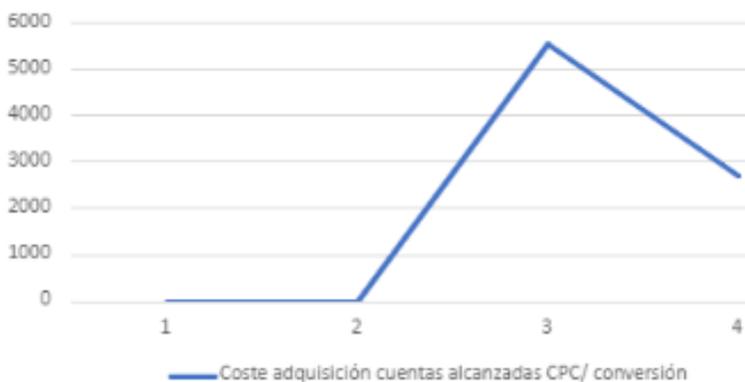
En los primeros cuatro meses, el emprendimiento experimentó un rendimiento financiero que no reflejó un volumen significativo de ventas. Este período inicial podría atribuirse a diversos factores, entre ellos, la fase de introducción al mercado, la construcción de conciencia de marca y la adquisición de clientes. Es importante destacar que, en los primeros compases de cualquier negocio, es común observar un período de adaptación antes de alcanzar un ritmo constante de ventas, por lo tanto, no es del todo viable poder decir en este tiempo si el emprendimiento tiene potencial o no.

En el análisis de rentabilidad se puede apreciar que las ventas realizadas no presentan variaciones significativas en la gráfica. Sin embargo, el mes con un desempeño más destacado en términos de rentabilidad fue el segundo mes, en el cual, a pesar de no tener unos ingresos muy altos no se tuvieron costos por los que se viera afectado por lo tanto se ve muy bien en cuanto a la rentabilidad.

Rentabilidad sobre ventas



Coste adquisición cuentas alcanzadas CPC/ conversión



Con la visión de impulsar las ventas mediante las redes sociales, los dos primeros meses se emplearon como un periodo experimental para evaluar y entender cómo lograr un crecimiento en esta plataforma. En el tercer mes, se tomó la decisión estratégica de contratar los servicios de una empresa de marketing digital. Los resultados, evidenciados en la gráfica del cuarto mes, revelan que el costo de adquisición de clientes ha mejorado considerablemente en comparación con el tercer mes, que marcó el inicio de esta iniciativa. Este cambio estratégico resalta el impacto positivo de la colaboración con profesionales del marketing en la eficacia de las estrategias de adquisición de clientes.

Desarrollo sostenible

Crecimiento económico

El que en un futuro trabajemos de la mano con artesanos locales fomentara la economía circular y también las habilidades de los artesanos tradicionales. Por lo que una de nuestras iniciativas sera implementar programas de capacitación para los artesanos locales quienes se convertirán en colaboradores nuestros, no solo en habilidades de costura y crochet, sino también en áreas relacionadas con la gestión empresarial, el marketing y la sostenibilidad. Esto contribuirá al crecimiento económico de manera integral.

Inclusión o equidad

Teniendo en cuenta que somos una tienda de ropa de segunda mano, el manejo de la diversidad de tallas e inclusividad es compleja pues no podemos manejar varias tallas de una misma referencia, sin embargo, queremos que nuestros productos estén disponibles en una amplia variedad de tallas y que seamos inclusivos en todos los términos, tango género, edad, estilo, entre otros. Teniendo siempre en cuenta la diversidad corporal y en la moda en general para todos.

Protección del medio ambiente

el uso de materiales sostenibles y reciclados está presente en gran parte de la fabricación de nuestras prendas, hemos diseñado nuestro proceso de producción de manera eficiente con el fin de minimizar los residuos de la mejor forma, por lo que en el proceso de rediseño de la prenda siempre tenemos en cuenta la forma de reutilizar los retazos y sobrantes que tenemos.

ODS



Como se menciona anteriormente se generaran procesos donde se vea incluida la economía circular, la reducción, reutilización, reciclaje al momento de hacer las prendas ya que KDG se encuentra interesada en adaptar diferentes prácticas sostenibles

Inversión

¿Por qué invertir?

Somos un equipo en este emprendimiento de 3 chicas que contamos con una combinación única de experiencias, aprendizajes tanto en moda sostenible como en diseño de croché, gestión de negocios y marketing, somos un emprendimiento con un fuerte compromiso con la sostenibilidad. Además, la reutilización de ropa de segunda mano encaja perfectamente en la tendencia de reducción de residuos, moda sostenible y circular.

Así mismo, nos encontramos creando un equipo que está comprometido con la visión de la empresa y que tiene una profunda comprensión de las tendencias de la moda sostenible y ética, donde estamos abiertas a aprender cada día más, escuchar y encontrar personas que estén interesadas, confíen y nos aporten en nuestro proyecto.

Nos enfocamos en la creación de prendas de moda únicas, adornadas y modificadas con apliques de crochet y otras técnicas. Esto satisface una demanda creciente de productos de moda que reflejan la individualidad y el estilo personal de los consumidores, siguiendo prácticas éticas en nuestra producción, garantizando condiciones de trabajo justas y sostenibilidad en la cadena de suministro. Esto también es llamativo para los consumidores que buscan apoyar marcas responsables, donde trabajamos fuertemente para crear una comunidad en torno a la moda sostenible y el croché.

Tamaño de la inversión

Más allá de una inversión monetaria, lo que realmente busca KDG es establecer conexiones con individuos que puedan ofrecer asesoramiento y compartir su experiencia en el mundo de los emprendimientos. Valoramos enormemente el conocimiento que otras personas pueden aportar, reconociendo que la colaboración y el intercambio de ideas son fundamentales para el crecimiento sostenible y el éxito a largo plazo. Estamos interesadas en construir relaciones significativas con aquellos que comparten nuestra pasión por el emprendimiento y que pueden enriquecer nuestro camino con su experiencia y perspectivas únicas.

Legislación

- **Ley 1480 de 2011**

El Estatuto del Consumidor, busca proteger los derechos de los consumidores y regular las relaciones de consumo en el país. Ha sido una herramienta importante para fortalecer los derechos de los consumidores en Colombia

- **Ley 1735 de 2014**

Por la cual se dictan medidas tendientes a promover el acceso a los servicios financieros transaccionales

- **Ley 1369 de 2009 y Ley 105 de 1993**

Es donde se rigen los operadores postales y logísticos (responsables de la entrega de paquetes del comercio electrónico a los consumidores finales)

- **Ley 527 de 1999**

Esta Ley regula los mensajes de datos, la firma electrónica, los servicios de certificación, la contratación electrónica y telemática, la prestación de servicios electrónicos, a través de redes de información, incluido el comercio electrónico y la protección a los usuarios de estos sistemas

- **Ley 1341 de 2009**

Definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones -TIC-

- **Ley 1581 de 2012**

Ley General de Protección de Datos Personales

- **Ley 2069 de 2020**

Por medio la cual se impulsa el emprendimiento en Colombia

Referencias

- <https://elpais.com/sociedad/moda-futuro-y-accion/2023-02-07/que-hacemos-con-la-ropa-usada-la-industria-de-la-moda-comienza-a-dar-respuestas.html>
- <https://www.retema.es/actualidad/sabemos-cuanta-ropa-se-recicla-y-como-contamina>
- <https://larepublica.co/globoeconomia/ropa-de-segunda-mano-o-usada-esta-aumentando-el-numero-de-clientes-3586963>
- <https://www.bbc.com/mundo/noticias-42896209>
- <https://pe.fashionnetwork.com/news/Colombia->
- <https://www.elespectador.com/economia/a-donde-va-a-parar-la-ropa-en-colombia/>