

**PLAN DE NEGOCIO NIGHTMARE APPAREL EMPRESA DE CONFECCIÓN DE
PRENDAS DE VESTIR A PARTIR DE TELA ECOLÓGICA Y APLIQUES CON TELA
RECICLADA EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ**

**VICTOR MANUEL GANTIVA
SERGIO DAVID ENCISO BARRERA**

**PROYECTO INTEGRAL DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE:
ECONOMISTA
INGENIERO INDUSTRIAL**

**ORIENTADORES:
JUAN C. ROBLES CAMARGO
PHD. ADMINISTRACIÓN
RIKY ANDRES CARRILLO CADENA
ECONOMISTA - MGTR. POLÍTICAS PÚBLICAS**

**FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE AMÉRICA
FACULTAD DE INGENIERÍAS Y CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
PROGRAMA DE ECONOMIA
BOGOTÁ D.C**

2024

NOTA DE ACEPTACIÓN:

Juan C. Robles Camargo

Riky A. Carrillo Cadena

Julio M. Posada

Bogotá, febrero de 2024

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. José Luis Macías Rodríguez

Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Dra. Magaly Faride Herrera Giraldo

Decana de la Facultad de Ingenierías

Ing. Naliny Patricia Guerra Prieto

Director del Programa de Economía

Dra. Luz Roció Corredor

Directora del Programa de Ingeniería Industrial

Ing. Mónica Yinette Suárez Serrano

Las directivas de la Universidad de América, los jurados calificadores y el cuerpo docente no son responsables por los criterios e ideas expuestas en el presente documento. Estos corresponden únicamente a los autores.

DEDICATORIA

Dedicado a todos los soñadores y amantes de la moda que, como nosotros, creen en la creatividad, la innovación y el poder de la expresión personal a través de la ropa sin dejar de lado el fortalecimiento ambiental. Nuestra pasión nos impulsa a diseñar prendas que no solo visten cuerpos, sino que también cuentan historias y reflejan identidades únicas.

Dios Bendiga este negocio.

Nightmare Appare

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN	9
INTRODUCCIÓN	11
1. OBJETIVOS	12
1.1 Objetivo General	12
1.2 Objetivos Específicos	12
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
3. ANTECEDENTES	18
4. MARCO TEÓRICO	19
4.1 Plan De Negocio	19
4.2 Responsabilidad Social	21
4.2.1 <i>Colaboraciones con Organizaciones Locales</i>	21
4.2.2 <i>Proyectos de Capacitación</i>	21
4.2.3 <i>Transparencia y Comunicación</i>	21
4.2.4 <i>Cumplimiento de Estándares Éticos</i>	21
5. TECNOLOGÍAS Y PROCESOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	22
5.1 Plan Operativo	22
6. LOCALIZACIÓN	23
6.1 Variables Psicográficas (Tendencias)	24
6.1.1 <i>Preferencias identificadas de nuestro público objetivo</i>	24
6.1.2 <i>Oversized</i>	24
6.1.3 <i>Logotipos Y Marcas Prominentes</i>	24
6.1.4 <i>Colores Llamativos Y Estampados Audaces</i>	24
6.1.5 <i>Influencias Retro</i>	25
6.1.6 <i>Colaboraciones Entre Marcas</i>	25
6.1.7 <i>Sostenibilidad</i>	26
7. PLAN DE MARKETING	27
7.1 Estrategias de Promoción	27
7.1.1 <i>Campañas de Marketing Digital</i>	27

7.1.2	<i>Contenido Visual Atractivo</i>	27
7.1.3	<i>Eventos de Lanzamiento y Colaboraciones</i>	27
7.1.4	<i>Marketing de Contenidos y Storytelling</i>	27
7.2	Estrategias de Venta	27
7.2.1	<i>Alianzas Estratégicas</i>	27
7.2.2	<i>Ventas en Pop-Up Stores o Eventos Especiales</i>	27
7.2.3	<i>Experiencia de Compra Diferenciada</i>	28
7.2.4	<i>Personalización y Exclusividad</i>	28
7.2.5	<i>Programas de Fidelización y Recompensas</i>	28
7.2.6	<i>Logística y Gestión de Inventarios</i>	28
7.2.7	<i>Selección de Puntos de Venta</i>	28
7.2.8	<i>Relaciones con Minoristas y Colaboraciones</i>	28
7.2.9	<i>Experiencia de Compra y Servicio al Cliente</i>	29
8.	PLANEACIÓN FINANCIERA	30
9.	DOFA	32
10.	ACTIVOS FIJOS	34
11.	DISEÑO Y ORGANIZACIÓN	35
12.	CONCLUSIONES	36
	REFERENCIAS	37

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1 <i>El desierto de Atacama, un cementerio de la ‘moda rápida’</i>	13
Figura 2 <i>Toneladas de Tipos de Materiales Aprovechado</i>	14
Figura 3 <i>La industria de la moda se adapta al cambio climático</i>	16
Figura 4 <i>Pitch Day Fundación Universidad de América</i>	17
Figura 5 <i>Elaboración de Diseños Nightmare Apparel</i>	20
Figura 6 <i>Ubicación estratégica, Mapa de Bogotá</i>	23
Figura 7 <i>Hoodies Nightmare Apparel</i>	25
Figura 8 <i>Proyección de Ventas a 12 meses- Año 2024</i>	30
Figura 9 <i>Punto de Equilibrio Económico</i>	31
Figura 10 <i>Factores del análisis DOFA</i>	32
Figura 11 <i>Cruce de variables del Análisis DOFA</i>	33

RESUMEN

Nightmare Apparel Street Wear es un proyecto de marca basado en moda sostenible que se dedicara a crear prendas de vestir con diseños únicos, cómodos y de alta calidad, mientras se compromete a minimizar su impacto en el medio ambiente, promoviendo prácticas éticas en toda la cadena de suministro.

Utilizaremos residuos textiles para la creación de nuevas prendas, creemos firmemente que la moda y la sostenibilidad pueden coexistir y nos esforzaremos por ser líderes en esta industria de constante crecimiento.

Nuestra misión es revolucionar la industria de la moda al ofrecer opciones sostenibles y atractivas para los consumidores conscientes. Nos comprometeremos a utilizar materiales ecológicos, reducir el desperdicio y asegurar condiciones justas de trabajo en todas nuestras operaciones.

Estamos explorando nuevas formas de implementar tecnologías innovadoras (véase en la sección de tecnología) y la investigación de nuevos materiales ecológicos, además, estamos comprometidos a educar y concientizar a nuestros clientes sobre la importancia socio ambiental que ofrece la moda sostenible.

Además de nuestro compromiso con la sostenibilidad ambiental, también nos preocupamos por el impacto social positivo. Proyectamos la implementación de varias iniciativas (véase en la sección de responsabilidad social) que benefician a nuestra comunidad y promueven un cambio significativo.

Ofreceremos una amplia gama de productos de moda sostenible, desde prendas básicas hasta diseños exclusivos como *hoodies*, chaquetas impermeables, camisetas *oversize* entre otros.

Utilizaremos telas ecológicas con proveedores certificados, como algodón orgánico y lino, que se cultivan sin el uso de pesticidas y fertilizantes químicos dañinos para el medio ambiente.

Además, implementaremos tintes naturales y procesos de fabricación de bajo impacto para minimizar nuestra huella ecológica.

Trabajaremos en estrecha colaboración con nuestros proveedores para garantizar que compartan nuestros valores y cumplan con los estándares de sostenibilidad. Buscaremos sinergias con empresas líderes y locales que practiquen el comercio justo y que se comprometan con la transparencia y la responsabilidad ambiental.

Nightmare Apparel se preocupará por la correcta gestión de los residuos generados en el proceso de producción, promoviendo el reciclaje, la reutilización y la reducción de desperdicios.

Somos conscientes que educar a los consumidores sobre la importancia de la moda y los impactos negativos del desperdicio de textiles es un tema fundamental. Es por eso que estaremos comprometidos con la realización de campañas de concientización, eventos y programas educativos donde se pueda participar con toda la comunidad activamente en donaciones, intercambio o venta de segunda mano. Buscaremos compartir, promover y transformar materiales con buenas prácticas de producción.

Después de analizar todos los factores de impacto en la creación de la marca, balances financieros, operativos y de mercadeo podemos concluir que es viable y factible la creación *de Nightmare Apparel*.

Con términos o palabras claves del trabajo, tales como: *Calidad, Telas sostenibles y ecológicos, Reciclaje Textil, Transformación, Patchwork, Tendencias, Diseño, Upcycling, Streetwear, Slow fashion, Moda Urbana*.

INTRODUCCIÓN

A continuación, se evidencia la fundamentación de la creación de la marca *Nightmare Apparel Streetwear* abordando puntos claves a nivel financiero, operacional, social y tecnológico con la finalidad de verificar su viabilidad en el mercado colombiano.

Presentando una propuesta revolucionaria que combina estilo, calidad y responsabilidad hacia nuestro planeta. Con un enfoque vanguardista, nuestra marca busca trascender los límites de la moda convencional, ofreciendo prendas únicas y exclusivas que no solo reflejan la personalidad, sino también tu compromiso con un estilo de vida más sostenible.

Nightmare Apparel no solo se trata de moda, sino también de una filosofía de vida. Buscamos inspirar a una nueva generación de consumidores conscientes, que entienden que la moda puede ser tanto una expresión individual como un medio para impulsar un cambio positivo en el mundo. Únete a nosotros en esta emocionante travesía hacia un estilo de vida único y responsable, descubre nuestras colecciones y se parte de esta revolución de moda sostenible. Juntos, podemos cambiar el mundo. Un paso a la vez.

1. OBJETIVOS

1.1 *Objetivo General*

Evaluar la factibilidad y viabilidad de emprender un proyecto de creación de prendas de vestir, el cual estará centrado en el segmento de ropa urbana, y sus atributos diferenciales con diseños únicos realizados por artistas locales, con calidad en textiles ecológicos y la reutilización de telas desechadas por empresas de confección en la ciudad de Bogotá.

1.2 *Objetivos Específicos*

- Analizar el mercado de la moda urbana en la ciudad de Bogotá, identificando la demanda y las tendencias actuales, así como el potencial de aceptación de prendas con diseños únicos, al igual que la factibilidad financiera del proyecto, incluyendo la estimación de costos de producción, precios de venta, márgenes de beneficio y proyecciones de ingresos.
- Realizar un estudio de los procesos de reutilización de telas desechadas por empresas de confección en Bogotá, evaluando la disponibilidad de estas telas y los costos involucrados en su adquisición y tratamiento.
- Evaluar la viabilidad ambiental del proyecto, considerando el impacto positivo en la reducción de residuos textiles y la promoción de textiles ecológicos.
- Determinar las estrategias de marketing y canales de distribución más apropiados para llegar a la audiencia objetivo.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

De acuerdo con Farbiarz (2019) “el 73% de los materiales utilizados en la industria textil se envían a rellenos sanitarios o se incineran, de los cuales menos de 1% fueron reutilizados, a su vez el 63% de dichos residuos afectaron directamente a diversos ecosistemas a nivel nacional”.

“La industria textil, representa el 9,4% del PIB industrial y genera empleos para cerca de 600 mil personas en el país” (Argote, 2023), es una de las mayores causantes del desequilibrio ambiental, según Hernandez Cervantes (2022)

La industria textil produce un 400% más que hace 20 años, la industria duplicó su producción entre el año 2000 y 2014, lo que la convierte en la responsable del 20% del desperdicio y de la contaminación del agua en todo el mundo.

Además, la producción masiva y el modelo de consumo rápido que la industria textil deja, fomenta la obsolescencia programada, lo que significa que la ropa se vuelve obsoleta rápidamente y se descarta en lugar de ser reparada o reutilizada, permitiendo que una gran cantidad de residuos generen un ciclo insostenible de producción y un consumo desenfrenado.

Figura 1

El desierto de Atacama, un cementerio de la ‘moda rápida’



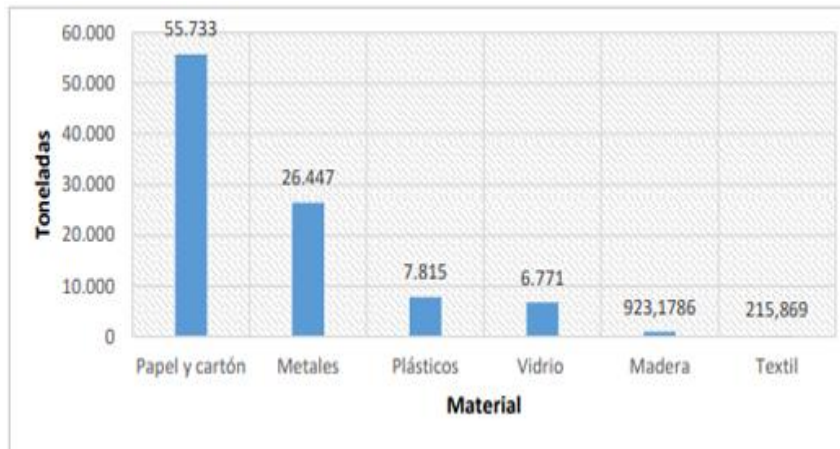
Nota. Desierto de Atacama inundado de desperdicios textiles. Tomado de: El Tiempo [El desierto de Atacama, un cementerio de la ‘moda rápida’], por Paula Bustamante - AFP, 2022, El Tiempo (<https://acortar.link/aVckMU>). CC BY 2.0

La producción textil involucra el uso intensivo de recursos naturales, como agua y energía, también

como la utilización de sustancias químicas que son utilizadas en teñidos y acabados. Estas prácticas contaminan fuentes hídricas, suelos y el aire, afectando de manera directa los ecosistemas y la salud de todos.

Figura 2

Toneladas de Tipos de Materiales Aprovechado



Nota. Cantidad de material aprovechado anualmente. Tomado de Colombia. (Presidencia de la República, 2017).

Se evidencia que el material textil desechado es el de menor aprovechamiento pese a sus capacidades de transformación, de igual forma este presenta desafíos significativos en su reciclaje debido a la complejidad en la clasificación y separación, la degradación de la calidad, la falta de infraestructura de reciclaje especializada, las dificultades en el desmontaje y la reutilización, la falta de conciencia y regulación, y el uso de materiales mixtos.

Estos factores contribuyen a que el material textil sea uno de los de menor aprovechamiento en los procesos de reciclado en comparación con otros materiales más tradicionales.

Según Figuera, (2023) Las emisiones de gases de efecto invernadero son ocasionados por diversos factores:

1. Descomposición anaeróbica: cuando los textiles son depositados en vertederos o rellenos sanitarios, tienden a descomponerse en un entorno anaeróbico, es decir, en ausencia de oxígeno. Durante este proceso, los microorganismos descomponen los textiles y liberan metano (CH₄), un potente gas de efecto invernadero. El metano es aproximadamente 25 veces más eficaz en la retención de calor en la atmósfera que el dióxido de carbono (CO₂).

2. Emisiones de dióxido de carbono (CO₂): la fabricación y producción de textiles implica el uso de recursos naturales, procesos energéticos intensivos y la quema de combustibles fósiles en muchas etapas, desde la agricultura del algodón hasta la producción de fibras sintéticas y la fabricación de prendas de vestir. Todo esto contribuye a la liberación de dióxido de carbono (CO₂), un gas de efecto invernadero que es un contribuyente significativo al cambio climático.
3. Transporte y distribución: la logística y distribución de textiles nuevos y usados también implican emisiones de CO₂, ya que a menudo se transportan largas distancias en camiones y barcos, lo que agrega una huella de carbono adicional al ciclo de vida del producto.
4. Incineración: en algunos casos, los textiles desechados se incineran como una forma de eliminación. La incineración de materiales textiles puede liberar dióxido de azufre (SO₂) y óxidos de nitrógeno (NO_x), que son precursores de las partículas finas y el ozono a nivel del suelo, así como CO₂.
5. Producción y eliminación de productos químicos: la producción de textiles implica el uso de productos químicos, algunos de los cuales pueden ser tóxicos y dañinos para el medio ambiente. La fabricación y desecho de productos químicos pueden contribuir a la liberación de gases de efecto invernadero, especialmente si no se gestionan adecuadamente.

Estas emisiones contribuyen al aumento de temperaturas globales y al cambio climático con alto impacto en los ecosistemas. Si a este panorama se suma que una prenda puede tardar entre un mes y hasta 500 años o más en descomponerse o degradarse, dependiendo del tipo de tejido y los productos químicos con los que fue tratada, urgen soluciones para mitigar su impacto medioambiental.

Figura 3

La industria de la moda se adapta al cambio climático



Nota. Cifras del impacto medioambiental de la industria textil. Adaptado de La industria de la moda se adapta al cambio climático [Fotografía], por Ana Medina, 2019, Expansión(<https://acortar.link/uSvBVo>). CC BY 2.0

La industria textil a pesar de su reconocimiento exponencial sobre esta problemática, a menudo carece de estrategias sólidas y compromisos concretos para abordar de manera eficiente los desperdicios textiles, la falta de regulación y de incentivos para la adopción de prácticas sostenibles agrava aún más la situación.

La marca *streetwear* se dirige a jóvenes y adolescentes comprometidos con la moda sostenible. Se enfoca en aquellos que buscan expresar su estilo único mientras se preocupan por el medio ambiente. Como empresa se cree en la importancia de la moda ética y se busca ser una opción para aquellos que desean marcar tendencia sin comprometer el futuro del planeta. Uniendo a la juventud con el movimiento *streetwear*, se está ofreciendo opciones de moda sostenible, brindando a su vez la oportunidad que destaquen con prendas únicas y originales, también promoviendo un enfoque

más responsable hacia el consumo de moda.

Figura 4

Pitch Day Fundación Universidad de América



Nota. Primer Acercamiento de Nightmare Apparel. Adaptado de Pitch Day [Fotografía], por Anónimo, 2023, Universidad de América (<https://acortar.link/6oC2GC>). CC BY 2.0

3. ANTECEDENTES

Según el Instituto de Exportación de la Moda (INEXMODA, 2022) indicó que las ventas de textiles y confecciones en el año 2021 se situaron en 27,7 billones de pesos, 21% más que en 2020, mientras que el gasto en moda fue de 2,39 billones, 8,9% más que el registrado en enero de 2021. Según la EAE Business School (2022), Bogotá es la segunda ciudad latinoamericana con mayor inversión en moda, con 260 millones de dólares, siendo solo superada por Ciudad de México con 426 millones de dólares. (Davis, 2022.)

Según Rudas, (2022) en este país sudamericano, alrededor de 6.500 empresas generan del orden del millón de empleos directos e indirectos, siendo Bogotá y Medellín las ciudades que participan de la vasta mayoría de la producción textil.

Esto ubica a Colombia como uno de los países más prósperos en su economía frente a la industria textil, de igual manera Colombia ha tomado la posición número uno en exportaciones de tejido plano sudamericano, en manufacturas como jeans, sostenes, fajas y ropa de control.

Con el 9,4% sobre el total del Producto Interno Bruto (PIB), la industria de la moda de esta nación emplea alrededor de 600.000 personas.

Se logra identificar que Medellín ocupa la mayor participación en la industria textil en Colombia a raíz de su larga tradición en la industria textil y de confección, lo que ha contribuido a la formación de una base sólida en esta área.

Adicionalmente la ciudad ha desarrollado una fuerte capacidad de producción en la industria. Esto incluye la capacidad de producir a gran escala y mantener altos estándares de calidad.

Medellín ha tenido ventajas en términos de costos laborales y disponibilidad de mano de obra calificada, lo que es importante en la industria, se ha destacado en moda y diseño, con la celebración de eventos de moda reconocidos como Colombiamoda. Esto ha atraído a diseñadores, marcas y empresarios de la industria de la moda a nivel nacional e internacional.

El gobierno local y las organizaciones empresariales en Medellín han trabajado en estrecha colaboración para fomentar la industria textil y de confección, incluyendo la promoción de la exportación de productos textiles.

La ubicación geográfica de Medellín en la región de Antioquia les brinda acceso a recursos textiles locales, como el algodón, lo que puede favorecer la producción y el desarrollo de la industria.

4. MARCO TEÓRICO

4.1 *Plan De Negocio*

Nuestra marca operará en la industria juvenil *streetwear* de una forma sencilla que ofrece hacer buena ropa para personas con gusto creativo y diferente. Haciendo utilización de telas elaboradas con material reciclado (sostenible) y reutilizando de manera creativa residuos textiles en nuestras prendas.

Nuestra visión es ser una marca líder en la confección, comercialización y distribución de prendas de vestir que pueda llegar a clientes de todo Colombia y de todo el mundo facilitándoles diferentes diseños y modas de acuerdo a sus gustos y con precios totalmente asequibles.

Nuestra misión es garantizar a nuestros clientes productos que reflejen su misma pasión por la moda, capaz de acoplarse a diferentes gustos y personalidades, de igual manera ofrecer a nuestros clientes productos que necesitan y desean, compartiendo la pasión por una moda sostenible, entre un amplio grupo de personas con diferentes culturas y generaciones de moda.

Nuestro portafolio está representado inicialmente por sacos (*hoodies*) en colores variados con diseños únicos, camisetas y camisas variadas con estampados y bordados en diferentes colores para hombre y para dama o unisex dependiendo la prenda; pantalones en materiales sostenibles, cómodos y versátiles, chaquetas *streetwear* en diferentes líneas para invierno y verano; gorros de invierno, gorras beisboleras, gorros pesqueros, tulas, morrales y bolsos elaborados con residuos textil y productos de línea deportiva entre accesorios y otros artículos de moda.

Figura 5

Elaboración de Diseños Nightmare Apparel



Nota. Desarrollo de nuevos diseños con base en las tendencias streetwear

La ventaja competitiva es la utilización de materiales sostenibles para la elaboración de las prendas, marquillas, logos, apliques, accesorios y empaques del producto; así mismo la utilización de procesos tecnológicos sostenibles dentro del desarrollo de la marca. Estamos 100% comprometidos con el planeta y es una ventaja de valor que podemos identificar en nuestra marca. *Nightmare Apparel* se caracteriza por su estilo urbano y diseños innovadores, buscamos siempre estar a la vanguardia con tendencias de moda, creando accesorios únicos y llamativos, dando un enfoque de creatividad y originalidad que permite destacarse en un mercado altamente competitivo como lo es la industria de la moda.

Nightmare Apparel ofrece y trae consigo la filosofía de *slow fashion* que se basa en la producción de prendas de alta calidad, diseñadas para durar en el tiempo. En un mercado saturado de marcas esta adopción puede ser un diferenciador clave, al ofrecer productos únicos, con un enfoque en la calidad, la sostenibilidad y la ética. Buscamos así destacar entre la competencia y atraer a un segmento de consumidores conscientes a la hora de vestir.

4.2 *Responsabilidad Social*

La industria textil en Colombia presenta una oportunidad de mejora frente a las condiciones laborales brindadas a las trabajadoras que operan en las conocidas satélites de costura.

Especificamos nuestra labor social con madres, cabezas de hogar, niños con problemáticas sociales y generación de empleo con buenas prácticas.

4.2.1 *Colaboraciones con Organizaciones Locales*

Trabajar con organizaciones comunitarias u ONG's locales enfocadas en la sostenibilidad, la moda ética o el empoderamiento de grupos vulnerables.

4.2.2 *Proyectos de Capacitación*

Ofrecer programas de capacitación en habilidades textiles y de diseño para comunidades locales, proporcionando oportunidades de empleo y desarrollo profesional.

4.2.3 *Transparencia y Comunicación*

Mantener una comunicación transparente sobre las prácticas sostenibles de la empresa a través de los canales de marketing y redes sociales.

4.2.4 *Cumplimiento de Estándares Éticos*

Adherirse a códigos de conducta ética y sostenible en todas las operaciones y contratos comerciales, garantizando las condiciones de trabajo dignas para los colaboradores externos de la compañía.

5. TECNOLOGÍAS Y PROCESOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

5.1 *Plan Operativo*

Nightmare implementará un sistema de recolección de residuos textiles proveniente de talleres de confección con el objetivo de darles una segunda vida y aplicarlos en la creación de nuevas prendas. Este enfoque lo alineamos con los principios de la economía circular y el aprovechamiento de recursos, lo que nos permite reducir el impacto ambiental asociado a la moda. Establecemos sinergias y alianzas estratégicas con talleres de confección locales, normalmente situados en la ciudad de Bogotá donde se generan grandes cantidades de residuos textiles. Estos residuos incluyen retazos de tela de grandes cortes de producción, prendas defectuosas o no utilizadas, y otros materiales reciclables. Así recopilamos estos residuos y los llevamos a nuestro taller o centro de producción.

Una vez en nuestro taller, realizamos el proceso de clasificación y selección de textiles recolectados. Separamos por tipo de tela, color y condición, para determinar su viabilidad y posible reutilización. Aquellos textiles que no cumplen con nuestros estándares de calidad son destinados como picadillo o relleno para la realización de camas para perros o en los procesos de reciclaje adecuados.

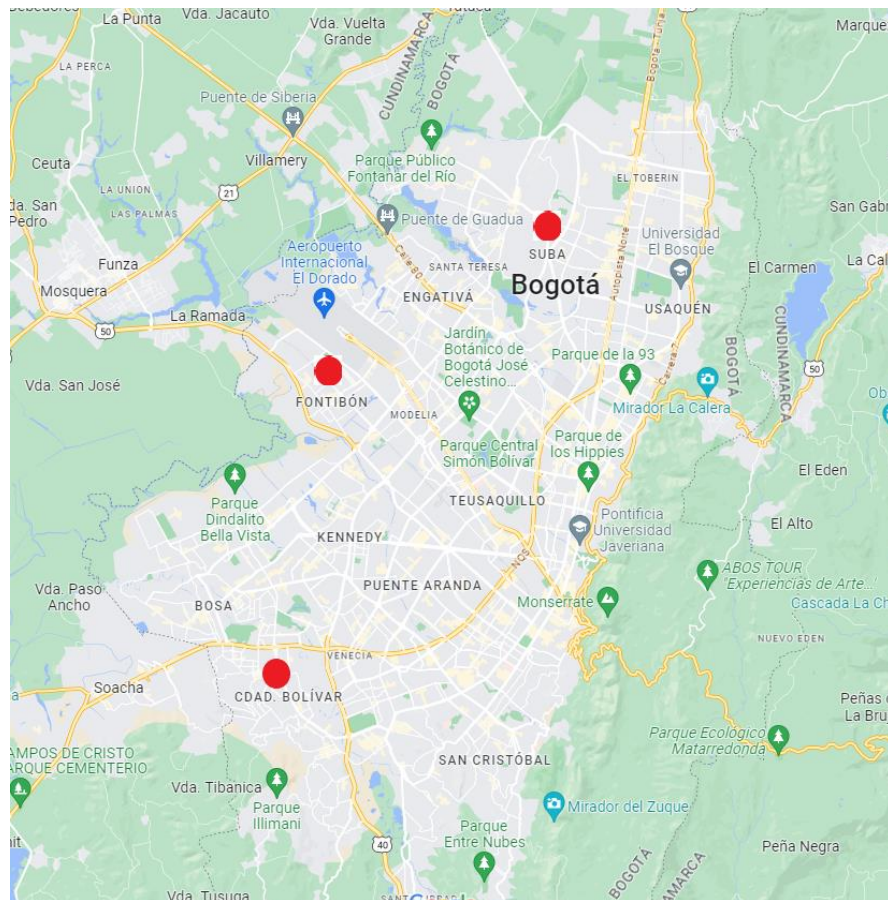
6. LOCALIZACIÓN

Aplicando los Métodos de Factores ponderados y Sinérgicos para la selección de la localización de la planta se tomaron en consideración tres localidades en la ciudad de Bogotá (Suba, Fontibón y Ciudad Bolívar), de igual forma se evaluaron los siguientes factores:

- Proximidad a Clientes
- Proximidad a Proveedores
- Costos de Operación
- Infraestructura

Figura 6

Ubicación estratégica, Mapa de Bogotá



Nota. Ubicaciones de mayor potencial para Nightmare Apparel.
Adaptado de Mapa de Bogotá, de Google Maps, 2023,
(<https://acortar.link/99ru8Z>). CC BY 2.0.

Factores en los cuales se evaluó cada localidad según la relevancia de cada factor, destacando Fontibón y Suba como las localidades predilectas para la ubicación de la empresa.

Posteriormente por medio del método sinérgico tomando en consideración factores económicos tales como:

- Costo del lote
- Costo de Construcción
- Costo de Energía

En relación a los factores subjetivos:

- Proximidad a Proveedores
- Distancia con los CEDI (Centros de Distribución)
- Aceptación de la Comunidad

Fontibón destacó por sus bajos costos y ubicación geográfica estratégica en Bogotá, la cual facilita los procesos de logística dentro y fuera de la ciudad, de igual manera al tratarse de una zona industrial facilita el acceso a las materias primas requeridas para la elaboración de los productos.

Se puede validar a detalle el estudio realizado desde los Anexos Nightmare Apparel .

6.1 Variables Psicográficas (Tendencias)

6.1.1 Preferencias identificadas de nuestro público objetivo:

6.1.2 Oversized

Las prendas de ropa de talla grande siguen siendo muy populares en el *streetwear*. Sudaderas, camisetas y pantalones holgados son elementos clave en el estilo, mostrando una posición cómoda y fresca al momento de vestir.

6.1.3 Logotipos Y Marcas Prominentes

Los logotipos grandes y llamativos de marcas de *streetwear* siguen siendo una tendencia importante. Los consumidores buscan prendas que exhiben marcas reconocidas y logotipos icónicos.

6.1.4 Colores Llamativos Y Estampados Audaces

Los colores vibrantes y los estampados audaces son elementos clave en el *streetwear* actual, Los

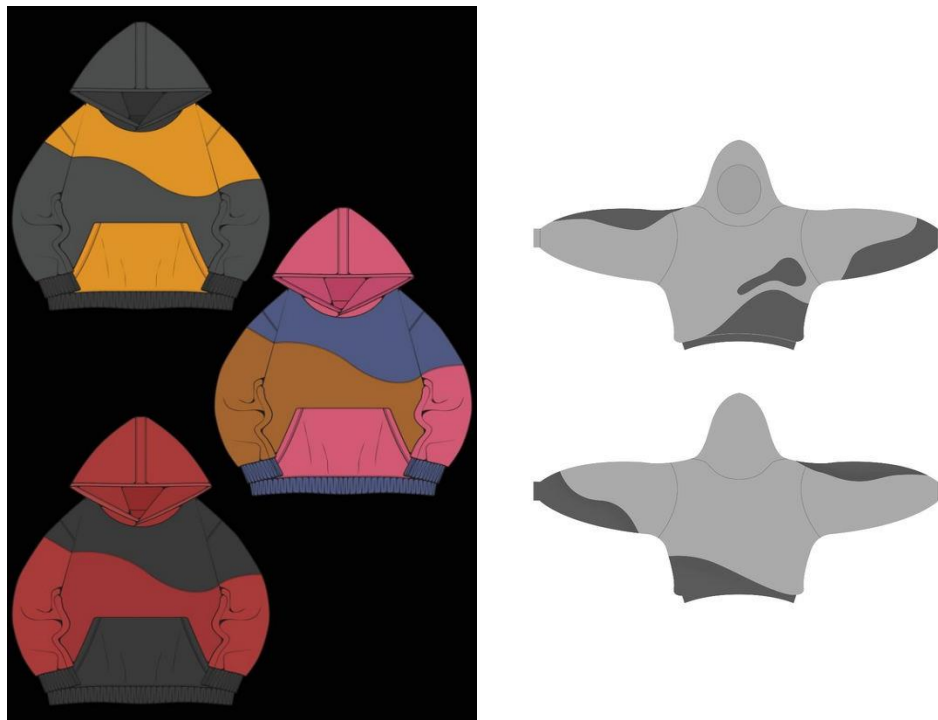
patrones gráficos, las combinaciones de colores llamativos y los diseños abstractos son muy populares.

6.1.5 *Influencias Retro*

Se observa una influencia retro en el *streetwear* actual, con prendas que evocan estilos de los años 80 y 90. Esto puede incluir chaquetas *bomber*, pantalones de chándal, zapatillas deportivas clásicas y diseños inspirados en esa época.

Figura 7

Hoodies Nightmare Apparel



Nota. Desarrollo de nuevos diseños de Hoodies con base en las tendencias streetwear

Prendas Técnicas y funcionales: el *streetwear* contemporáneo también destaca por la incorporación de prendas técnicas y funcionales. Esto incluye chaquetas impermeables, chaquetas rompe vientos, ropa deportiva de alto rendimiento y accesorios de mucha utilidad.

6.1.6 *Colaboraciones Entre Marcas*

Las colaboraciones entre marcas de *streetwear* son muy populares y generan gran expectación,

cuando dos o más marcas se unen para crear una colección conjunta, a menudo es un éxito entre los consumidores de *streetwear*.

6.1.7 Sostenibilidad

La conciencia ambiental y la sostenibilidad también están influyendo en el *streetwear*. Los consumidores buscan marcas que utilicen materiales sostenibles, prácticas éticas de producción y opciones de reciclaje.

Tenemos en cuenta que las tendencias cambian rápidamente, por lo que es importante estar al tanto de las novedades en la industria y encontrar el estilo que más se ajuste al consumidor.

En la industria textil nuestros objetivos específicos son transmitir la importancia del concepto de calidad en los productos, mejorar la calidad y el diseño de los productos incorporando plataformas tecnológicas, y realizar pedagogía para jóvenes y personas que estén interesadas en la industria textil, realizando talleres de formación y capacitación en el ámbito productivo de nuestras prendas.

7. PLAN DE MARKETING

7.1 *Estrategias de Promoción*

7.1.1 *Campañas de Marketing Digital*

- Utilizar redes sociales como Instagram, Facebook y *TikTok* para mostrar los diseños exclusivos, la sostenibilidad y la historia detrás de las prendas.
- Colaborar con *influencers* locales, *bloggers* de moda y artistas para promocionar los productos a través de publicaciones y reseñas.

7.1.2 *Contenido Visual Atractivo*

- Crear contenido visual de alta calidad, como fotos y videos que destaquen los diseños y el proceso de fabricación sostenible para atraer a la audiencia objetivo.

7.1.3 *Eventos de Lanzamiento y Colaboraciones*

- Organizar eventos de lanzamiento exclusivos para presentar la colección a medios, *influencers*, y clientes potenciales.
- Colaborar con artistas locales para realizar colaboraciones creativas y lanzamientos especiales que generen interés y atención.

7.1.4 *Marketing de Contenidos y Storytelling*

- Narrar la historia detrás de cada diseño y resaltar la contribución de los artistas locales, la sostenibilidad y la reutilización de materiales a través de blogs, videos o entrevistas.

7.2 *Estrategias de Venta*

7.2.1 *Alianzas Estratégicas*

- Establecer alianzas con tiendas de moda urbana reconocidas y boutiques sostenibles para distribuir los productos.
- Explorar colaboraciones con plataformas de comercio electrónico o *marketplaces* especializados en moda sostenible.

7.2.2 *Ventas en Pop-Up Stores o Eventos Especiales*

- Participar en *pop-up stores* o eventos de moda locales para presentar y vender las prendas

directamente al público objetivo.

7.2.3 Experiencia de Compra Diferenciada

- Ofrecer una experiencia de compra única en tiendas físicas, resaltando la historia detrás de cada prenda y la sostenibilidad del proceso de producción.

7.2.4 Personalización y Exclusividad

- Ofrecer opciones de personalización limitada o ediciones exclusivas para fomentar la exclusividad y el interés de los clientes.

7.2.5 Programas de Fidelización y Recompensas

- Implementar programas de fidelización para clientes recurrentes, ofreciendo descuentos, beneficios exclusivos o membresías especiales.

7.2.6 Logística y Gestión de Inventarios

- Diseñar una estrategia logística eficiente para la distribución de productos, considerando la gestión de inventarios, el almacenamiento y los tiempos de entrega.
- Garantizar una cadena de suministro sostenible y eficiente para los materiales y productos terminados.

7.2.7 Selección de Puntos de Venta

- Identificar ubicaciones estratégicas para tiendas físicas que estén en línea con el público objetivo y refuercen la imagen de la marca.
- Evaluar plataformas de comercio electrónico efectivas y seguras que se alineen con la estrategia de marketing digital.

7.2.8 Relaciones con Minoristas y Colaboraciones

- Establecer relaciones sólidas con minoristas locales que compartan los valores de sostenibilidad y diseño exclusivo para ampliar la distribución.
- Explorar colaboraciones con boutiques de moda o eventos especiales para promocionar y vender las prendas.

7.2.9 Experiencia de Compra y Servicio al Cliente

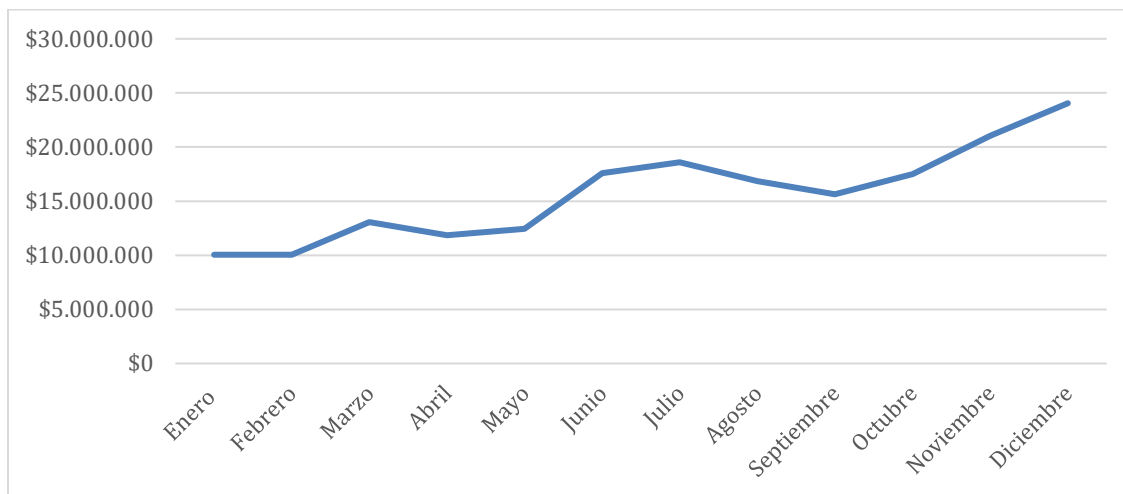
- Asegurar una experiencia de compra consistente y atractiva en todos los puntos de venta, tanto físicos como online.
- Ofrecer un servicio al cliente excepcional y comunicación clara sobre políticas de devolución, garantías y cuidado de las prendas.

8. PLANEACIÓN FINANCIERA

Basados en la evaluación de viabilidad financiera realizada se identificó una creciente en la proyección debido a las fuertes tendencias en el rubro de la moda puntualmente en línea de ropa a trabajar por *Nightmare Apparel*

Figura 8

Proyección de Ventas a 12 meses- Año 2024



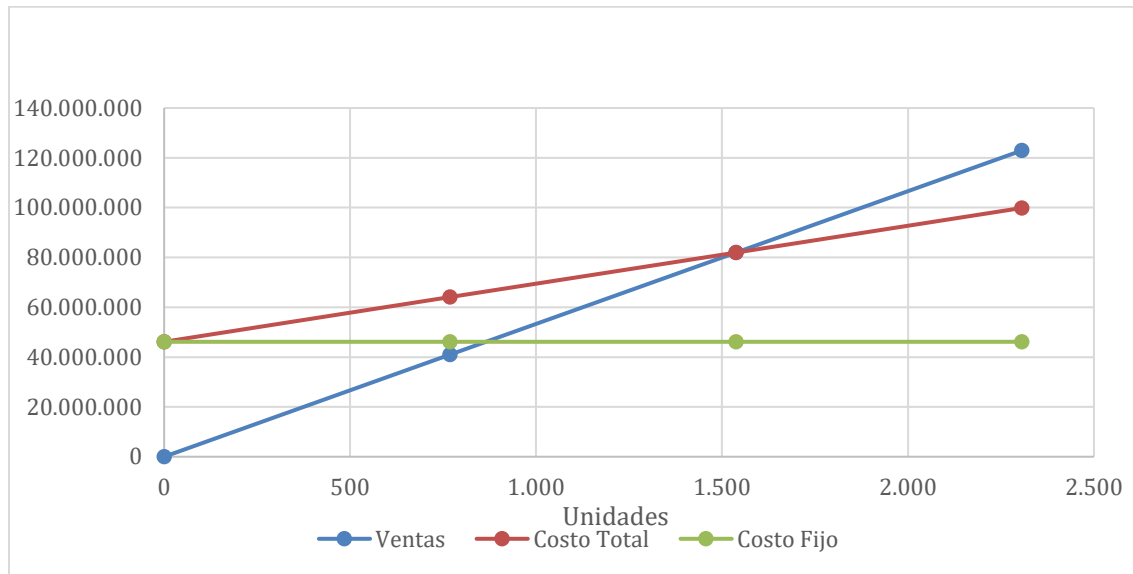
Nota. El grafico proyecta las ventas presupuestadas para el año 2024 con base en los estudios de mercado realizados.

El punto de equilibrio, el cual corresponde al número mínimo de unidades que la empresa necesita vender para que el beneficio en ese momento sea cero. Es decir, cuando los costos totales igualan a los ingresos totales por venta.

Este se alcanzaría en la venta de 1.537 unidades de producto o su equivalencia en dinero correspondiente a \$81'947.915 COP, lo cual posiciona la organización en una recuperación total en un plazo no superior a los 3 años de operación con base en la proyección de ventas efectuada.

Figura 9

Punto de Equilibrio Económico



Nota. El gráfico presenta la cantidad de unidades a vender frente a su costo con el fin de alcanzar el punto de equilibrio.

En relación a la TIR (*Tasa Interna de Retorno*) se posiciono en 61.9% y una VAN (*Valor Actual Neto*) de \$ 54'027.716 lo cual expresa la tasa de rentabilidad aproximada que ofrece invertir en *Nightmare Apparel* con base en diversos factores economicos, sociales y culturales evaluados.

La tasa de ganancia requerida para que la empresa sea viable a largo plazo corresponde al 30%, de igual forma esta se encuentra en promedio de 10 a 15 puntos porcentuales por debajo de la media del sector textil según estudios propios realizados en el sector del Gran San en Bogotá Colombia en lo corrido del presente año, esto permite ingresar al mercado con precios competitivos y ser rentables en la misma proporción sin llegar a desequilibrar el mercado.

Se podrá visualizar mayor detalle de la evaluación realizada en la Planeación Financiera - *Nightmare Apparel*.

9. DOFA

Figura 10

Factores del análisis DOFA

FACTORES INTERNOS DE LA EMPRESA		FACTORES EXTERNOS A LA EMPRESA	
DEBILIDADES (-)		AMENAZAS (-)	
1	Competencia en la industria de la moda sostenible: El mercado de la moda sostenible es competitivo, con numerosas marcas que promueven prácticas similares. Nightmare Apparel debe esforzarse por destacarse en este mercado saturado.	1	Cambios en la legislación y regulaciones: Cambios en las leyes y regulaciones relacionadas con la sostenibilidad y la moda ética podrían afectar la operación de la marca.
2	Costos de producción: La utilización de materiales ecológicos y prácticas éticas puede aumentar los costos de producción. Esto puede afectar los márgenes de beneficio y la competitividad de precios en el mercado.	2	Volatilidad económica: Las condiciones económicas inestables pueden afectar la disposición de los consumidores para gastar en productos sostenibles.
3	Educación del consumidor: Aunque Nightmare Apparel se esfuerza por educar a los consumidores sobre la moda sostenible, la conciencia en torno a estos problemas sigue siendo un desafío. La educación del consumidor puede requerir esfuerzos continuos.	3	Críticas y escepticismo del consumidor: La industria de la moda sostenible no está exenta de críticas y escepticismo. Nightmare Apparel debe estar preparada para abordar estos desafíos.
4	Dependencia de proveedores sostenibles: La marca depende de proveedores que compartan sus valores de sostenibilidad. Cualquier problema en la cadena de suministro de estos proveedores podría afectar la operación de Nightmare Apparel.		
FORTALEZAS (+)		OPORTUNIDADES (+)	
1	Sostenibilidad integral: Nightmare Apparel se destaca por su compromiso con la sostenibilidad ambiental y social en toda la cadena de valor.	1	Aumento de la conciencia sobre la sostenibilidad: La creciente conciencia ambiental y social está impulsando la demanda de productos sostenibles. Nightmare Apparel puede aprovechar esta tendencia para atraer a un público más amplio.
2	Diversidad de productos sostenibles: Ofrecer una amplia gama de productos sostenibles, desde prendas básicas hasta diseños exclusivos, aumenta su atractivo para diferentes segmentos de consumidores.	2	Colaboración con ONG y organizaciones de sostenibilidad: La marca puede establecer asociaciones con organizaciones sin fines de lucro y grupos de sostenibilidad para ampliar su alcance y contribuir a causas sociales y ambientales.
3	Relaciones con proveedores sostenibles: El trabajo cercano con proveedores que comparten valores de sostenibilidad fortalece la integridad de la marca y garantiza la calidad de los productos.	3	Innovación en materiales sostenibles: La investigación y la implementación de nuevos materiales ecológicos pueden ofrecer a Nightmare Apparel oportunidades para diferenciarse y reducir costos a largo plazo.
4	Compromiso con la educación: La marca está comprometida con la educación del consumidor y la concientización sobre la importancia de la moda sostenible.	4	Mercado internacional: La marca puede expandirse a mercados internacionales, donde la demanda de moda sostenible sigue creciendo.

Nota. Debilidades, Fortalezas, Oportunidades y Amenazas planteadas para la creación y desarrollo de Nightmare Apparel.

Nightmare Apparel tiene una base sólida en términos de sostenibilidad y compromiso con la comunidad. Sin embargo, enfrenta desafíos en términos de competencia y educación del consumidor.

Aprovechar las oportunidades emergentes y seguir innovando en materiales sostenibles puede fortalecer aún más su posición en la industria de la moda sostenible, se puede evidenciar a detalle la matriz correspondiente en los Anexos Nightmare Apparel.

Figura 11

Cruce de variables del Análisis DOFA

Debilidades-Oportunidades (DO)		Debilidades-Fortalezas (DF)	
Estrategia DO1	Utilizar la educación y concientización del consumidor como una ventaja competitiva. Aprovechar la creciente conciencia sobre la sostenibilidad para atraer a un público más amplio.	Estrategia DF1	Fortalecer la cadena de suministro y las relaciones con proveedores sostenibles para reducir la vulnerabilidad de la marca a problemas en la cadena de suministro.
Estrategia DO2	Establecer asociaciones con organizaciones sin fines de lucro y grupos de sostenibilidad para ampliar el alcance de la marca y contribuir a causas sociales y ambientales.		
Debilidades-Amenazas (DA)		Fortalezas-Oportunidades (FO)	
Estrategia DA1	Diversificar los proveedores y mantener relaciones alternas para reducir el riesgo de dependencia de un solo proveedor.	Estrategia FO1	Continuar innovando en materiales sostenibles y procesos de fabricación de bajo impacto para mantenerse a la vanguardia en la moda sostenible y diferenciarse en el mercado.
Estrategia DA2	Estar preparado para abordar críticas y escepticismo del consumidor a través de la transparencia y la comunicación efectiva.	Estrategia FO2	Expandir la marca a mercados internacionales donde la demanda de moda sostenible está en crecimiento.

Nota. Relación y estrategias resultado del cruce de los factores del análisis DOFA de Nightmare Apparel.

En relación a las estrategias se puede aprovechar las fortalezas para abordar las oportunidades y al mismo tiempo, trabajar en la mitigación de las debilidades frente a las amenazas.

El enfoque en la educación del consumidor, la colaboración con organizaciones de sostenibilidad y la diversificación de proveedores son estrategias clave para el éxito continuo de la marca en la industria de la moda sostenible, se puede evidenciar a detalle las estrategias propuestas en los Anexos Nightmare Apparel.

10. ACTIVOS FIJOS

En relación a la inversión inicial se requieren \$121.718.000 COP para la compra de la maquinaria respectiva para la elaboración de las prendas de vestir, las fichas técnicas de dichos equipos se encuentran relacionadas en los [Anexos Nightmare Apparel](#) .

11. DISEÑO Y ORGANIZACIÓN

En relación a la distribución de la planta se requiere un espacio de 157,41 m², área en la cual se distribuirá las diversas dependencias de la empresa según lo relacionado en los Anexos Nightmare Apparel , de igual forma en dicho documento se establece el flujo de trabajo de producción para la elaboración de cualquier prenda de vestir, con el fin de facilitar y esquematizar las tareas a realizar en la fábrica.

12. CONCLUSIONES

En conclusión, *Nightmare Apparel Street Wear* se presenta como una propuesta viable debido a su enfoque holístico en la sostenibilidad, su compromiso con la innovación y la responsabilidad social.

La organización cumple con los parámetros de sostenibilidad los cuales son fundamentales en el contexto actual.

El compromiso con el uso de materiales y procesos respetuosos con el medio ambiente, así como a promover prácticas éticas y responsables en toda la cadena de suministro.

Con base en los resultados y las proyecciones futuras, se puede afirmar con confianza que *Nightmare Apparel* tiene un gran potencial y está preparado para capturar una parte significativa en el mercado juvenil de *street wear*.

REFERENCIAS

- Afp, P. B.-. (2022, January 4). El desierto de Atacama, un cementerio de la 'moda rápida'. El Tiempo. <https://www.eltiempo.com/mundo/latinoamerica/el-desierto-de-atacama-el-cementerio-toxico-de-la-moda-633454>
- Davis, R. (2022, May 25.). *Rachael Davis*. <https://textilespanamericanos.com/textiles-panamericanos/2022/05/textiles-en-colombia/>
- Farbiarz Mas, A. (16 de 05 de 2019). Tendencias en el textil y Economía Circular. Obtenido de Retema, Revista Técnica del Medio Ambiente: <https://www.retema.es/noticia/tendenciasen-el-textil-y-economia-circular-aQHff>
- Figuera, I. (2023, September 26). Los gases de efecto invernadero en la industria de la moda: ¿contribuyen al cambio climático? - Esbaratao. *Esbaratao*. <https://esbaratao.org/sostenibilidad/gases-de-efecto-invernadero-moda/>
- Hernandez Cervantes, M. (10 de 04 de 2022). El mercado textil: hilos tenaces, negocio insostenible. Obtenido de El Tiempo REVISTA ETHIC: <https://www.eltiempo.com/vida/medio-ambiente/el-impacto-ambiental-de-la-industria-de-la-moda-664321>
- INEXMODA. (2022, November 3). *Informe del sector febrero 2022*. <https://www.inexmoda.org.co/informe-del-sector-febrero-2022/>
- Medina, A. (2019, April 14). La industria de la moda se adapta al cambio climático. *EXPANSION*. <https://www.expansion.com/empresas/distribucion/2019/04/15/5cb3668aca474138128b45ea.html>
- Revista Semana. (20 de 02 de 2020). Proponen convertir los residuos textiles en materiales de construcción: <https://www.semana.com/impacto/articulo/proponen-convertir-los-residuos-textiles-en-materiales-de-construccion/48686/>
- Rudas, C. E. (2022, March 4). Consumo de moda en Colombia cerró ventas por \$27,7 billones el año pasado. *Diario La República*. <https://www.larepublica.co/empresas/consumo-de-moda-en-colombia-cerro-ventas-por-27-7-billones-el-ano-pasado-3316367>

ANEXOS

Anexos Nightmare Apparel

Planeación Financiera - Nightmare Apparel.