MODELO DE NEGOCIO

NOMBRE DEL EMPRENDEDOR(A)	ANA MARIA PELAEZ ROJAS
NOMBRE DEL PROYECTO	URBAN FLOW
SECTOR ECONÓMICO	Sección C Industrias manufactureras
ACTIVIDAD ECONÓMICA	S9529

1- ¿QUIEN ES EL EMPRENDEDOR?

Ana Maria es una apasionada diseñadora con experiencia en la creación de prendas oversize, destacándose por su enfoque en comodidad, estilo y tendencias actuales. A lo largo de su trayector

2- ¿CUÁL ES EL PROBLEMA O NECESIDAD?

En la actualidad, tanto los emprendedores del sector moda como los consumidores finales enfrentan una gran dificultad para acceder a prendas que combinen sostenibilidad, calidad y precios as

3- ¿QUIEN ES EL PROTAGONISTA?

La marca se especializa en el desarrollo de prendas al por mayor, enfocadas en tendencias de moda, con precios competitivos y materiales sostenibles. Su propuesta de valor le permite atraer a

Las empresas y emprendedores del sector moda se encuentran principalmente en ciudades con alta actividad en la industria, como Ibague, Bogotá, Medellín y Cali, donde existe una demanda c

Los empresas y emprendedores del sector moda tienen hábitos de consumo enfocados en la adquisición de prendas a granel que les permitan optimizar su rentabilidad. Buscan productos de cal

4- ¿CUAL ES LA SOLUCIÓN Y LA PROPUESTA DE VALOR?

El modelo de negocio en Urban Flow se centra en la producción y comercialización de prendas juveniles de tendencia, con un fuerte compromiso hacia la sostenibilidad y la responsabilidad socia

5- COMPETENCIA

Aspectos	Religare	Anacleta	Bunker Americano
Localización (Ubicación geográfica)	Ibagué, Tolima	Ibagué, Tolima	Ibagué, Tolima
Productos y servicios (Atributos)	Ropa sostenible y de diseño innovador, utilizando materiales responsables.	Ropa deportiva y al aire libre, con materiales sostenibles como	Ropa de segunda mano en excelente
Precios de venta	Precios medios a altos, dependiendo del diseño y material utilizado.	Precios accesibles para ropa deportiva, pero pueden variar	Precios económicos, más bajos que las
Logística de distribución (Medios de envío, despacho, embalaje, otros)	Venta en línea, participaciones en eventos como Ibagué Negocios y Moda, tiendas físicas.	Venta a través de plataformas digitales, presencia en tiendas	Venta en tienda física y a través de redes
Ventajas y desventajas Defina al menos 3 de cada una.	Ventajas - Diseño exclusivo y consciente.	Ventajas - Uso de materiales reciclados y	ventajas - Promueve la moda

6- CANALES

Estrategia de promoción	**Canal a utilizar**	**Actividades a realizar**	**Costo**
Descuentos del 10% en compras superiores a $ 50.000 en	Internet	Promocion de los productos en temporadas bajas a trae	300000
0	0	0	0
Estrategia de comunicación	**Canal a utilizar**	**Actividades a realizar**	**Costo**
Evento de lanzamiento	Punto de venta	Evento con invitados especiales	800000
Piezas de publicidad (aviso y tarjetas de presentación)	Directo	Diseño y produccion de las piezas publicitarias	1000000
Estrategia de distribución	**Canal a utilizar**	**Actividades a realizar**	**Costo**
Redes sociales como Facebook, Instagram yTik Tok con el	Internet	Creación y administraciónde redes sociales	450000
Ferias empresariales	Directo	Asistencia en la feria	1000000
Estrategia de precio	**Canal a utilizar**	**Actividades a realizar**	**Costo**
0	0	0	0
0	0	0	0

8- OPORTUNIDAD COMERCIAL

Tendencias a nivel mundial - Internacional
A nivel internacional, algunas de las tendencias más destacadas en el sector de la moda y la confección incluyen:Moda Sostenible y Eco-Friendly: El interés por prendas fabricadas con materiales

Tendencias a nivel país o Latinoamérica
En Colombia, al igual que en el resto del mundo, las tendencias en el sector de la moda y confección están evolucionando y adaptándose a las necesidades del mercado local. Algunas de las prii

Tendencias a nivel local (Ciudad, Municipio, Región)
En Ibagué, la capital del Tolima, se pueden identificar algunas tendencias en el sector de la moda que responden tanto a los cambios globales como a las características locales. A continuación,

9- VALIDACIÓN

1. Qué herramientas empleaste para realizar la validación de tu producto o servicio? (Encuesta, Focus Group, Tarjeta Persona) Explica
Urban Flow utilizó diversas herramientas para conocer las preferencias y expectativas de sus clientes, incluyendo entrevistas y encuestas.Entrevistas: Se realizaron con clientes frecuentes para p

2. Cuántas veces utilizaste la herramienta? Explica
La herramienta se aplico durante un mes

3. Describe los resultados de validación evidenciados con las herramientas utilizadas (cualitativos y cuantitativos)
1. Segmento B2B - Empresas y Emprendedores del Sector ModaEncuesta:- 74% buscan proveedores con productos sostenibles.- 62% prefieren productos innovadores y a la moda.- 55% priorizan

4. Menciona las oportunidades de mejora del producto o servicio evidenciadas con las herramientas de validación utilizadas.
Las herramientas utilizadas para la validación de mercado, como encuestas y entrevistas, han identificado varias oportunidades de mejora para el producto de ARNICA. A continuación se mencic

5. Menciona el precio de venta estimado de cada uno de tus productos o servicios

Precios por Mayor (Empresas): Los precios pueden variar entre $30,000 a $70,000 COP por prenda, dependiendo de la cantidad, el tipo de diseño y las fibras utilizadas. Ofrecer descuentos por c

6. Cuál es el avance técnico, comercial y legal a la fecha, de tu modelo de negocio
A continuación se mencionan los avances técnicos, comerciales y legales que podrían aplicarse al negocio de ARNICA:1. Avance TécnicoDesarrollo de Producto: ARNICA ha logrado optimizar sus

10- LAS CIFRAS

INVERSIONES FIJAS

Categoría (Elige de la lista desplegable)	Elemento (Especificar el elemento)	Valor unitario	Cantidad	Valor Total	Aportado por (Colocar Fondo Emprender cuando sea el caso)
Maquinaria y Equipo	Equipos varios	$ 10.000.000	1	$ 10.000.000	Aporte Emprendedor
Maquinaria y Equipo	Equipos varios	$ 5.000.000	1	$ 5.000.000	Fondo Emprender
Muebles y Enseres	Muebles en el punto	$ 10.000.000	1	$ 10.000.000	Fondo Emprender
Maquinaria y Equipo	Equipos varios	$ 45.500.000	1	$ 45.500.000	Fondo Emprender
0	0	$ 0	0	$ 0	0
0	0	$ 0	0	$ 0	0
0	0	$ 0	0	$ 0	0
0	0	$ 0	0	$ 0	0
0	0	$ 0	0	$ 0	0
				$ 70.500.000	

INVERSIONES DIFERIDAS

Categoría (Elige de la lista desplegable)	Elemento (Especificar el elemento)	Valor unitario	Cantidad	Valor Total	Aportado por (Colocar Fondo Emprender cuando sea el caso)
Matrícula Mercantil	0	$ 300.000	1	$ 300.000	Aporte Emprendedor
Nómina Empleados	0	$ 1.900.000	8	$ 15.200.000	Fondo Emprender
Servicios Públicos	0	$ 250.000	12	$ 3.000.000	Aporte Emprendedor
Dotaciones	0	$ 350.000	2	$ 700.000	Fondo Emprender
Seguro Todo Riesgo	0	$ 900.000	1	$ 900.000	Fondo Emprender
SGSST	0	$ 1.200.000	1	$ 1.200.000	Fondo Emprender
0	0	$ 0	0	$ 0	0
				$ 21.300.000	

VALOR TOTAL PROYECTO	**$ 91.800.000**

TIR
16%

11- EQUIPO DE TRABAJO

Cargo 1:	Administrador
Cargo 2:	Operario
Cargo 3:	0
Cargo 4:	0

Elaborado por : Equipo Técnico Canal Virtual Emprendimiento 2022
Coordinación Nacional de Emprendimiento

ia, ha lograc

sequibles. Lo

dos segmen

reciente por

idad a preci

l.Ayuda a er