

XVI FERIA FACULTATIVA

DE EMPREDEDURISMO INNOVACION
Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGIA

GRUPO
N°45

PLAN DE NEGOCIOS (EMPRENDIMIENTO)

NOMBRE DEL TEMA:

OUTER BOYS

INTEGRANTES:

Griselda Norma Melgar Arana

Nicol Añez Álvarez

Ashley Belén Roca Sosa

Moisés Matías Ávalos Torrez

Wilson Rodrigo Mocho Baldiviezo

DOCENTE GUÍA:

Rosalía Arandia Orellana

ORGANIZA:



APOYAN:



Dedicatoria

Dedicamos este trabajo a nuestras familias, quienes nos brindan apoyo constante en cada etapa de nuestra formación profesional, y a todas las personas que confían en el espíritu emprendedor de los jóvenes universitarios como motor de cambio y desarrollo económico.

Agradecimiento

Agradecemos a la Facultad de Ciencias Contables, Auditoría y Sistemas de Control de Gestión y Finanzas, así como al Instituto de Investigación Científica, Contable y Financiera (IICCAF), por brindarnos el espacio y la guía necesaria para desarrollar nuestras capacidades emprendedoras. De manera especial, agradecemos a nuestro docente por su orientación y acompañamiento durante el proceso de formulación de esta idea de negocio.

Índice

Dedicatoria.....	2
Agradecimiento.....	2
Índice.....	3
Resumen Ejecutivo	5
Introducción	6
Desarrollo de la Idea Emprendedora.....	7
7.1 Identificación de la Idea.....	7
7.1.1 Nombre del emprendimiento	7
7.1.2 Descripción de la idea.....	7
7.1.3 Origen de la idea	8
7.2 Identificación del Problema u Oportunidad.....	8
7.2.1 Problema detectado.....	8
7.2.2 Soluciones actuales	9
7.2.3 Oportunidad de negocio	9
7.3 Propuesta de Valor.....	9
7.4 Innovación del Emprendimiento.....	10
7.5 Mercado Objetivo	11
7.5.1 Cliente potencial	11
7.5.2 Segmentación de mercado	11
7.5.3 Necesidades del cliente	11
7.6 Análisis Básico de la Competencia.....	11
7.7 Viabilidad Preliminar.....	13
7.7.1 Viabilidad técnica	13

7.7.2 Viabilidad económica	13
7.7.3 Viabilidad comercial.....	13
7.7.4 Recursos básicos requeridos	13
7.8 Impacto del Emprendimiento.....	14
7.9 Misión y Visión.....	14
Misión	14
Visión.....	14
7.10 Objetivos del Emprendimiento	14
Objetivo General.....	15
Objetivos Específicos.....	15
Validación Inicial de la Idea	16
8.1 Validación de mercado	16
8.2 Resultados obtenidos	16
Conclusiones	17
Recomendaciones	17
Bibliografía	18
Anexos	19

Resumen Ejecutivo

Outer Boys es un emprendimiento textil dedicado a la confección y comercialización de poleras básicas y oversize, elaboradas con algodón pima peruano de alta calidad, disponibles en los colores azul, negro, blanco y verde. La idea surge a partir de la necesidad observada en jóvenes universitarios y profesionales de contar con prendas básicas, cómodas y duraderas, que combinen estilo minimalista con materiales premium a un precio accesible dentro del mercado local.

El problema detectado es la escasa oferta local de poleras básicas de alta calidad, ya que la mayoría de las prendas disponibles en el mercado boliviano se fabrican con mezclas sintéticas que reducen su durabilidad y comodidad, mientras que las alternativas de algodón premium suelen ser importadas y de costo elevado. Outer Boys propone una solución intermedia: prendas de algodón pima de calidad superior, producidas y comercializadas localmente, manteniendo precios competitivos.

El público objetivo principal son jóvenes y adultos jóvenes de 16 a 30 años, estudiantes y trabajadores con un estilo de vida urbano, que valoran la estética streetwear minimalista y buscan prendas versátiles para el uso diario. El elemento innovador del emprendimiento radica en el uso de algodón pima peruano —reconocido internacionalmente por su suavidad y resistencia— combinado con un diseño tipográfico de marca distintivo y una paleta de colores reducida y atemporal (azul, negro, blanco y verde), lo que permite mantener una identidad visual coherente y fácilmente reconocible.

Se espera que el impacto del proyecto sea principalmente económico, al generar ingresos propios y posibles fuentes de empleo a futuro, así como un impacto social al fomentar la cultura emprendedora entre estudiantes universitarios y posicionar productos textiles de calidad elaborados con insumos sostenibles.

Introducción

El presente documento tiene como propósito desarrollar la idea de negocio "Outer Boys" en el marco de la Expociencia Facultativa 2026, organizada por la Facultad de Ciencias Contables, Auditoría y Sistemas de Control de Gestión y Finanzas, a través del Instituto de Investigación Científica, Contable y Financiera (IICCAF). Esta actividad busca fomentar el espíritu emprendedor de los estudiantes mediante la identificación de oportunidades de negocio innovadoras y con potencial de desarrollo real.

En el contexto actual, el mercado de la moda básica y streetwear ha experimentado un crecimiento sostenido a nivel regional, impulsado por la demanda de prendas versátiles, cómodas y de calidad que puedan adaptarse a distintos estilos personales. Sin embargo, en el mercado boliviano la oferta de prendas básicas elaboradas con algodón premium es limitada, lo que representa una oportunidad para emprendimientos locales que apuesten por la calidad de los materiales y un diseño diferenciado.

La motivación de esta idea nace del interés por desarrollar una marca propia de ropa básica que combine la calidad del algodón pima peruano —materia prima reconocida mundialmente— con una identidad visual sobria, moderna y atemporal. Asimismo, el proyecto adquiere relevancia económica al proponer una alternativa de generación de ingresos para jóvenes emprendedores, y relevancia social al promover hábitos de consumo conscientes hacia productos de mayor durabilidad frente a la moda de bajo costo y rápida obsolescencia (fast fashion).

Desarrollo de la Idea Emprendedora

7.1 Identificación de la Idea

7.1.1 Nombre del emprendimiento

"Outer Boys", una marca de ropa orientada principalmente al público masculino joven, aunque con prendas de corte versátil (oversize) que pueden ser utilizadas por distintos públicos.

7.1.2 Descripción de la idea

Outer Boys consiste en una marca de ropa básica enfocada en la confección y venta de poleras (camisetas) en formato regular y oversize, fabricadas en algodón pima peruano, disponibles en cuatro colores principales: azul, negro, blanco y verde. El producto principal ofrecido es la polera básica de algodón, diseñada bajo un concepto minimalista, con cortes simples, costuras reforzadas y estampado discreto del logotipo de la marca.

El concepto central de la marca se construye sobre la idea de la "prenda esencial": una pieza de vestir simple en apariencia, pero elaborada con altos estándares de calidad en su materia prima, su confección y su acabado. A diferencia de muchas marcas locales que compiten a través de estampados grandes, gráficos llamativos o tendencias pasajeras, Outer Boys apuesta por la sobriedad visual como elemento distintivo: prendas lisas, de corte limpio, donde el protagonismo recae en la textura, el calce y la calidad del algodón pima, más que en el diseño gráfico.

La línea inicial de productos contempla dos cortes principales: la polera básica de corte regular, pensada para un uso versátil tanto en contextos casuales como semi-formales, y la polera oversize, orientada al público que busca una estética más relajada y propia del streetwear contemporáneo. Ambos cortes se ofrecerán en los cuatro colores definidos como base de la paleta de marca —azul, negro, blanco y verde—, seleccionados por su capacidad de combinarse entre sí y con otras prendas del armario, lo que refuerza el carácter "básico" y atemporal de la propuesta.

El funcionamiento del emprendimiento se basa en un modelo de producción por lotes y venta directa, principalmente a través de redes sociales y ferias universitarias, con posibilidad de ampliar a una tienda en línea. Cada lote de producción se planifica considerando una proporción equilibrada entre los cuatro colores y los dos cortes disponibles, de manera que el inventario inicial permita cubrir las combinaciones más demandadas sin generar sobreproducción. La marca cubre la necesidad de contar con prendas básicas de uso diario, cómodas, durables y con una estética

atemporal que pueda combinarse fácilmente con otras piezas del armario, posicionándose como una opción de "closet básico de calidad" para el consumidor joven.

7.1.3 Origen de la idea

La idea de Outer Boys surge principalmente de una necesidad observada en el mercado local: la falta de oferta de prendas básicas de algodón de alta calidad a precios accesibles. A esto se suma una tendencia de mercado creciente hacia el consumo de ropa básica y streetwear minimalista entre jóvenes, así como la oportunidad económica de aprovechar el algodón pima peruano como insumo diferenciador frente a las prendas de fibras sintéticas predominantes en el mercado boliviano.

Desde la experiencia personal del equipo emprendedor, se identificó como consumidores frecuentes de ropa básica que las prendas adquiridas en tiendas locales de bajo costo perdían su forma, color y textura después de pocos lavados, lo que generaba la necesidad de reponerlas con frecuencia. Esta situación, vivida de manera recurrente, motivó la búsqueda de alternativas de mejor calidad, encontrando en el algodón pima peruano una opción con una relación calidad-precio más favorable que las marcas internacionales premium, pero no disponible de forma accesible en el mercado local bajo una marca propia.

Asimismo, se observó una tendencia creciente en redes sociales hacia estéticas minimalistas, con prendas básicas en tonos neutros y cortes oversize, lo que valida la pertinencia de la paleta de colores y los cortes seleccionados para la marca. La combinación de estos factores —experiencia personal, necesidad observada y tendencia del mercado— consolidó la idea de desarrollar una marca propia que ofrezca prendas básicas de calidad superior bajo una identidad visual coherente y diferenciada.

7.2 Identificación del Problema u Oportunidad

7.2.1 Problema detectado

El problema detectado es la limitada disponibilidad de poleras básicas de algodón de alta calidad en el mercado local, lo que obliga a los consumidores a elegir entre prendas económicas de baja durabilidad (fabricadas con mezclas sintéticas) o prendas importadas de algodón premium con precios significativamente más altos. Este problema afecta principalmente a jóvenes universitarios y trabajadores que buscan renovar su guardarropa básico de manera frecuente, ya

que las prendas de baja calidad se deforman o desgastan rápidamente, generando un gasto recurrente. Resolver este problema es importante porque permite ofrecer una alternativa de calidad-precio más equilibrada, fomentando además un consumo más responsable y duradero.

7.2.2 Soluciones actuales

Actualmente, este problema se resuelve principalmente a través de dos vías: la compra de prendas básicas en tiendas de ropa masiva (fast fashion) a bajo costo, o la adquisición de marcas internacionales premium mediante importación o compra en el extranjero. La primera opción tiene como limitación principal la baja durabilidad de los materiales y la escasa originalidad en el diseño, mientras que la segunda opción presenta como limitación su elevado costo y la dificultad de acceso para el consumidor promedio, además de los tiempos de entrega cuando se trata de compras en línea desde el exterior.

7.2.3 Oportunidad de negocio

La oportunidad de negocio radica en ofrecer una marca local que utilice algodón pima peruano —un insumo de calidad reconocida internacionalmente y disponible en la región— para producir prendas básicas a un precio intermedio, más accesible que las marcas importadas, pero de mayor calidad que la oferta de ropa masiva local. El emprendimiento podría funcionar debido al creciente interés de los consumidores jóvenes por marcas con identidad propia y producción más cercana (de origen regional), así como por la tendencia favorable hacia el consumo de prendas básicas versátiles que se adaptan a distintos estilos (minimalismo, streetwear, oversize).

7.3 Propuesta de Valor

Outer Boys se diferencia de otras marcas locales principalmente por el uso de algodón pima peruano como materia prima base, lo que garantiza mayor suavidad, durabilidad y resistencia al lavado en comparación con prendas de algodón mezclado o fibras sintéticas. Entre los beneficios que ofrece la marca se encuentran: prendas básicas de alta calidad, diseño minimalista y atemporal que facilita la combinación con otras piezas, una paleta de colores reducida (azul, negro, blanco y verde) que refuerza la identidad visual de la marca, y precios competitivos frente a marcas importadas.

El cliente elegiría esta propuesta porque obtiene una prenda de calidad superior a un precio accesible, con un diseño versátil que se adapta tanto a contextos casuales como semi-formales. El

valor generado se traduce en mayor durabilidad del producto (menor necesidad de reposición), una experiencia de compra cercana a una marca local emergente, y la posibilidad de identificarse con una propuesta de moda consciente y de origen regional. Para estructurar esta propuesta de valor de manera más detallada, se recomienda complementar este análisis con herramientas como el Modelo CANVAS o el Lienzo de Propuesta de Valor (Value Proposition Canvas).

En conjunto, la propuesta de valor de Outer Boys puede resumirse en tres pilares: calidad del material (algodón pima peruano), identidad visual coherente (paleta reducida y diseño minimalista) y accesibilidad de precio (venta directa sin intermediarios). Estos tres elementos buscan posicionar a la marca en un punto medio del mercado: por encima de la ropa básica de baja calidad y por debajo del precio de las marcas internacionales premium, ocupando un espacio actualmente desatendido en el mercado local.

7.4 Innovación del Emprendimiento

El aspecto innovador de Outer Boys se centra principalmente en dos dimensiones: comercial y de diseño. En el aspecto comercial, la innovación radica en posicionar el algodón pima peruano —tradicionalmente asociado a marcas premium internacionales— como insumo principal de una marca local accesible, generando una propuesta de "calidad premium a precio justo". En el aspecto de diseño, la innovación se encuentra en el desarrollo de una identidad de marca minimalista y coherente, con un logotipo tipográfico distintivo y una paleta de colores limitada y atemporal, lo que diferencia a Outer Boys de la saturación visual habitual en marcas de ropa juvenil.

En cuanto a tecnología, el emprendimiento contempla el uso de herramientas digitales de diseño gráfico para el desarrollo de la identidad de marca y materiales promocionales, así como el uso de redes sociales y plataformas de mensajería como canales principales de venta y atención al cliente. El elemento creativo aportado es la construcción de una marca con identidad visual propia, sólida y reconocible, en un segmento donde muchas marcas locales no cuentan con una propuesta de diseño diferenciada.

De acuerdo con la clasificación propuesta en la guía, la innovación de Outer Boys puede catalogarse principalmente como innovación comercial (nueva forma de posicionar y comunicar un producto existente) y, en menor medida, como innovación digital, dado el uso de canales digitales para la gestión de ventas y la construcción de comunidad de marca.

7.5 Mercado Objetivo

7.5.1 Cliente potencial

El cliente potencial de Outer Boys corresponde principalmente a personas de entre 16 y 30 años, de género masculino (con posibilidad de ampliación a un público mixto debido al corte oversize de las prendas), residentes en zonas urbanas. En cuanto a ocupación, se trata principalmente de estudiantes universitarios y jóvenes trabajadores con ingresos propios o dependientes, ubicados en un nivel socioeconómico medio. Sus hábitos de consumo se caracterizan por la compra frecuente de ropa básica, alta exposición a redes sociales (especialmente Instagram y TikTok) y preferencia por marcas que reflejen una identidad o estilo de vida particular.

7.5.2 Segmentación de mercado

El mercado principal de Outer Boys está conformado por jóvenes universitarios de entre 18 y 25 años, interesados en moda urbana y streetwear, que residen en la ciudad y buscan prendas básicas de calidad para el uso diario. El mercado secundario está conformado por adultos jóvenes de entre 26 y 30 años que buscan prendas básicas versátiles para combinar en contextos casuales o semi-formales. El nicho de mercado específico de la marca son aquellas personas que valoran las prendas elaboradas con algodón pima peruano y que prefieren marcas emergentes con identidad visual definida frente a marcas masivas sin diferenciación clara.

7.5.3 Necesidades del cliente

El consumidor objetivo necesita prendas básicas cómodas, duraderas y versátiles que pueda utilizar en distintas ocasiones sin perder su forma o color tras lavados frecuentes. El problema que busca resolver es la falta de opciones de calidad accesibles en el mercado local, evitando así el gasto recurrente en prendas de baja durabilidad. Entre los beneficios que espera recibir se encuentran: mayor durabilidad del producto, comodidad en el uso diario, un diseño estéticamente atractivo y coherente con su estilo personal, y la posibilidad de identificarse con una marca local con una propuesta de valor clara.

7.6 Análisis Básico de la Competencia

Dentro de los competidores directos se identifican otras marcas locales y emergentes de ropa básica y streetwear que ofrecen poleras lisas, oversize o estampadas, dirigidas a un público

joven similar. Como competidores indirectos se consideran las tiendas de ropa masiva (fast fashion) que ofrecen prendas básicas a bajo costo, así como las marcas internacionales premium de algodón disponibles mediante importación o compra en línea desde el extranjero.

Tipo de competidor	Qué ofrecen / Precio aprox.	Fortalezas	Debilidades
Marcas locales emergentes de streetwear (directo)	Poleras básicas y oversize, algodón estándar. Precio aprox. Bs 60 - Bs 100.	Cercanía con el cliente, precios accesibles, presencia en redes sociales.	Calidad de tela variable, identidad de marca poco consolidada.
Tiendas de ropa masiva / fast fashion (indirecto)	Poleras básicas de fibras mixtas o sintéticas. Precio aprox. Bs 30 - Bs 60.	Precios muy bajos, alta disponibilidad y variedad de tallas.	Baja durabilidad, calidad de tela inferior, producción masiva sin diferenciación.
Marcas internacionales premium (indirecto)	Poleras de algodón premium (pima, supima). Precio aprox. Bs 150 - Bs 300 o más.	Alta calidad de materiales, reconocimiento de marca, buen acabado.	Precio elevado, acceso limitado, tiempos de entrega largos en compras internacionales.

7.7 Viabilidad Preliminar

7.7.1 Viabilidad técnica

Sí es posible desarrollar el producto. La confección de poleras básicas en algodón pima es un proceso conocido dentro de la industria textil regional, y existen talleres de confección y proveedores de tela que pueden producir lotes pequeños y medianos. El proceso productivo (corte, costura, estampado del logotipo y control de calidad) no requiere maquinaria altamente especializada, lo que hace técnicamente viable la elaboración del producto mediante la subcontratación de talleres de confección locales en una etapa inicial.

7.7.2 Viabilidad económica

La idea presenta potencial para generar ingresos, considerando que el costo de producción por unidad (tela, confección y estampado) puede mantenerse en un rango competitivo, permitiendo establecer un precio de venta que cubra los costos y genere un margen de utilidad razonable. La venta directa (sin intermediarios) a través de redes sociales y ferias reduce costos adicionales de distribución, lo que favorece la rentabilidad del emprendimiento en sus primeras etapas.

7.7.3 Viabilidad comercial

Existe demanda en el mercado para este tipo de producto, dado el crecimiento de la tendencia streetwear y de ropa básica entre jóvenes, así como la valoración creciente de prendas de algodón de mayor calidad. La presentación del producto en una feria universitaria (Expociencia Facultativa) permite, además, realizar una primera prueba de aceptación directa con el público objetivo, lo que será desarrollado en la sección de validación inicial de este documento.

7.7.4 Recursos básicos requeridos

Para el desarrollo del emprendimiento se identifican los siguientes recursos básicos:

- Materiales: tela de algodón pima en los colores azul, negro, blanco y verde, hilos, etiquetas de marca y empaques.
- Herramientas: máquinas de costura (proporcionadas por el taller de confección subcontratado), equipos para estampado o serigrafía del logotipo.
- Tecnología: software de diseño gráfico para el desarrollo de la identidad de marca, smartphone y redes sociales para la promoción y venta.

- Personal básico: integrantes del equipo emprendedor a cargo de diseño, producción, ventas y atención al cliente; taller de confección externo para la producción.
- Inversión aproximada: capital inicial estimado para la compra de materia prima, confección del primer lote de prendas y materiales de promoción para la feria.

7.8 Impacto del Emprendimiento

El impacto económico de Outer Boys se refleja en la generación de ingresos propios para los integrantes del equipo emprendedor, así como en la posibilidad de generar empleo a futuro mediante alianzas con talleres de confección locales. En el ámbito social, el proyecto fomenta la cultura emprendedora dentro de la comunidad universitaria y promueve el consumo de prendas más duraderas frente al modelo de moda rápida. En el ámbito ambiental, el uso de algodón —fibra natural y biodegradable— frente a fibras sintéticas representa una alternativa con menor impacto ambiental en comparación con prendas elaboradas a partir de derivados del petróleo.

En el ámbito tecnológico, el emprendimiento contempla la incorporación progresiva de herramientas digitales para la gestión de ventas, inventario y promoción de marca. Finalmente, en el ámbito educativo, el desarrollo de esta idea de negocio permite a los estudiantes aplicar conocimientos de áreas como contabilidad, costos, marketing y gestión empresarial en un proyecto real, fortaleciendo así su formación profesional integral.

7.9 Misión y Visión

Misión

Ofrecer prendas básicas de algodón pima peruano de alta calidad, con un diseño minimalista y atemporal, que combinen comodidad, durabilidad y estilo, brindando a los jóvenes una alternativa accesible frente a la oferta tradicional del mercado local.

Visión

Convertirse en una marca de referencia en el segmento de ropa básica y streetwear a nivel local, reconocida por la calidad de sus materiales, su identidad visual distintiva y su compromiso con un consumo más consciente y duradero, expandiendo progresivamente su línea de productos y su presencia en el mercado regional.

7.10 Objetivos del Emprendimiento

Objetivo General

Desarrollar y posicionar la marca Outer Boys como una alternativa local de ropa básica de algodón pima de alta calidad, dirigida a jóvenes universitarios y adultos jóvenes, mediante una propuesta de valor diferenciada en diseño, materiales y precio.

Objetivos Específicos

- Diseñar y producir un primer lote de poleras básicas en algodón pima en los colores azul, negro, blanco y verde, manteniendo estándares de calidad en confección y acabado.
- Validar la aceptación del producto y de la propuesta de marca mediante su presentación en la Expociencia Facultativa 2026.
- Establecer canales de venta directa a través de redes sociales y participación en ferias universitarias.
- Construir una identidad de marca sólida y reconocible mediante un logotipo, paleta de colores y materiales de promoción coherentes.
- Evaluar la viabilidad de ampliar la línea de productos y los canales de distribución en función de los resultados obtenidos durante la fase de validación.

Validación Inicial de la Idea

8.1 Validación de mercado

Para realizar una primera validación de la idea de negocio, se aplicó una encuesta breve dirigida a estudiantes universitarios dentro del rango de edad del público objetivo (16 a 30 años). El cuestionario incluyó preguntas sobre el interés en prendas básicas de algodón pima, la preferencia de colores entre las opciones azul, negro, blanco y verde, el rango de precio que estarían dispuestos a pagar, y la frecuencia de compra de este tipo de prendas. Adicionalmente, se realizó observación directa durante la presentación del producto en la feria, registrando el interés y las reacciones de los asistentes ante las muestras físicas de las poleras.

8.2 Resultados obtenidos

De manera preliminar, se observó una buena aceptación de la idea entre los estudiantes consultados, quienes valoraron positivamente la calidad percibida del algodón pima y la sobriedad del diseño y la paleta de colores propuesta. Un porcentaje considerable de los encuestados manifestó interés en adquirir el producto si estuviera disponible a un precio similar al de las prendas básicas del mercado local. Entre las observaciones recibidas se destacó el interés por ampliar la oferta a otras prendas básicas (como poleras de manga larga o buzos) y por incluir tallas extendidas dentro del catálogo.

Como posibles mejoras identificadas a partir de la validación, se considera: reforzar la comunicación sobre las características del algodón pima como factor diferenciador de calidad, evaluar la incorporación de una quinta opción de color en función de la demanda, y desarrollar contenido visual para redes sociales que muestre el proceso de confección y los detalles de calidad de las prendas, con el fin de fortalecer la confianza del consumidor en la propuesta de valor de la marca.

Conclusiones

- Outer Boys presenta un potencial favorable como emprendimiento, al cubrir una necesidad concreta del mercado local: la falta de oferta de poleras básicas de algodón de alta calidad a precios accesibles.
- La innovación de la marca, centrada en el uso de algodón pima peruano y en una identidad visual minimalista con una paleta de colores reducida (azul, negro, blanco y verde), permite diferenciarla frente a la competencia directa e indirecta.
- La aceptación preliminar observada durante la validación inicial es positiva, con interés concreto por parte del público objetivo respecto a la calidad del producto y su precio.
- Existen posibilidades de crecimiento a mediano plazo, principalmente mediante la ampliación de la línea de productos (otras prendas básicas) y la consolidación de canales de venta digital.

Recomendaciones

- Reforzar la estrategia de comunicación de marca, destacando el algodón pima peruano como principal atributo diferenciador frente a la competencia.
- Fortalecer la propuesta de valor mediante el desarrollo de un Modelo CANVAS o Lienzo de Propuesta de Valor que permita estructurar de forma más detallada los segmentos de clientes, canales y fuentes de ingresos.
- Ampliar la validación de mercado mediante encuestas digitales y entrevistas a una muestra más amplia de potenciales clientes, antes de proyectar una producción a mayor escala.
- Desarrollar, en una siguiente etapa, un plan de negocio completo que incluya un análisis financiero detallado (costos, punto de equilibrio y proyección de ventas), un plan de marketing y una estrategia de distribución.

Bibliografía

- Alpire Hurtado, G., & Bejarano Martínez, L. (2026). Guía idea de negocio: Expociencia Facultativa 2026. Universidad Autónoma Gabriel René Moreno, Facultad de Ciencias Contables, Auditoría y Sistemas de Control de Gestión y Finanzas, Instituto de Investigación Científica, Contable y Financiera (IICCAF).
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Generación de modelos de negocio. Deusto.
- American Psychological Association. (2020). Publication manual of the American Psychological Association (7th ed.).

Anexos

En esta sección se incluirán los elementos de soporte del proyecto, tales como:

- Modelo de encuesta aplicada para la validación de mercado.

ENCUESTA DE VALIDACIÓN – OUTER BOYS

Outer Boys: marca de poleras básicas y versase en algodón pima peruano. Tu respuesta es anónima, gracias por tu tiempo.

1. Edad:

☐ 16-18 ☐ 19-22 ☐ 23-26 ☐ 27-30 ☐ +30

2. ¿Con qué frecuencia compras poleras básicas?

☐ Mensual ☐ Cada 2-3 meses ☐ Cada 6 meses ☐ Casi nunca

3. ¿Conoces el algodón pima peruano?

☐ Sí ☐ No ☐ He escuchado, pero no mucho

4. ¿Qué color(es) comprarías? (marca uno o más)

☐ Azul ☐ Negro ☐ Blanco ☐ Verde

5. ¿Qué corte prefieres?

☐ Regular ☐ Oversize ☐ Ambos

6. ¿Cuánto pagarías por una polera de algodón pima de buena calidad?

☐ < Bs 50 ☐ Bs 50-80 ☐ Bs 81-110 ☐ > Bs 110

7. ¿Qué tan probable es que compres una polera Outer Boys? (1 = nada probable, 5 = muy probable)

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

8. Comentario o sugerencia:

¡Gracias por tu colaboración!

Fotografías de las muestras de las poleras (azul, negro, blanco y verde).

Bocetos y/o diseño del logotipo de la marca Outer Boys.

BASICAS

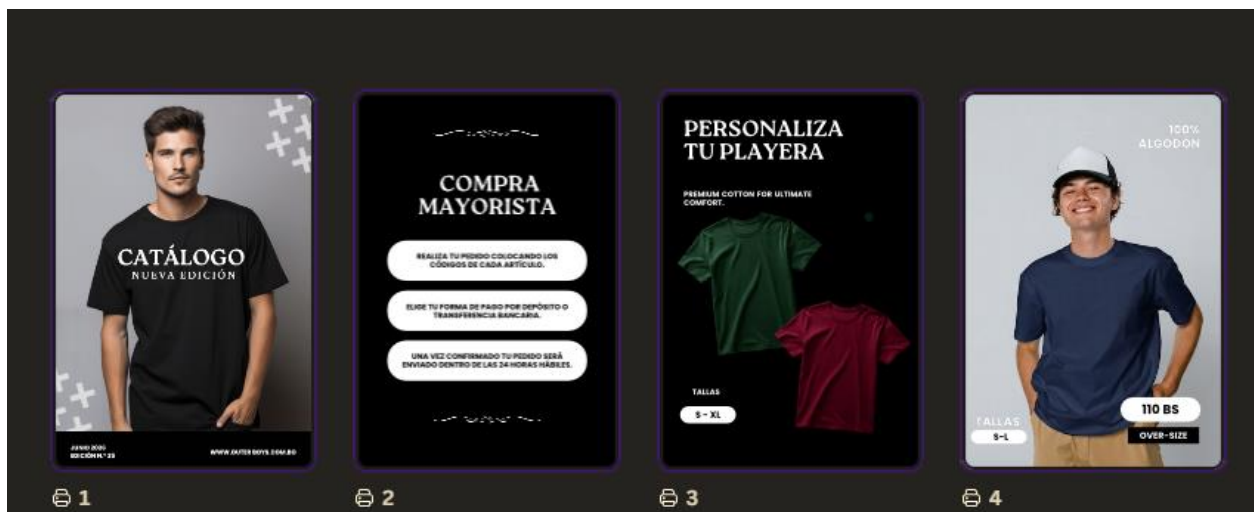


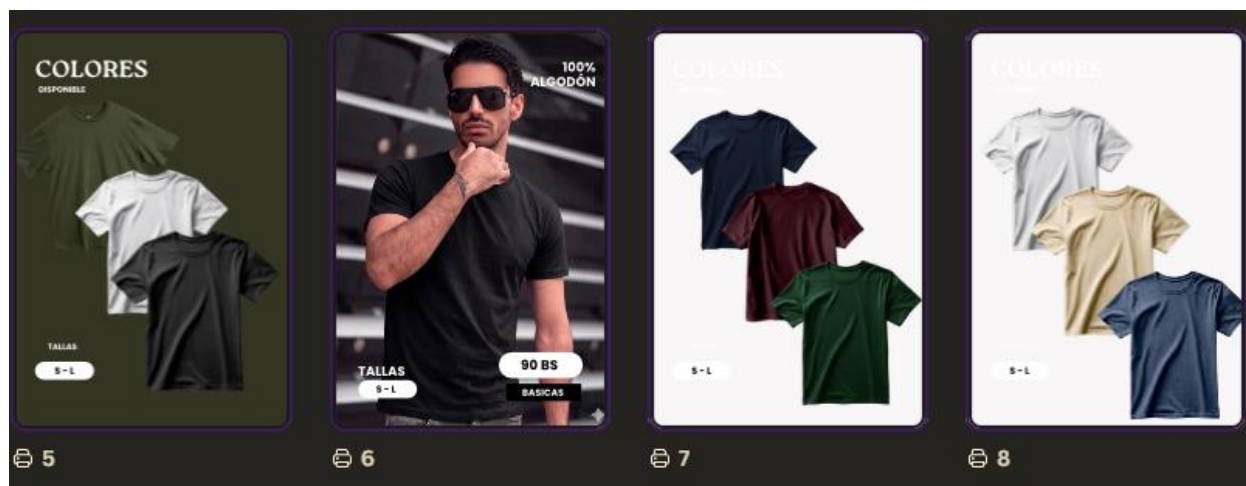
OVER SIZE



CATALOGO DE OUTER BOYS

- <https://canva.link/u5eucc42p1cf1s9>





Bocetos y/o diseño del logotipo de la marca Outer Boys.



Modelo CANVAS del emprendimiento



Sobre el stand teníamos algo pensado así

