

ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO SUNSET SIPPER

LUISA FERNANDA ZORRO PULIDO

PROGRAMA DE DISEÑO Y GESTIÓN DE LA MODA,
FACULTAD ARTES Y DISEÑO
UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO

TRABAJO DE GRADO
DIANA PIEDAD ALDANA

BOGOTÁ D.C
13 DE MAYO, 2025

Tabla de contenido

OBJETIVO GENERAL.....	3
PRESENTACIÓN DE SUNSET SIPPER.....	3
PROPUESTA DE VALOR.....	3
ESTRATEGIA DE PENETRACION Y CRECIMIENTO.....	4
PARTICIPACIÓN EN FERIA EVA	4
Objetivo de la participación.....	4
Acciones planificadas para la participación	5
Análisis financiero Feria Eva.....	6
Conclusión participación en Feria Eva	7
INGRESO A TIENDA MULTIMARCA: MORENA CLARA.....	9
Objetivo del ingreso a Morena Clara.....	9
Acciones para el ingreso exitoso	10
Análisis financiero Morena Clara	11
Conclusión ingreso a multimarca Morena Clara.....	12
PUBLICIDAD DIGITAL EN META ADS	14
Objetivo de la publicidad	14
Objetivos específicos	14
Tipos de campaña a implementar	14
Análisis financiero Publicidad digital	15
Conclusión estrategia de publicidad digital.....	17
Inversión Inicial y Costos Variables.....	17
Costos Mensuales Operativos	17
Proyección de Ventas y Rentabilidad	18
INVERSIÓN TOTAL DE PLAN DE CRECIMIENTO	19
CONCLUSIÓN.....	20

OBJETIVO GENERAL

Diseñar una estrategia de crecimiento y penetración de mercado para la marca Sunset Sipper en Bogotá, identificando oportunidades, segmentos clave y tácticas de posicionamiento.

PRESENTACIÓN DE SUNSET SIPPER

Sunset Sipper es una marca casanareña de swimwear y resortwear femenino atemporal, fundada en 2024 por Juan Camilo Martínez Lizarazo y Luisa Fernanda Zorro Pulido, diseñadora y gestora de moda. La marca nació como respuesta a una necesidad identificada en el mercado local, donde no existían marcas de swimwear que ofrecieran opciones con alma y sostenibilidad.

Cada colección de Sunset Sipper está diseñada para capturar momentos de libertad y conexión con la naturaleza, fusionando elegancia y diseño contemporáneo con una producción consciente y respetuosa con el medio ambiente. La marca no solo ofrece vestidos de baño, sino que inspira a las mujeres a vivir su propia versión del verano, sin importar la temporada ni el lugar.

PROPUESTA DE VALOR

Swimwear y resortwear con diseños vanguardistas y atemporales en una amplia variedad de tallas y ajustes diseñados para adaptarse a todos los tipos de cuerpo sin sacrificar estilo ni confort, realizados en textiles ecoamigables.

ESTRATEGIA DE PENETRACION Y CRECIMIENTO

PARTICIPACIÓN EN FERIA EVA

Feria EVA, reconocida como una de las plataformas más importantes para el diseño independiente en Colombia, es un evento clave para marcas emergentes que buscan posicionarse dentro del mercado de la moda consciente, artesanal y con identidad propia. Esta feria se realiza tres veces al año en una ubicación estratégica de alto flujo en Bogotá, el parque de la 93, lo que garantiza una alta afluencia de visitantes con afinidad por el diseño nacional, los productos de autor y las marcas con propósito.

Feria EVA se ha consolidado como un espacio curado que selecciona rigurosamente a sus expositores, lo que contribuye a una experiencia de compra diferenciada, donde el público valora la historia detrás de cada producto. Esta curaduría se alinea perfectamente con el ADN de Sunset Sipper: moda de playa atemporal, con textiles sostenibles y diseño consciente.

Objetivo de la participación

El objetivo principal de Sunset Sipper al participar en Feria EVA es posicionarse como una marca emergente de alto valor en el mercado nacional, dando a conocer su propuesta creativa ante un público afín que valora la calidad, el diseño y la sostenibilidad. Los objetivos específicos incluyen:

1. Incrementar la visibilidad de marca: Aprovechar la alta asistencia de público objetivo para mostrar la estética, el concepto y la historia de Sunset Sipper.

2. Impulsar ventas directas: Exhibir y comercializar las colecciones vigentes en un espacio con alto tráfico de compradores dispuestos a invertir en productos únicos y de calidad.
3. Fortalecer la percepción de marca premium: Participar en un evento con marcas referentes del diseño colombiano, aumentando el prestigio y percepción de valor de Sunset Sipper.
4. Ampliar la comunidad de clientas potenciales: Recoger datos, generar leads y expandir el alcance de la marca a través de la conexión directa con nuevas consumidoras.

Acciones planificadas para la participación

- Montaje de un espacio alineado con la identidad visual de la marca, que transmita la estética cálida, sofisticada y sostenible de Sunset Sipper.
- Activaciones de marca durante la feria, como promociones exclusivas por tiempo limitado, descuentos especiales y regalos por compras superiores a cierto valor.
- Cobertura en redes sociales durante todos los días del evento, incluyendo transmisiones en vivo, contenido de backstage, interacción con visitantes y creación de contenido colaborativo con otras marcas presentes.
- Captura de datos y fidelización: Incentivar el registro de clientas potenciales a través de dinámicas interactivas y descuentos personalizados para futuras compras.

Análisis financiero Feria Eva

Inversión y costos		Feria EVA (4 días)
Inscripción y Espacio	Inscripción	\$ 7.500.000,00
Montaje y Decoración	Estantes	\$ 300.000,00
	Maniquí	\$ 200.000,00
	Montaje	\$ 100.000,00
	Decoración	\$ 200.000,00
Transporte y Logística	Transporte de Yopal - Bogotá	\$ 200.000,00
	Transporte de bodega Bogotá a la feria	\$ 30.000,00
Personal y Viáticos	Personal de logística	\$ 100.000,00
	Asesor comercial	\$ 240.000,00
	Transporte	\$ 40.000,00
	Alimentación	\$ 80.000,00
Material Publicitario	Diseño de publicidad	\$ 400.000,00
	Meta Ads	\$ 1.000.000,00
Muestras y Promociones	Detalle a mil personas	\$ 300.000,00
TOTAL		\$ 10.690.000,00

Proyección de ventas	Feria EVA
Objetivo de Ventas	\$ 23.518.000
Precio Promedio por Producto	\$ 176.571,00
Margen de Ganancia	50,00%
Venta promedio por producto	133,19
Visitantes de la feria	200000
Conversión Estimada	0,07%

Análisis de rentabilidad	Feria EVA
Punto de equilibrio (\$)	\$ 21.380.000,00
Punto de equilibrio (vestidos de baño vendidos)	133,19
ROI de la feria %	10,00%
Retorno de la feria	\$ 2.138.000

Conclusión participación en Feria Eva

La inversión total estimada asciende a \$10.690.000, cifra que incluye la inscripción, montaje del stand, transporte, personal, publicidad y muestras promocionales. Esta feria, reconocida por su alto flujo de visitantes (aproximadamente 200.000 personas), ofrece una oportunidad significativa para generar ventas directas y, sobre todo, para fortalecer el reconocimiento de marca ante un público afín al perfil del cliente objetivo.

La proyección de ventas establece un objetivo de \$23.518.000, con un precio promedio por producto de \$176.571 y un margen de ganancia del 50%, lo cual implica una ganancia neta de \$88.285,50 por unidad vendida. Con una conversión estimada del 0,07%, se proyecta vender aproximadamente 133 unidades, lo que representa el punto de equilibrio tanto en unidades como en ingresos (\$21.380.000). Este cálculo demuestra que, aunque la inversión inicial es elevada, la estrategia es financieramente viable si se alcanza la meta de conversión planteada.

En términos de rentabilidad, el ROI del 10% indica un retorno de \$2.138.000, lo cual valida esta estrategia como una opción sostenible en el corto plazo. Más allá del retorno económico directo, la participación en EVA ofrece beneficios intangibles altamente valiosos: visibilidad frente a nuevos públicos, networking con otros emprendedores, retroalimentación directa de clientes potenciales y posicionamiento dentro de una de las ferias más importantes del país.

En conclusión, esta estrategia justifica su inversión no solo por la rentabilidad proyectada, sino también por el impacto en la construcción de marca y la posibilidad de

consolidar la presencia de Sunset Sipper en el mercado objetivo. La Feria EVA es una vitrina estratégica clave para alcanzar los objetivos de crecimiento planteados.

INGRESO A TIENDA MULTIMARCA: MORENA CLARA

Dentro de la estrategia de crecimiento de Sunset Sipper, el ingreso a tiendas multimarca representa una oportunidad fundamental para ampliar el alcance de la marca y fortalecer su presencia física en el mercado. En este sentido, se ha seleccionado Morena Clara, una tienda multimarca reconocida por ofrecer propuestas de moda cuidadosamente seleccionadas, enfocadas en el diseño nacional, la calidad y la innovación.

Morena Clara, ubicada en una zona estratégica de alto tráfico comercial, se destaca por su curaduría de marcas premium y su compromiso con la moda sostenible, lo cual se alinea perfectamente con los valores y la propuesta de valor de Sunset Sipper. El ingreso se realizará ocupando el espacio grande, lo que permitirá una exhibición más amplia y atractiva de las colecciones de swimwear y resortwear, brindando a las clientas una experiencia de compra más inmersiva.

Objetivo del ingreso a Morena Clara

El objetivo de ingresar a Morena Clara es consolidar la presencia de Sunset Sipper en el mercado físico a través de un canal de venta estratégico que le permita:

1. Ampliar el alcance de mercado: Llegar a un público objetivo que frecuenta tiendas multimarca en busca de propuestas exclusivas y diferenciadas.
2. Incrementar las ventas: Aumentar el volumen de ventas mediante una exposición constante de los productos en un espacio de alta visibilidad.
3. Posicionar la marca en el segmento premium: A través de la asociación con una tienda reconocida por su propuesta de calidad y moda de autor, reforzando el valor percibido de la marca.

4. Generar reconocimiento y fidelización: Aprovechar la rotación de clientes de Morena Clara para dar a conocer el ADN de Sunset Sipper, incentivando la recompra y el posicionamiento de marca en la mente de las consumidoras.

Acciones para el ingreso exitoso

- Selección de producto: Curar una selección estratégica de piezas icónicas de swimwear y resortwear para la primera entrega.
- Diseño de exhibición: Definir la disposición del producto dentro del espacio grande para asegurar una experiencia visual coherente con la identidad de Sunset Sipper.
- Capacitación del personal de venta: Brindar información clave sobre la marca, su propuesta de valor, los materiales sostenibles y las características de ajuste para todos los tipos de cuerpo, fortaleciendo así el discurso de venta.
- Activación conjunta: Realizar una estrategia de lanzamiento dentro de la tienda con acciones como eventos de marca, presencia en redes sociales de Morena Clara y promociones especiales para impulsar las primeras ventas.

Análisis financiero Morena Clara

Ubicación		Calle 82 #10-52
Inversión inicial		Morena Clara
		Membresia de 6 meses (1m de rack)
Producción de inventario	Cantidad prendas	\$ 23.028.900,00
Transporte y Logística	Transporte de bodega a tienda	\$ 40.000,00
Etiquetado	Etiquetado de software de inventario	\$ 210.000,00
Material publicitario	Album de fotografías	\$ 50.000,00
TOTAL		\$ 23.328.900,00
Costos operativos (Gastos fijos mensuales)		
Costos administrativos	Mensualidad	\$ 1.260.000,00
Comisiones	Comisiones de la tienda	\$ -
	Comisiones de los vendedores	\$ 300.000,00
	Comisiones del datafono	\$ 600.000,00
Publicidad Online	Meta Ads	\$ 1.000.000,00
Exhibición premium	Espacio adicional premium	
TOTAL		\$ 3.160.000,00

Inversión total (6 meses)	\$ 42.288.900,00
----------------------------------	------------------

Proyección de ventas conservador	Morena Clara	
	Membresia de 6 meses (1m de rack)	
Objetivo de Ventas (Mensual)	\$	8.810.188
Objetivo de ventas (6 meses)	\$	52.861.125
Precio Promedio por Producto	\$	176.571,00
Margen de ganancia por producto		50,00%
Venta promedio por producto		49,90
Visitantes de la tienda al mes		4158
Conversión Estimada		1,20%
Análisis de rentabilidad		
Punto de equilibrio	\$	42.288.900,00
ROI (6 meses)		20,00%
Retorno		\$ 10.572.225

Conclusión ingreso a multimarca Morena Clara

La estrategia de ingresar a la tienda multimarca Morena Clara implica una inversión total estimada de \$42.288.900 durante un periodo de seis meses. Esta inversión cubre tanto costos iniciales como la producción de inventario, transporte, etiquetado y material publicitario, como también los costos operativos mensuales, que incluyen la mensualidad por el espacio, comisiones, pauta digital y exhibición premium.

La proyección de ventas conservadora estima un objetivo de ventas de \$52.861.125 en seis meses, basado en un ticket promedio de \$176.571 por producto y una conversión estimada del 1,2% sobre los 4.158 visitantes mensuales que recibe la tienda. Esta estimación prevé la venta de aproximadamente 49,9 productos al mes, lo que representa un comportamiento de ventas moderado pero realista para un punto físico compartido.

El análisis de rentabilidad muestra que el punto de equilibrio se logra exactamente con la inversión realizada, y se proyecta un retorno (ROI) del 20%, equivalente a \$10.572.225 en ganancia neta al cierre de los seis meses. Este margen indica que la estrategia no solo es financieramente viable, sino que además tiene potencial de generar beneficios sostenibles en el mediano plazo.

La elección de Morena Clara como canal de expansión se justifica por su ubicación estratégica en una zona de alto tráfico comercial (Calle 82), el posicionamiento de la tienda dentro de un público afín al segmento de Sunset Sipper, y la posibilidad de mantener una presencia constante en el mercado bogotano sin asumir el costo total de una tienda propia. Además, el esquema multimarca permite evaluar el comportamiento del producto y fortalecer la recordación de marca en un entorno físico controlado.

En resumen, esta estrategia combina una inversión manejable con un retorno atractivo y un riesgo moderado, siendo una opción adecuada para consolidar presencia en Bogotá e impulsar la marca de forma progresiva y medible.

PUBLICIDAD DIGITAL EN META ADS

Objetivo de la publicidad

Impulsar el crecimiento de la comunidad, aumentar el reconocimiento de marca y generar ventas tanto en ferias, tienda multimarca y el e-commerce a través de campañas segmentadas que comuniquen el estilo, la sostenibilidad y el diseño inclusivo de Sunset Sipper.

Objetivos específicos

- Aumentar la visibilidad de la marca en Bogotá.
- Dirigir tráfico calificado al perfil de Instagram y página web.
- Promover el lanzamiento de nuevas colecciones y participación en ferias.
- Generar ventas directas a través de campañas de remarketing.
- Crear comunidad a través de contenido emocional y aspiracional.

Tipos de campaña a implementar

Campañas de reconocimiento de marca

- Objetivo: dar a conocer el ADN y los diferenciales de Sunset Sipper.
- Formato: reels, carruseles e historias destacando colecciones, materiales sostenibles y variedad de tallas.
- Segmentación: mujeres entre 20 y 35 años en Bogotá interesadas en moda, sostenibilidad, swimwear, diseño colombiano, entre otros intereses afines.

Campañas de tráfico y conversión

- Objetivo: llevar tráfico a la tienda en línea o WhatsApp de ventas.

- Formato: reels con storytelling y botones de "Comprar ahora" o "Enviar mensaje".
- Segmentación: públicos similares a seguidoras actuales, visitantes de la web o personas que interactuaron con la marca.

Campañas de remarketing

- Objetivo: convertir a quienes ya han interactuado con la marca (visitaron el sitio, vieron productos, interactuaron en redes).
- Formato: dinámico con productos vistos o abandonados.
- Frecuencia: constante durante lanzamientos y temporadas clave.

Análisis financiero Publicidad digital

Inversión inicial y costos variables			
Producción de prendas	300 vestidos de baño y complementarios	\$	26.485.500,00
Packaging o materiales adicionales	Bolsa de E-Commerce	\$	150.000,00
	Papel con indicaciones	\$	45.000,00
	Caja premium	\$	3.000.000,00
	Tarjeta de agradecimiento	\$	150.000,00
Creación del contenido de lanzamiento	Costos de producción audiovisual y fotografía	\$	3.000.000,00
	Contratación de modelos	\$	560.000,00
	Costos de alquiler de espacio	\$	200.000,00
TOTAL		\$	33.590.500,00

Costos mensuales			
Publicidad digital	Meta Ads	\$	1.500.000,00
	Google Ads	\$	300.000,00
	Influencers y UGC	\$	500.000,00
Operación y Logística	Costo mensual de Shopify	\$	112.000,00
	Comisión de venta de Shopify (2%)	\$	242.785,13
	Comisiones de las pasarelas de pago	\$	-
	Costos de envíos y devoluciones	\$	206.250,00
	Manejo de redes y atención al cliente HONORARIO	\$	500.000,00
TOTAL		\$	3.361.035,13

Proyección de ventas mensuales conservador	
Ventas proyectadas	\$ 12.139.256
Vestidos de baño mensuales	68,75
Ticket promedio	\$ 176.571,00
Visitantes web estimados	5500
Tasa de conversión	1,25%

Análisis de rentabilidad mensual	
1er mes	
Costos acumulados	\$ 36.951.535,13
Ventas acumuladas	\$ 12.139.256
ROI acumulado	-204,40%
2do mes	
Costos acumulados	\$ 40.312.570,25
Ventas acumuladas	\$ 24.278.513
ROI acumulado	-66,04%
3er mes	
Costos acumulados	\$ 43.673.605,38
Ventas acumuladas	\$ 36.417.769
ROI acumulado	-19,92%
4to mes	
Costos acumulados	\$ 47.034.640,50
Ventas acumuladas	\$ 48.557.025
ROI acumulado	3,14%
5to mes	
Costos acumulados	\$ 50.395.675,63
Ventas acumuladas	\$ 60.696.281
ROI acumulado	16,97%

Análisis de rentabilidad (5 meses)	
ROI estimado	10,00%
Punto de equilibrio	\$ 50.395.676
Objetivo de ventas (5 meses)	\$ 55.435.243
Vestidos de baño en 5 meses	314
Ventas mensuales	\$ 11.087.049
Vestidos de baño mensuales	62,79

Conclusión estrategia de publicidad digital

La estrategia de expansión digital propia para Sunset Sipper se fundamenta en el fortalecimiento del canal e-commerce mediante una inversión dirigida a posicionamiento de marca, atracción de tráfico calificado y conversión directa en la tienda online. Esta modalidad ofrece mayor control sobre la experiencia del cliente y permite escalar las ventas sin intermediarios.

Inversión Inicial y Costos Variables

La inversión inicial asciende a \$33.590.500, distribuida principalmente en:

- Producción de prendas (300 unidades): \$26.485.500
- Packaging premium y materiales adicionales: \$3.345.000
- Creación de contenido de lanzamiento (fotografía, video, modelos y locaciones): \$3.760.000

Estos elementos buscan reforzar la percepción de valor, generar contenido de alto impacto para campañas digitales y mejorar la experiencia unboxing del cliente.

Costos Mensuales Operativos

Los costos fijos mensuales alcanzan \$3.361.035, compuestos por:

- Publicidad digital en Meta Ads, Google Ads e influencers/UGC: \$2.300.000
- Costos de operación del canal Shopify y logística de envíos: \$1.061.035

Esta inversión mensual está enfocada en visibilidad digital, optimización de la tasa de conversión y eficiencia en atención al cliente.

Proyección de Ventas y Rentabilidad

Con una tasa de conversión estimada del 1,25% y un ticket promedio de \$176.571, se proyecta un volumen de ventas mensual de \$12.139.256, lo cual implica la venta de aproximadamente 68 unidades mensuales.

- Punto de equilibrio: \$50.395.676
- Objetivo de ventas en 5 meses: \$55.435.243
- Retorno estimado (ROI): 10%
- Tiempo estimado para recuperar la inversión: 5 meses

A partir del cuarto mes se estima alcanzar el punto de equilibrio, generando rentabilidad desde ese momento.

INVERSIÓN TOTAL DE PLAN DE CRECIMIENTO

ESTRATEGIA	PERIODO	INVERSIÓN	VENTAS	RETORNO	ROI
Participación Feria Eva	4 días	\$ 21.380.000	\$ 23.518.000	\$ 2.138.000	10,00%
Multimarca Morena Clara	6 meses	\$ 42.288.900	\$ 52.861.125	\$ 10.572.225	25,00%
Publicidad Digital	6 meses	\$ 47.034.640	\$ 55.840.579	\$ 8.805.938	18,72%

TOTAL	\$ 110.703.540	\$ 132.219.704	\$ 21.516.163	19,44%
-------	----------------	----------------	---------------	--------

RETORNO	\$ 21.516.164
---------	---------------

El plan de penetración y crecimiento de Sunset Sipper contempla tres grandes frentes estratégicos: participación en Feria EVA, ingreso a la tienda multimarca Morena Clara y una campaña sostenida de publicidad digital.

La inversión total estimada para llevar a cabo estas acciones es de \$110.703.540 COP, con una proyección de ventas de \$132.219.704 COP. Esto genera un retorno total de \$21.516.163 COP, con un ROI promedio del 19,44%.

Este resultado evidencia la viabilidad del plan y su potencial para consolidar el posicionamiento de la marca, mejorar la visibilidad en nuevos canales y generar un crecimiento comercial medible en el corto y mediano plazo.

Indicadores de plan de crecimiento

INDICADOR	ESTIMADO
Nuevas clientas mensuales	100-150
Aumento de seguidores mensuales	500
Visualizaciones mensuales en IG	145mil

CONCLUSIÓN

El plan de crecimiento propuesto para Sunset Sipper en Bogotá responde a una estrategia integral, escalonada y coherente con la identidad y capacidades actuales de la marca. Tras el análisis financiero y estratégico de cada acción, se concluye que las tres estrategias planteadas —participación en Feria EVA, ingreso a la tienda multimarca Morena Clara y publicidad digital— son viables, complementarias y necesarias para lograr una expansión sostenible y un posicionamiento real en el nuevo mercado.

No obstante, se propone su implementación progresiva y no simultánea, con el fin de optimizar recursos, minimizar riesgos financieros y facilitar el aprendizaje durante cada etapa del crecimiento. La participación en Feria EVA será el primer paso, gracias a su alto potencial de visibilidad, ventas inmediatas y generación de comunidad. Al tratarse de una estrategia de corta duración —solo cuatro días de feria—, se implementará de forma simultánea con la estrategia de publicidad digital, con el fin de amplificar el impacto del evento, captar tráfico calificado a los canales online y dar continuidad a la conversación con nuevos públicos interesados.

Posteriormente, se plantea la implementación del ingreso a Morena Clara como canal físico permanente, una vez se haya fortalecido el reconocimiento de marca y se cuente con datos reales del comportamiento del producto en Bogotá. Esta etapa permitirá mantener presencia física constante sin incurrir en los altos costos de una tienda propia, fortaleciendo además la percepción premium de Sunset Sipper.

Los resultados financieros proyectados muestran un retorno global del 19,44%, validando la viabilidad del plan. Más allá del retorno económico, el proyecto propone una

hoja de ruta sólida, coherente con el ADN de la marca, que combina canales físicos y digitales para potenciar el crecimiento. Además, cada estrategia está cuidadosamente pensada para conectar con públicos que valoran el diseño y la identidad de marca.

En conclusión, Sunset Sipper está preparada para expandirse con paso consciente, utilizando herramientas estratégicas y tácticas realistas que le permitirán posicionarse como una marca referente dentro del segmento de swimwear y resortwear en Bogotá, y eventualmente, a nivel nacional.