

LAB MAIDEN

LINA MARCELA MORENO MARIN

INSTITUCIÓN PASCUAL BRAVO
TRABAJO DE GRADO

DUVERNEY GOMEZ AGUIRRE
MEDELLÍN
2025-2

1. Plataforma Estratégica

1.1 Misión

Transformar el futuro de la moda a través de la I+D, diseñando y validando innovaciones textiles que demuestren ser 100% sostenibles, escalables y rentables para la industria global.

Impulsar la sostenibilidad en la industria del vestir operando un laboratorio de I+D+i para la investigación, el diseño y el prototipado constante de innovaciones textiles y de procesos competitivos.

1.2 Visión

En 12 meses, Lab Maiden será un centro de I+D operativo, reconocido por la investigación textil sostenible. Habremos lanzado nuestros dos primeros productos innovadores al mercado, una colección cápsula conceptual y tendremos una red inicial de distribución sostenible.

1.3 Objetivos

Objetivo general. Analizar e identificar métodos y estrategias clave para la creación de una marca de ropa sostenible, mediante la adopción de prácticas responsables en producción, comercialización y gestión, con el propósito de proporcionar herramientas prácticas a los emprendedores, fortalecer su competitividad y contribuir al desarrollo sostenible.

Objetivos específicos. Analizar los principales desafíos que enfrentan los emprendedores en la creación de una marca de ropa sostenible, mediante la revisión de literatura sobre factores económicos, normativos y de mercado, para comprender las barreras que limitan su desarrollo y competitividad.

Examinar casos de éxito en el sector de la moda sostenible, mediante un análisis comparativo de marcas y el estudio de modelos de negocio, estrategias de producción y comercialización, para identificar buenas prácticas que puedan ser replicadas por nuevos emprendedores.

Diseñar una guía de estrategias y herramientas aplicables para emprendedores que desean lanzar una marca de ropa sostenible, mediante los análisis temáticos de la sistematización de métodos de producción, comercialización y gestión responsables, para facilitar su implementación y mejorar la competitividad del emprendimiento.

1.4 Valores Corporativos

Sostenibilidad Radical: Nuestro estándar es el impacto positivo neto: la búsqueda incesante del 100% sostenible en cada hebra y proceso.

Innovación Abierta: Cuestionamos lo establecido para crear lo necesario, fomentando la experimentación y compartiendo los hallazgos.

Maestría textil: Perseguimos la excelencia técnica, la calidad superior y el entendimiento profundo de la ciencia detrás de los materiales y el diseño.

Transparencia: Documentamos y compartimos de forma clara el origen, el impacto y el coste real de cada producto.

Diseño con Propósito: Cada diseño soluciona un problema real, priorizando la funcionalidad, la longevidad y el ciclo de vida circular.

2. Módulo de Mercados

2.1 Justificación o Planteamiento del problema.

En este apartado se expone la relevancia, los propósitos y los aportes del presente trabajo, el cual se centra en la identificación y sistematización de métodos estratégicos para la creación y gestión competitiva de marcas de ropa que adopten la sostenibilidad radical. La industria de la moda ha sido ampliamente reconocida por su significativo impacto ambiental y social, caracterizado por un modelo de producción lineal y el consumo acelerado (Granados,2021). Este paradigma demanda una transformación urgente hacia prácticas de ética, transparencia y responsabilidad ambiental (Fernandez, 2023).

La moda sostenible surge como la respuesta integral a esta problemática, orientada a transformar las prácticas tradicionales de producción, distribución y consumo. No obstante, a pesar de la necesidad imperativa de un cambio, los emprendedores que buscan incursionar en este mercado enfrentan barreras estructurales críticas que limitan la escalabilidad de sus propuestas (Castro-Quelal,2024). Estos desafíos incluyen la limitada disponibilidad de conocimiento técnico especializado, la escasa accesibilidad a

cadena de suministro ecológicas validadas y la dificultad inherente de competir en un entorno dominado por economías de escala no responsables.

Ante este panorama, la presente investigación postula que la solución no reside únicamente en la concienciación, sino en la sistematización práctica de estrategias probadas. De allí surge la siguiente pregunta central: ¿Qué métodos y estrategias pueden implementar los emprendedores para desarrollar una marca de ropa sostenible mediante un análisis comparativo de marcas, para fortalecer su competitividad y contribuir al desarrollo sostenible?

Esta interrogante es fundamental porque permite transformar la abstracción de la sostenibilidad en una hoja de ruta operacional y, simultáneamente, elevar la propuesta de valor de las marcas emergentes. Para responder a esta cuestión, se utilizará una metodología cualitativa de carácter exploratorio, fundamentada en el análisis de casos de estudio exitosos y la revisión documental especializada. Este enfoque se justifica por su capacidad para identificar patrones de gestión y comercialización que han demostrado ser viables y replicables, superando las barreras del mercado.

El propósito de esta investigación es analizar e identificar métodos y estrategias clave para la creación de la marca sostenible. El aporte principal del proyecto será el diseño de una guía de estrategias y herramientas aplicables. Este documento final servirá como una herramienta práctica indispensable para emprendedores, fortaleciendo su competitividad y asegurando que las nuevas marcas, como Lab Maiden, cimenten su operación en prácticas que persigan la sostenibilidad total desde su concepción.

2.2 Antecedentes del problema.

Se orienta a describir:

- ◆ Desde cuándo existe el problema o necesidad?

La problemática central tiene sus orígenes en la consolidación del modelo de producción masiva y bajo coste, conocido como fast fashion. Si bien las bases de la producción industrial se establecieron antes, la intensificación del impacto ambiental y social se evidencia con el surgimiento y la expansión de este modelo a finales del siglo XX.

El contexto académico sobre la necesidad de sostenibilidad se remonta a hitos como el informe "Los límites del crecimiento" (1972), que ya advertía sobre la finitud de los recursos planetarios y la insostenibilidad del crecimiento ilimitado, y el Informe Brundtland (1987), que definió el desarrollo sostenible como aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer las capacidades futuras. En Colombia, la atención sobre este problema se ha documentado históricamente abarcando el periodo 1980–2022.

◆ ¿Cómo ha evolucionado?

La evolución del sector ha transformado la moda en una industria altamente contaminante y con un significativo impacto social y ambiental.

Actualmente, esta problemática se manifiesta en dos frentes principales:

El Impacto Ambiental: La industria opera bajo un modelo lineal, lo que exige una transición imperativa hacia la economía circular para reducir el impacto ambiental y la contaminación. Las empresas textiles nacionales han empezado a implementar procesos sostenibles y materias primas ecológicas en respuesta a esta creciente preocupación.

Las Barreras Estructurales para el Cambio: La necesidad de competir con el fast fashion ha generado obstáculos críticos para los emprendedores que buscan la sostenibilidad. Estos desafíos incluyen la limitada disponibilidad de conocimiento técnico, los costos iniciales elevados y la falta de accesibilidad a materiales ecológicos y procesos validados. Los estudios confirman que, aunque los consumidores valoran la sostenibilidad, el precio elevado y el desconocimiento sobre marcas sostenibles siguen siendo barreras para su adopción masiva.

La evolución de la investigación académica, con mayor densidad de producción a partir de 2020, confirma que la solución ya no es un nicho, sino una exigencia competitiva y cultural que requiere la sistematización de métodos y estrategias.

◆ ¿Qué ocurriría si nada se hace por solucionarlo?

Si no se implementan métodos y estrategias sistematizadas para fortalecer la competitividad de las marcas de ropa sostenible, el problema se agravará de la siguiente manera:

Imposibilidad de Escalamiento: La sostenibilidad seguirá siendo un concepto limitado por barreras económicas y técnicas, impidiendo que los modelos circulares y

regenerativos alcancen la escala industrial necesaria para mitigar el impacto global de la moda.

Riesgo de Greenwashing: Sin una guía de transparencia y métodos validados, el sector corre el riesgo de caer en el greenwashing (manipulación de la percepción ambiental), lo que destruye la confianza del consumidor. La falta de Transparencia Absoluta comprometería la reputación de la industria.

Compromiso Intergeneracional: En un sentido amplio, la inacción en la transformación de los patrones actuales de producción y consumo comprometería la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades, perpetuando la insostenibilidad al no ofrecer una alternativa práctica y competitiva al modelo lineal actual.

2.3 Análisis del Sector

Generalidades y Desarrollo Tecnológico e Industrial del Sector

El sector de la moda y textil en Colombia es una industria manufacturera de profunda tradición y alta integración vertical, abarcando desde la producción de insumos hasta la confección. En términos económicos, el consumo de moda ha demostrado una robustez constante, pasando de COP \$26.4 billones en 2019 a COP \$32.1 billones en 2023 (Inexmoda, Raddar), con proyecciones de superar los COP \$34.6 billones en 2024.

El desarrollo industrial del sector está marcado por la transición hacia la Industria 4.0, siendo la innovación tecnológica el pilar para mitigar el impacto ambiental. Los avances se concentran en tres áreas clave:

1. **Materiales y Procesos Sostenibles:** Se promueve la adopción de tecnologías como el teñido sin agua, el uso de ozono y láser en acabados (reduciendo el consumo hídrico) y el desarrollo de fibras EcoMade y bio-derivadas (algas, residuos agrícolas).

2. **Digitalización de I+D:** La implementación de diseño virtual (3D Prototyping) reduce drásticamente la necesidad de prototipos físicos (hasta 80%), lo que ahorra tiempo y materiales, alineándose con una producción de cero residuo.
3. **Economía Circular:** Las tecnologías de clasificación de fibras asistida por Inteligencia Artificial (IA) son cruciales para mejorar las bajas tasas de reciclaje textil en el país (donde solo se gestiona responsablemente cerca del 2.2% de los residuos textiles).

Comportamiento y Evolución del Sector en los Últimos 3 Años (2022-2024)

El comportamiento reciente del sector ha sido un motor de crecimiento en el consumo interno, pero ha enfrentado desafíos en el comercio exterior:

Consumo Interno: El gasto nominal de los hogares en moda se ha mantenido positivo, aunque el crecimiento real se ha visto moderado por la inflación. Esto indica que existe un poder adquisitivo dispuesto a gastar, siendo el reto redirigir ese gasto hacia opciones de mayor valor y durabilidad.

Comercio Exterior: Las importaciones han continuado creciendo significativamente (con un incremento nominal del 11.2% a junio de 2024), lo que subraya la fuerte competencia de productos de bajo costo. Por otro lado, las exportaciones textiles han mostrado una tendencia a la baja en valor, evidenciando que la industria nacional debe competir no por precio, sino por diferenciación de valor agregado, calidad e I+D.

	2022	2023	2024	Análisis
Consumo total (COP)	\$30.3 Billones (+9.4%)	\$32.1 Billones (+6.0%)	\$34.6 - \$35.0 Billones (+7.8% a +9.1%)	El consumo sigue creciendo nominalmente, aunque la variación real puede estar afectada por la inflación. El gasto se ha normalizado tras el pico post pandemia.

Importaciones	Alto crecimiento.	Crecimiento constante.	Crecimiento significativo (11.2% nominal a junio 2024).	El consumo sigue creciendo nominalmente, aunque la variación real puede estar afectada por la inflación. El gasto se ha normalizado tras el pico post pandemia.
Exportaciones	Tendencia mixta.	Tendencia a la baja en algunos segmentos.	Las exportaciones textiles han disminuido un -3.7% en valor a julio 2024 (Inexmoda).	El sector colombiano busca compensar la caída en textiles con la exportación de otros productos manufacturados (ej. cosméticos). La moda sostenible y las certificaciones éticas son la principal ventaja competitiva para abrir mercados internacionales.

Tendencia a Corto, Mediano y Largo Plazo

El futuro del sector de la moda en Colombia se encamina hacia una transformación profunda, liderada por la ética, la tecnología y el modelo de negocio:

Plazo	Tendencia Dominante
Corto Plazo (1-2 años)	Crecimiento de <i>Recommerce</i> y Resistencia al <i>Greenwashing</i> : El mercado de segunda mano gana tracción. El consumidor exige Transparencia Absoluta y evidencia verificable de las prácticas sostenibles de las marcas.
Mediano Plazo (3-5 años)	Adopción de Modelos Circulares y Longevidad : Se normaliza la fabricación contra pedido (<i>made-to-order</i>) para eliminar inventarios y se incrementan las demandas

	de diseño de productos para el "derecho a reparar".
Largo Plazo (5+ años)	Moda Regenerativa y Biotecnología: El estándar evoluciona de la "reducción de daño" (sostenibilidad) al "impacto positivo neto" (regeneración). Los materiales bio-fabricados y los textiles técnicos inteligentes se consolidan.

2.4 Análisis del Mercado

El mercado colombiano de moda está polarizado:

- **Segmento Masivo (Fast Fashion):** Domina en volumen, impulsado por precios bajos y rotación rápida, a pesar de la creciente conciencia ambiental.
- **Segmento Sostenible (Nichos):** Está en crecimiento, impulsado por el talento joven y la demanda de consumidores conscientes. Existe un fuerte interés en materiales orgánicos y reciclados. El principal desafío es la disparidad entre la intención de compra y la acción de compra debido al factor precio y la falta de información confiable.

Indicador	Dato Clave	Implicaciones para Lab Maiden
Consumo Aparente	El gasto total de los hogares en moda en 2023 fue de COP \$32.1 billones .	
Consumo per cápita	El gasto per cápita en moda fue de \$3,502,424 (Nacional, Diciembre 2023) .	Indica un alto potencial de gasto en vestuario. El desafío es redirigir una porción de ese gasto hacia el segmento de alta calidad y durabilidad que propone la sostenibilidad.
Magnitud de la Necesidad	La necesidad es crítica y se enfoca en la confianza . El 68% de los compradores se siente	

	incómodo con el <i>greenwashing</i> (Fashion Network).	
Estimación del Nicho (Sostenible)	Aunque no hay un valor exacto, la intención de compra de productos sostenibles es significativa (más del 40% en algunas regiones), y es una tendencia sostenida en el tiempo (Valle de Aburrá, 2023).	El nicho está creciendo y se valora positivamente, lo que garantiza una demanda base para productos con certificación estricta como la Sostenibilidad 100%.

Desarrollos Tecnológicos Clave en el Sector de la Moda

Innovación en Materiales y Química

Desarrollo Tecnológico	Descripción y Aplicación	Implicación para Lab Maiden
Fibras Bio-derivadas y Regenerativas	Uso de materias primas que no provienen del petróleo ni de cultivos intensivos (ej. fibras a partir de cáscara de naranja, residuos de piña, algas marinas o celulosa cítrica). También incluye la tecnología EcoMade (fibras recicladas y bio-derivadas) y algodón regenerativo.	Maiden debe centrarse en la bio fabricación y el desarrollo de dos prototipos con estas fibras como su principal ventaja competitiva.
Teñido sin Agua y Cero Químicos	Tecnologías de acabado que reducen drásticamente el uso de agua virgen (en algunos casos, a cero litros) y eliminan el uso de químicos tóxicos, como los procesos de teñido con CO2 supercrítico o el uso	Maiden debe adoptar y prototipar procesos de cero consumo hídrico y cero vertimientos químicos para cumplir con el Valor de Sostenibilidad Radical. Sutex ya sublima sin agua.

	de ozono y láser para el acabado del <i>denim</i> (ejemplo de Jeanología).	
--	------------------------------------------------------------------------------------	--

Digitalización de Procesos (Industria 4.0)

Desarrollo Tecnológico	Descripción y Aplicación	Implicación para Lab Maiden
Diseño Virtual (3D Prototyping)	Uso de software 3D (ej. CLO3D, eDesigner) para crear, visualizar y ajustar prendas de manera digital. Esto reduce la necesidad de crear prototipos físicos (reducción de hasta el 80% en pruebas) antes de la producción, ahorrando tiempo, tela, agua y energía.	Base de Operación: La Maestría Ética de Lab Maiden requiere que todo el diseño de la fase inicial se realice en entornos virtuales.
Automatización y Robótica	Implementación de robótica avanzada e Inteligencia Artificial (IA) en la manufactura para aumentar la productividad y disminuir los errores (reduciendo residuos). Se proyecta que esto puede disminuir los costos de mano de obra y manufactura, a la par que incrementa la productividad.	Eficiencia y Escalabilidad: La investigación de Lab Maiden debe evaluar cómo estas tecnologías pueden aplicarse garantizando el Salario Digno (Valor de Maestría Ética), enfocándose en la automatización de tareas peligrosas o repetitivas, no en la sustitución masiva.

Productos complementarios

- Servicios de alquiler o intercambio (Renting) de prendas de alta calidad.
- Prototipos textiles inteligentes y bio-derivados para otras industrias (automotriz, mobiliario).

- Certificaciones de Sostenibilidad basadas en la data de su laboratorio, vendidas como servicio de consultoría.
- Cosméticos naturales y productos de cuidado personal
- Talleres sobre sostenibilidad, cursos sobre biomateriales.

2.5 Análisis de la Competencia

CODES / AOBA UPCICLYNG

Nombre: CODES

Precio: Esta colección

\$51.000 Superior

\$300.000 Complemento

\$56.000 Accesorios

\$75.000 Inferiores

Productos:

Prendas resignificación (superior, inferior, complementarios)
Accesorios.

Servicios: Modificación personalizada

Renta de piezas

Compra tu pieza: una prenda única e irrepetible.

Personal shopper: asesoramiento de imagen.

Términos:

-Contactar para obtener asistencia en todo momento.

-La satisfacción al cliente es su prioridad.

-Buscan oportunidades colaborando con otras personas interesadas en lo sostenible, y también tiene el programa de minorista socio.

-Se puede realizar devoluciones de producto por insatisfacción en el mismo estado entregado, a un plazo máximo de 30 días después de la compra y el costo de devolución lo cubre el cliente.

Métodos de pago: Tarjeta de débito/crédito, Paypal, Pagos en efectivo en tienda, Link de pago.

Empaquetado: Materiales reciclados y sostenibles.

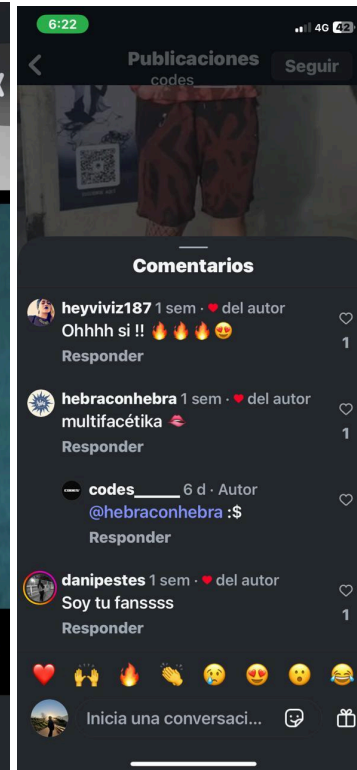
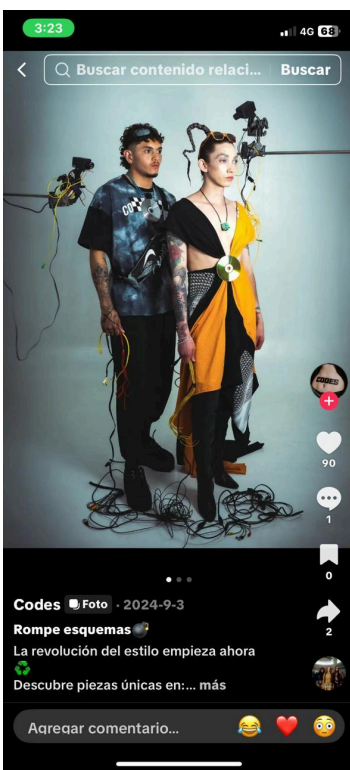
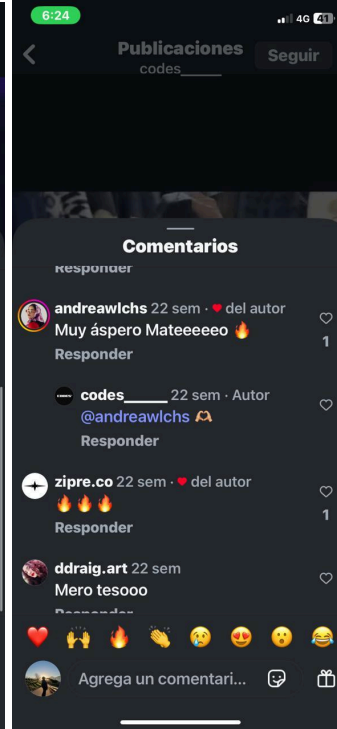
Tienen tienda pop up en chapinero bogotá, instagram, tik tok, whatsapp.

Cotizaciones por correo: info@codesfashion.com

Observaciones: No tiene número de teléfono en la página web y solo se puede abrir el enlace de correo si tienes mail, no está activo el enlace de facebook, y al chatear no responden al instante y solo te piden tu correo, tardan 15 minutos en

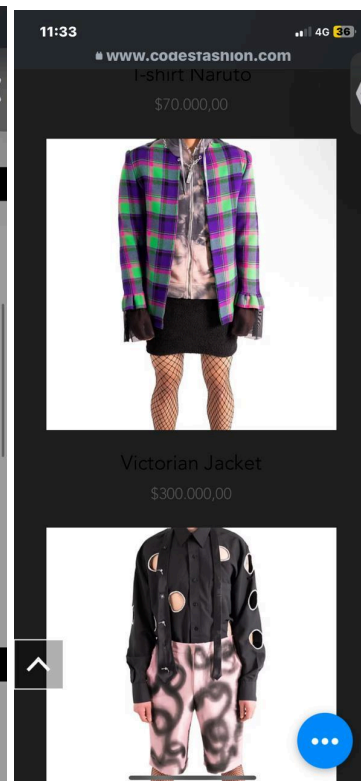
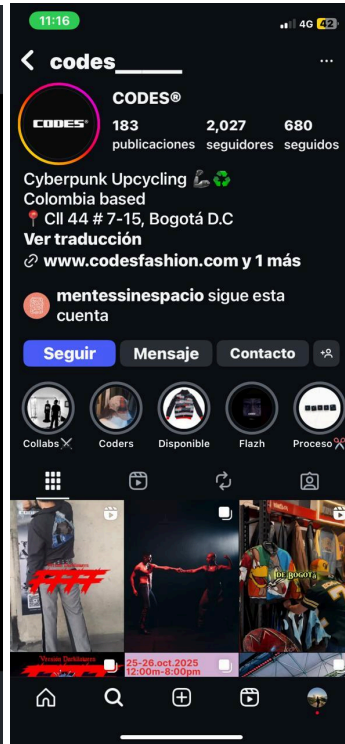
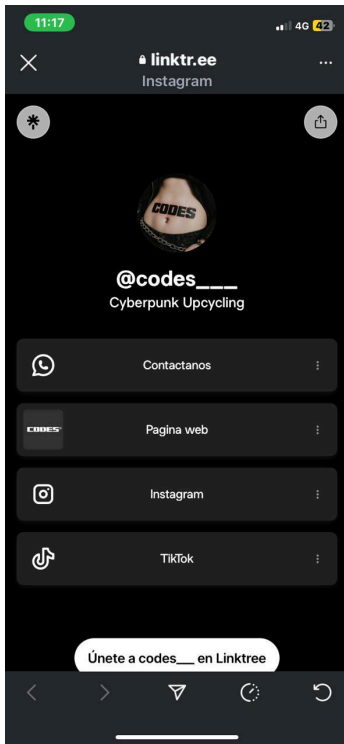
enviar respuesta desde wix y traslada la accesoria a whatsapp con envíos a medellín de un día a otro.

INSTAGRAM



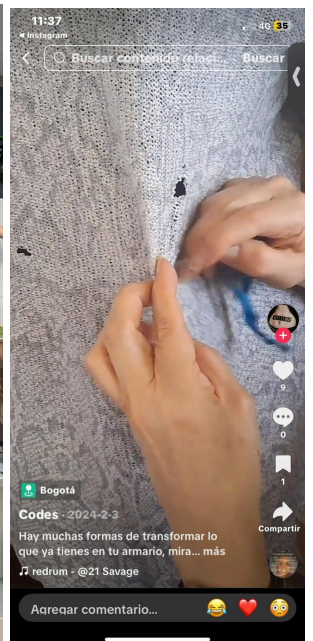
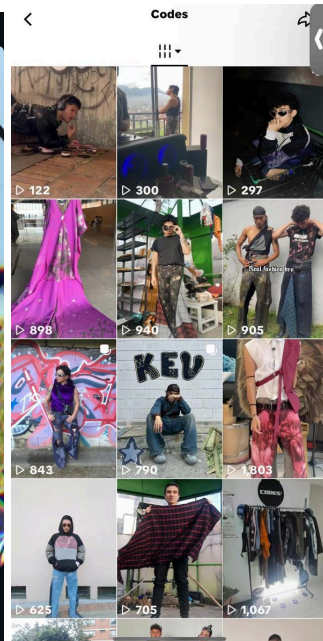
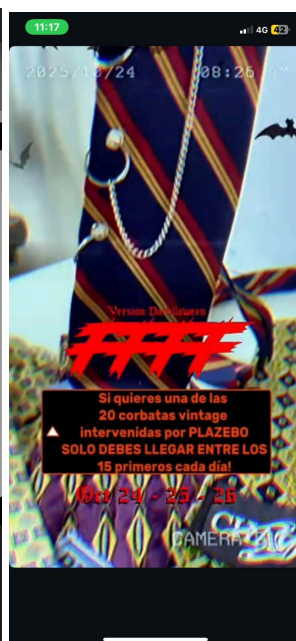
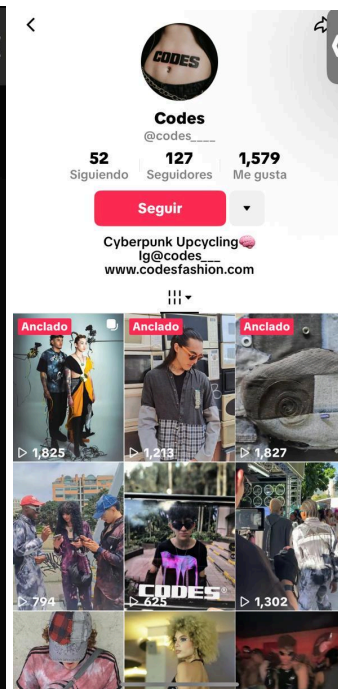
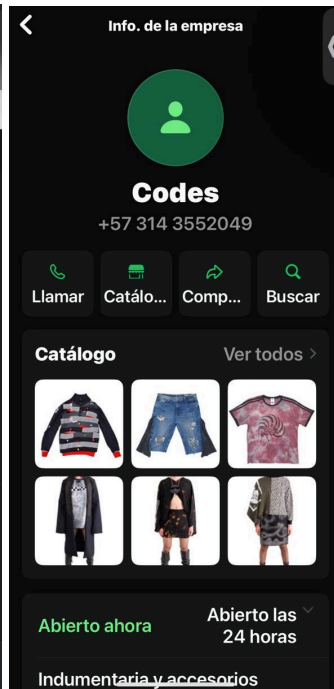
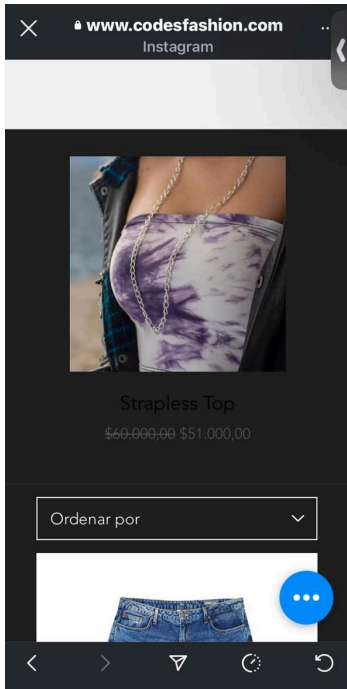


INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA
PASCUAL BRAVO®
Vigilada Mineducación





INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA
PASCUAL BRAVO[®]
Vigilada Mineducación





INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA
PASCUAL BRAVO[®]
Vigilada Mineducación





De 2 a 30 comentarios en fotos de instagram
de 4 a 10 comentario tik tok
Pocos like en video de tik tok 15 a 31 me gusta
De 134 visitas- 1835 visualizaciones tik tok

Competidor 2

Nombre: New For You

Precios: 690 accesorios
190 a 350 inferiores
80 400 mil pesos superiores

Producto: prendas de segunda mano intervenidas y productos creados con excedentes de empresas de alta calidad.

Colores: no se hacen cargo de que las fotos salgan con el color real ya que dependerá del monitor en que se vean.

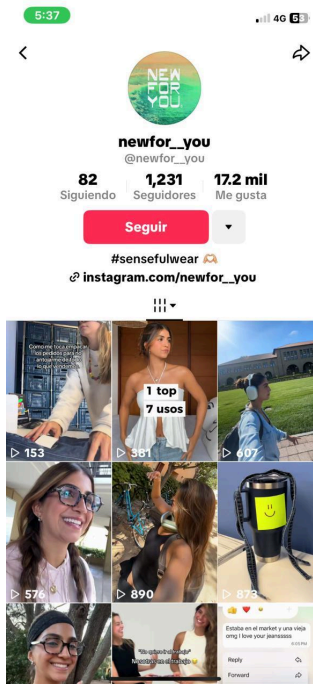
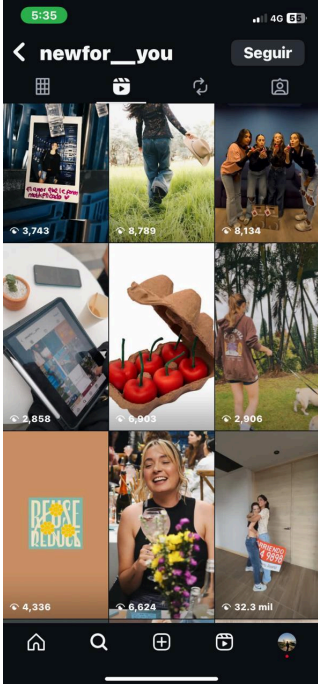
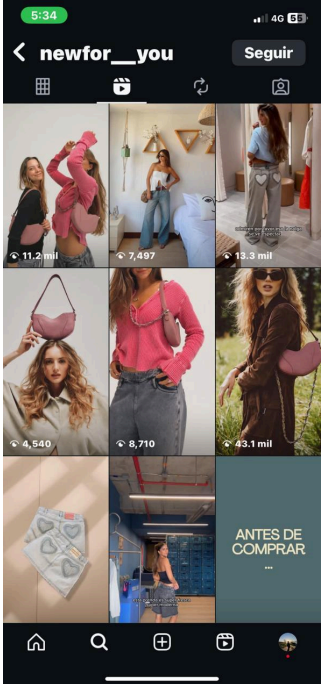
Pagos: mercado pago, prenda, aparte precio de envío directamente desde el sitio web

-En año y medio vendieron 100.000.000 de pesos con margen del 55%neto
30% 110 millones de pesos

-No está posicionado en redes es más por contactos festivos/ferias

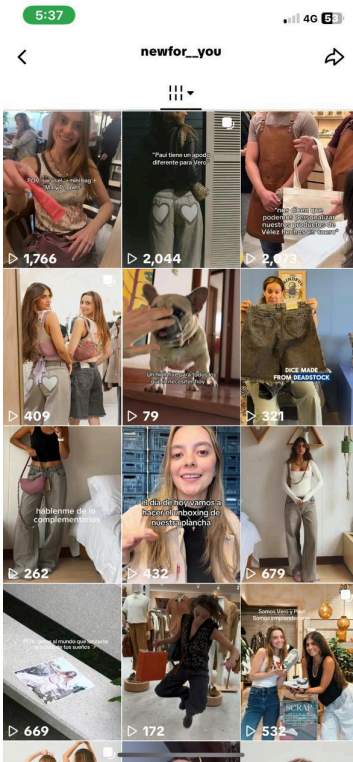


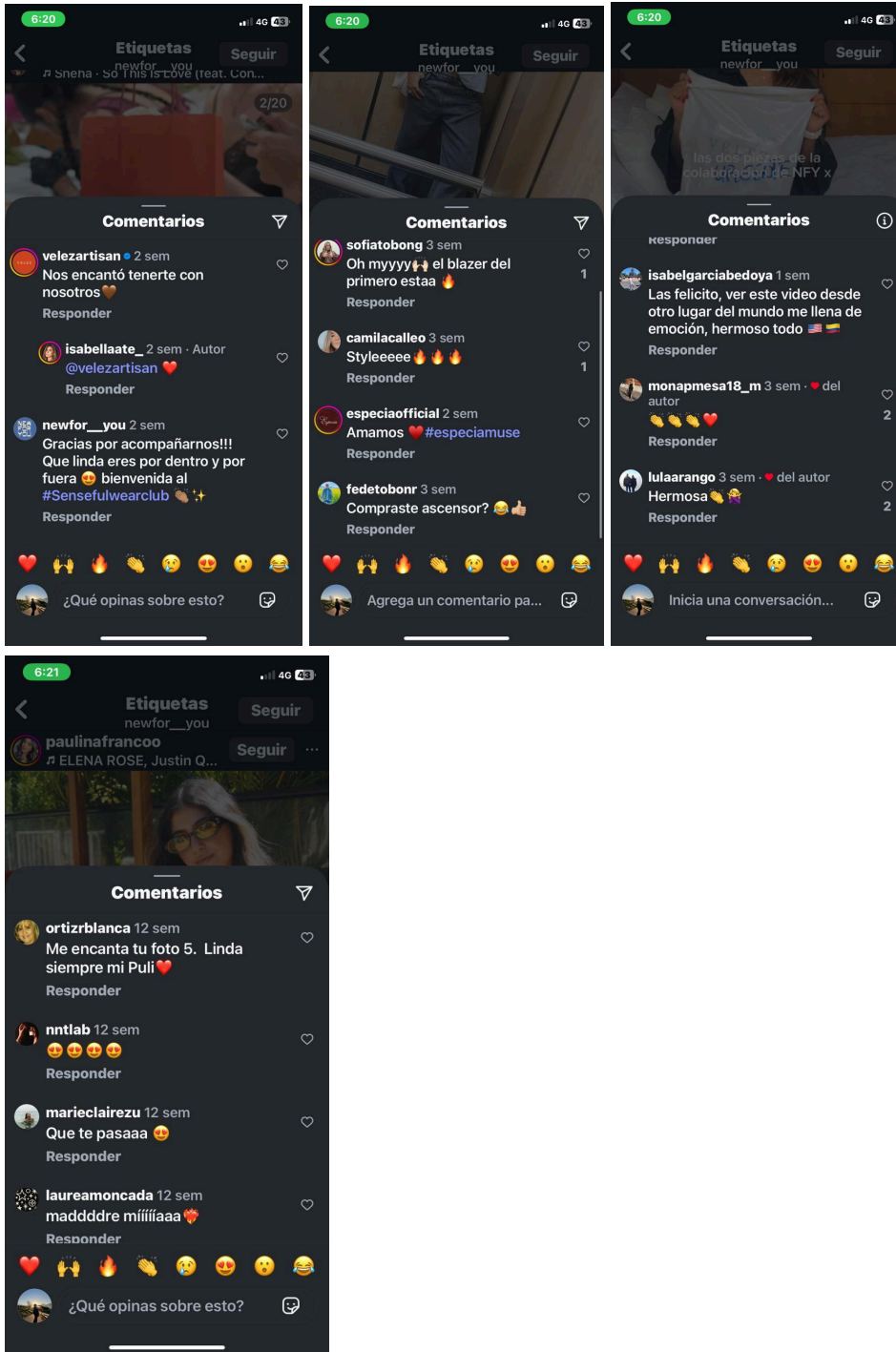
INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA
PASCUAL BRAVO[®]
Vigilada Mineducación





INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA
PASCUAL BRAVO[®]
Vigilada Mineducación





Medios:

- Ferias, eventos.
- Visualizaciones de mil a 4 mil en instagram pero con interacciones de 30 a 300 me gusta y pocos comentarios, comentan los mismos perfiles.
- Pocas interacciones en tik tok.

3. Estrategias de Mercado

3.1 Concepto del Producto o Servicio:

A través de esta se debe determinar cómo se va a posicionar su producto y cuál es su ciclo de vida. (Nacer, crecer, madurar y declinar).

Lab Maiden se posiciona como un Laboratorio Creativo de Lujo Consciente que desafía la obsolescencia y la incertidumbre ética.

- **Concepto Central:** Moda Híbrida y Consciente (Circularidad + I+D + Lujo Atemporal).
- **Posicionamiento:** Prendas y accesorios sofisticados, versátiles y transformables, producidos bajo un modelo Pre-Order (Bajo Demanda), con Transparencia Total gracias a la investigación constante en el laboratorio.
- **Ciclo de Vida del Producto (Nacer):** El producto se encuentra en la fase de Introducción/Crecimiento Temprano. Se enfoca en educar al Cliente Radicalmente Consciente (CRC) sobre la durabilidad, el diseño experimental y el valor de la espera (Pre-Order), buscando una rápida aceptación gracias a su diferenciación única.

Categoría	Características clave	Lab Maiden
Materialidad	Resignificación Textil	Cápsulas creadas a partir de <i>patchwork</i> de retazos, excedentes textiles de empresas y textiles tecnológicos de alta durabilidad. Uso de bio-cueros para accesorios.
Funcionalidad	Multifuncional y Experimental	Prendas atemporales, transformables y versátiles que cumplen múltiples funciones (ej. falda convertible en bolso, chaqueta para el calor).
Producción	Modelo Pre-Order & Exclusividad	Piezas únicas que no se repiten en diseño, producidas bajo demanda para eliminar el stock sobrante y garantizar la trazabilidad.
Diseño	Sofisticación Útil	Diseños sofisticados y estructurados que permiten al consumidor "verse bien organizado y vestido" en cualquier entorno, desde una cena hasta la oficina, sin limitarse. La sofisticación se lleva siempre puesta.
Marquillas-	Biomateriales	Bio cueros de @Agro biomaterials

Etiquetas		
-----------	--	--

Los productos de Lab Maiden están diseñados para ser útiles y necesarios para el desenvolvimiento diario del consumidor, reduciendo la necesidad de múltiples prendas limitantes de versatilidad. Se busca que la sofisticación y la versatilidad acompañen al cliente en todo entorno que requiera prendas transformables.

Uso del Servicio (Laboratorio Creativo Digital): Proveer actualización constante y educación (cursos virtuales, talleres presenciales y blogs creativos/YouTube) sobre cómo ser más sostenible de manera práctica y creativa. El servicio es el acompañamiento que valida la inversión del cliente en el producto.

El diseño es experimental desde el patronaje para lograr la multifuncionalidad (crear más de 1 producto en 1 solo). Se caracteriza por un lujo atemporal con un fuerte componente de resignificación (*patchwork*, texturas) que evita las tendencias pasajeras, asegurando la longevidad estética.

Link de diseño: Upcycling Traje de baño
https://www.canva.com/design/DAF_nKSqZcs/JNfGzTKOsy6y4W6pmUph7A/edit?utm_content=DAF_nKSqZcs&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

La calidad se define por dos pilares:

Durabilidad Técnica: Uso de textiles de alta resistencia, tecnológicos o fibras resignificadas con procesos validados en el laboratorio para garantizar una vida útil extendida, uso de denim y textiles gruesos.

Calidad Ética: Transparencia total en el proceso de producción y origen de los materiales, ofreciendo "paz mental" al consumidor respecto a su compra consciente.

Empaques lluvia de ideas:

Tipo de Solución	Idea Transformable o Circular	Investigación
Biodegradable / Plantable	Papel Semilla: El empaque exterior se puede plantar para generar un árbol/planta.	Tienda: Papel y lápiz semilla plantable. Con variedad de especies disponibles para la siembra. Desde lechuga y zanahorias hasta árboles nativos como Guayacán y especies ornamentales como la acacia y el pino navideño.

		<p>Productos: Hoja Tamaño cuarto x10: \$70.000 Sobre germinable: \$2.400 Tarjetas de presentación: \$1.100 Etiquetas x100: \$128.800 Bolsas: \$4.200 Cajas: \$4.100</p>
Reutilizable / Funcional	<p>Bolsa de Compras/Tote Bag: Un empaque de tela resignificada o algodón orgánico que reemplace la bolsa plástica y sirva para hacer compras diarias o las bolsas germinables.</p>	<p>El empaque se convierte en un accesorio útil para el día a día, minimizando el gasto de un empaque de un solo uso.</p>
Estructura Reciclable	<p>Marco para Fotos o Caja Organizadora: Para accesorios grandes, el cartón reciclado se diseña con cortes para convertirse en un marco o caja de almacenamiento.</p>	<p>El uso de cartón post-consumo con diseños modulares permite la transformación sin necesidad de maquinaria compleja (<i>Packaging</i> de tecnología/arte).</p>
Compostable / Cero Desecho	<p>Bioplástico Derivado de Fibras Comprimidas: Bolsas o contenedores que se descomponen en composta.</p>	<p>La investigación global se centra</p> <p>1. Fibras Celulósicas: La pulpa de papel o bagazo de caña se puede comprimir al calor y crear estructuras rígidas compostables.</p> <p>2. PLA (Ácido Poliláctico): Bioplástico derivado del almidón de maíz o yuca, que es biodegradable en condiciones de compostaje industrial.</p>

Fortalezas y Debilidades

Categoría	Fortalezas	Debilidades
Producto	Diferenciación Única: Fusión de I+D (Laboratorio), Upcycling y Diseño Sofisticado.	Percepción de Calidad/Valor: El cliente puede confundir <i>upcycling</i> con "ropa usada", lo que requiere alta educación de marca.v
Modelo	Baja Inversión en Stock: Modelo Pre-Order asegura el flujo de caja y minimiza el riesgo de inventario obsoleto.	Tiempo de Espera: La espera de 4-6 semanas (modelo Pre-Order) puede desalentar al cliente impulsivo.
Competencia	Laboratorio Creativo: La I+D continua es una fortaleza que se transforma en el tiempo, creando una barrera de entrada para la competencia.	Escalabilidad: La producción artesanal (<i>patchwork</i> , piezas únicas) puede dificultar la rápida escalabilidad si la demanda es muy alta. dos líneas: 1. cápsulas pre order con metros de tela y 2. piezas únicas con upcycling y resignificación.

3.2 Distribución:

Canal de distribución:

Lab Maiden utilizará un canal de Venta Directa a través de su plataforma E-commerce.

- **E-commerce Autogestionado:** La plataforma de venta será el punto central de contacto y transacción. Se destacará por su facilidad de navegación y compra intuitiva.
 - **Integración Digital:** Todos los códigos QR y enlaces de las fotos de producto en redes sociales (Instagram, TikTok, YouTube) se dirigirán directamente a la página web para facilitar la compra.
 - **Experiencia Pre-Order:** El sistema guiará al cliente a través del proceso de *Pre-Order*, permitiendo el pago del 50% al solicitar la pieza y el 50% restante al recibirla. Las prendas únicas o listas para envío se pagan de contado o con tarjeta de crédito (cuotas elegidas por el cliente).
 - **Fidelización Digital:** Se implementarán programas de lealtad como:

- **Bonos por Compra:** Acumulables para futuras compras.
- **Descuentos de Cumpleaños:** Para incentivar la compra y la recurrencia.

Despacho y transporte:

- El método será directo por parte del Fabricante (Lab Maiden), utilizando servicios de logística tercerizados.

Estrategia mixta:

1. **Envíos Locales (Medellín/Aburrá):** Servicios de mensajería local y domiciliarios independientes. Esto me ofrece un mejor precio y mayor control sobre la experiencia de entrega del producto premium.
2. **Envíos Nacionales:** Negociar tarifas corporativas con Servientrega o Coordinadora, ya que son las más robustas y garantizan un servicio más seguro para productos de alto valor.

Costos del transporte y seguros

Coordinadora

	L	R	N	Z	O	E
Peso	Local	Regional	Nacional	Zonal	Otros	Destinos especiales
1k	\$ 8.040	\$ 9.330	\$ 15.920	\$ 22.990	\$ 24.610	\$ 37.630
2k	\$ 8.040	\$ 9.330	\$ 15.920	\$ 22.990	\$ 24.610	\$ 37.630
3k	\$ 11.450	\$ 14.350	\$ 22.700	\$ 30.000	\$ 36.500	\$ 54.850
4k	\$ 14.490	\$ 17.510	\$ 26.130	\$ 36.830	\$ 44.060	\$ 58.690
5k	\$ 14.490	\$ 17.510	\$ 26.130	\$ 36.830	\$ 44.060	\$ 58.690

Política de inventario de producto terminado

La política se centrará en el Modelo Lean (Mínimo Inventario) Pre-Order, pero con una estrategia de gestión para el stock de resignificación.

Tipo de Inventario	Política de Gestión	Razón Estratégica
Prendas Pre-Order (Modelo Principal)	Inventario Cero. Se produce sólo tras el pago inicial del cliente.	Minimiza el riesgo financiero y garantiza la exclusividad y la promesa circular.
Prendas <i>Upcycling</i> /Únicas (Piezas Terminadas)	Inventario Limitado (tope de 20 a 25 prendas).	Mantiene stock para ferias, eventos, alquiler y para

		satisfacer la demanda inmediata de "piezas de culto".
Materias Primas (Retazos, Excedentes, Insumos)	Stock Estratégico. Materia prima almacenada para 2 meses de producción proyectada.	Asegura la continuidad de la I+D y la creación de las cápsulas sin depender de la adquisición inmediata de desechos.
Gestión de Stock Muerto	Si las piezas terminadas no se venden en 2 meses, se rematan o se incluyen en promociones especiales para liquidar y liberar capital.	Optimiza el capital de trabajo y evita la obsolescencia.

3.3 Precios: ficha técnicas

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1Ar_Tcotxz9GlpXhUOYlb4zmuQ7hZyKSXMPZMZmTpoT0/edit?gid=1923396602#gid=1923396602

Precio prenda conjunto: 75,760

Producto	Costo Producción Estimado	Margen de Contribución (50%)	Precio Venta Sugerido
Prenda Pequeña (Top/Pantys)	\$50.000 - \$60.000	\$50.000 - \$60.000	\$100.000 - \$120.000
Prenda Promedio (PE)	\$250.000	\$200.000	\$450.000

Cápsula Introductoria: Lanzar un accesorio o prenda pequeña (top/pantys a \$100.000-\$180.000) para generar primeras compras y validar la experiencia Pre-Order. mínimo validado 35.000 para ferias.

Pieza Fuerte: Prenda insignia con precio Premium (\$450.000) para establecer el valor de marca y el margen de ganancia esperado.

- **Costos Fijos Totales (CF):** \$4.180.000 COP
- **Precio de Venta Promedio (PV):** \$450.000 COP
- **Costo Variable Unitario Promedio (CVU):** \$250.000 COP
- **Margen de Contribución Unitario (MC):**

$$PV - CVU = \$450.000 - \$250.000 = \$200.000$$

PE en Unidades:

$$CF: \$4.180.000 \setminus MC: \$200.000 = 20.9$$

PE Unidades: 21 prendas

PE en Pesos: 9.450.000

Impuesto Principal: IVA, con una tarifa general del 19%. Las prendas de vestir están sujetas a este impuesto.

Régimen de la Empresa: generalmente se registra en el Régimen Ordinario (Responsable de IVA) ante la DIAN, o para iniciar en pequeña empresa régimen simple de tributación.

Dada la naturaleza Premium y Upcycling de Lab Maiden, una guerra de precios directa es inviable y dañaría la imagen de marca. La estrategia es defensiva y enfocada en el valor:

Propuesta de Valor (No Negociable): En lugar de bajar el precio, se aumentará la percepción de valor al destacar la I+D, la garantía de durabilidad y la transparencia ética.

Ofertas de Valor Agregado:

- **Bonos por Servicios:** Acceso gratuito a un taller o curso virtual de upcycling con la compra.
- **Descuentos en Servicios, no en Producto:** Reducir el costo de los talleres o cursos, manteniendo el precio de la prenda.

Remate Controlado de Stock: Stock Muerto (2 meses) puede servir para liquidar inventario a través de promociones de corta duración, evitando devaluar la marca.

3.4 Promoción:

Pronto Pago / Facilidades Modelo Pre-Order: Pago del 50% inicial (compromiso) y 50% al finalizar la pieza (alivio de liquidez).

Pagos Financieros Cuotas sin Intereses: Ofrecer la opción de cuotas con **tarjetas de crédito**. Convenios con plataformas de pago a plazos, como Addi o Kueski, o cuentas vinculadas (Efecty) para pagos diferidos (3 a 4 cuotas).

Manejo de Clientes Especiales (Fidelización)

Se basa en la "Membrecía de Laboratorio", donde el valor se otorga mediante la experiencia y el conocimiento exclusivo, no solo con descuentos monetarios.

- **Acceso a Conocimiento (Virtual):** Membresías gratuitas o acceso preferencial a cursos virtuales sobre sostenibilidad, I+D textil, o moda circular.
- **Experiencia Práctica (Presencial):** Invitaciones a Talleres Prácticos en el Laboratorio Creativo.
- **Personalización de Cumpleaños:** Si el cliente ha realizado compras grandes o ha sido fiel a las cápsulas comprando 1 prenda, recibirá un regalo souvenir upcycling y la opción de personalizar su prenda en el Laboratorio una semana antes/después de su cumpleaños, acompañado por la marca.

Costo Lanzamiento

Concepto de Costo	Estimación Mínima (Referencia Mensual)	Foco Estratégico
Publicidad Digital Paga	\$600.000 - \$1.000.000 COP/més (TikTok/Instagram Ads).	Dirigido al CRC, segmentado por intereses en I+D, sostenibilidad y lujo consciente.
Producción de Contenido (Lanzamiento)	\$800.000 - \$1.000.000 COP (Sesión de fotos y videos de alta calidad para la web y redes sociales).	Mostrar la versatilidad, la I+D y la narrativa "humano real".
Participación en Ferias/Eventos	\$200.000 - \$500.000 COP/evento (Costo de <i>stand</i> , decoración, muestras).	3 Meses de Lanzamiento: Presencia en eventos de diseño y sostenibilidad en Medellín para contacto directo con el CRC.
Colaboración con Micro-Influencers	\$300.000 - \$800.000 COP (Pago o trueque por 2 a 3 colaboraciones de nicho).	Influencers con alta credibilidad en moda consciente y círculos de lujo.
TOTAL ESTIMADO	\$3.300.000	

DE LANZAMIENTO (3 meses)		
-----------------------------	--	--

Concepto Central:

"La Ciencia de la Resiliencia: Moda que Responde al Entorno Real"

"LAB MAIDEN: CIRCULARITY IN MOTION.

Dejamos atrás la moda que te limita. Este lanzamiento es el inicio de una nueva era donde la creatividad y la innovación se fusionan en el Laboratorio para crear piezas versátiles, útiles y transformables. Nuestra campaña busca mostrar al humano real enfrentándose a la naturaleza del entorno (el clima, el asfalto, el día a día), demostrando que la sofisticación no está reñida con la funcionalidad radical.

Cada pieza Pre-Order te garantiza: durabilidad comprobada y transparencia total en su origen resignificado. Vístete para vivir, no limites la aventura."

10 prendas 5 outfits.

Estrategias

- **Estrategia Content Marketing YouTube/Blog Creativo:** Creación de contenido educativo sobre I+D, upcycling, y la ciencia detrás de la durabilidad textil.

Objetivo: Generar credibilidad y confianza (I+D). Atraer tráfico cualificado (top-of-funnel).

- **Estrategia Presencial / Offline Participación en Ferias y Eventos de Diseño/Sostenibilidad** (Plataformas en Inexmoda o eventos locales de diseño consciente).

Objetivo: Contacto Directo. Permitir que el CRC toque las prendas, entienda la transformación y se registre para el Pre-Order.

- **Estrategia de alianzas /Colaboraciones con Emprendedores Sostenibles, Artistas Emergentes y la Alcaldía de Medellín** (a través de convocatorias de emprendimiento).

Objetivo: Amplificar el Mensaje Ético y de Innovación y acceder a nuevas bases de datos de CRC.

Medios y taticas de comunicacion

Medio	Táctica Específica	Rol en la Comunicación
Digital (E-commerce / Web)	Newsletter Exclusivo (E-mail Marketing): Comunicar aperturas de Pre-Order, avances de la I+D y ofrecer los cursos virtuales.	Conversión y Fidelización (Fondo del embudo)
Redes Sociales (TikTok, Instagram)	Publicidad Paga (Ads): Mostrar videos de la versatilidad de las prendas ("un día, 5 usos") y la historia detrás de los retazos (patchwork).	Alcance y Tráfico (Tope del embudo)
Servicios (Laboratorio Creativo)	Talleres Presenciales de Inmersión: El cliente (CRC) asiste a un taller de upcycling o patronaje en el Laboratorio.	Compromiso y Conversión: El cliente se siente partícipe, no solo consumidor.
Relaciones Públicas	Colaboraciones con Marcas Sostenibles o artistas: Crear piezas conjuntas o eventos para compartir audiencias y reforzar la posición de Lujo Consciente.	Aumento de la Credibilidad y Autoridad.

3.5 Comunicación y publicidad

Estrategias de difusión del producto y servicio

Las estrategias de Lab Maiden se centran en la autoridad de nicho y la prueba social para atraer al CRC:

1. **Estrategia de Autoridad (I+D):** Posicionarse como el Líder de Pensamiento en moda circular y funcionalidad a través de YouTube/Blog Creativo con contenido profundo y educativo.
2. **Estrategia de Presencia Física Selectiva:** Participación en Ferias y Eventos clave de diseño sostenible para generar contacto directo y probar las piezas.
3. **Estrategia de Alianzas Inteligentes:** Colaboraciones con Artistas Emergentes, Marcas Pares Sostenibles y Alcaldía de Medellín (a través de convocatorias) para validar la marca a nivel institucional y cultural.
4. **Estrategia de Tráfico Pago:** Pago de publicidad en Instagram y TikTok enfocada en el retargeting y la segmentación por intereses en lujo, I+D y ética.

Medios y tácticas de comunicación

WhatsApp Business (WPP) Atención Personalizada: Mensaje de aviso de atención por orden de llegada con énfasis en la calma. Enfocado en resolver necesidades, inquietudes y curiosidades de la marca.

- Servicio Postventa y Conversión Asistida.

E-commerce/Web Blog/Recursos Educativos: Publicar hallazgos del Laboratorio, storytelling de las telas resignificadas y explicación de la garantía de durabilidad.

- Construcción de Confianza y Autoridad.

Redes Sociales (IG/TikTok) Videos de Versatilidad: Demostraciones de las funciones transformables de la prenda (uso en diferentes entornos). Testimonios/Videos de Desempaque de clientes (con permiso).

- Atracción y Prueba Social.

3.6 Servicios

Procedimientos para otorgar garantías y servicios post ventas

Servicio	Procedimiento	Rol de la Garantía y Post-Venta
Garantía de Producto	<p>1. Cobertura: Descosidos, decoloración, desprendimiento de acabados (30 días con cuidados adecuados).</p> <p>2. Proceso: La prenda retorna al Laboratorio Creativo para ser analizada y reparada, reafirmando la promesa de durabilidad. El costo de recolección va por la empresa y de envío por el cliente.</p>	Tangible: Refuerza la calidad artesanal y la I+D.
Garantía de Satisfacción (Talleres)	Si un cliente expresa insatisfacción con un taller o curso, se le otorgará acceso gratuito a un curso grabado (virtual) de alto valor de la marca.	Intangible: Mitiga el riesgo de compra del servicio y fomenta la confianza.
Seguimiento Post-Venta	Información de Cuidado: Envío digital de guías de	Fidelización y Valor Agregado.

	cuidado extendido de la prenda y consejos de upcycling básico.	
--	----------------------------------------------------------------	--

Mecanismos de atención a clientes

Canal	Protocolo Sugerido	Objetivo
WhatsApp	Mensaje de Bienvenida: Breve y amable, indica que la atención será por orden de llegada y que la persona se sienta libre de exponer su necesidad. Evitar mensajes robóticos y enfocarse en la curiosidad.	Generar Tranquilidad y Confianza.
Experiencia de Venta (Checklist del Asesor)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Materiales e Inspiración. 2. Tabla de Tallas y Colores. 3. Disponibilidad / Tiempo de Entrega. 4. Medios de Pago y Facilidades. 5. Certificación de la prenda (ficha de trazabilidad de su pieza única). 	Garantizar la Transparencia y la Experiencia de Lujo Consciente.
Experiencia Post-Entrega	Pedir consentimiento al cliente para grabar un video de unboxing (desempaque) y/o compartir fotos, que pueda servir como material promocional y prueba social.	Generar Contenido Genuino (UGC - User Generated Content).

Presupuesto de la mezcla de mercados:

Cuantifique los costos en los que incurre cada una de las estrategias: Producto, Precio, Plaza, Promoción.

Categoría	Concepto	Costo o Inversión (COP)
PRODUCTO		
Costo Variable Unitario	Producción de 1 Traje de	\$113,760

	Baño Único (Upcycling: \$75,760 + \$38,000)	
Empaque (Compostable/Plantable)	Costo por empaque y marquillado	\$10.000 -5,500: bolsa o caja con etiqueta. -5,000: marquillado
PLAZA		
Logística/Envío Local (Medellín)	Costo de mensajería local promedio	\$10.000
PROMOCIÓN		
Publicidad Paga (Ads)	Inversión publicitaria asignada a 1 venta	\$167,000
TOTAL Costo de Adquisición y Operación por Pieza	\$290,760	
PRECIO		
Precio de Venta /Traje de Baño Upcycling.	\$433,000	
MARGEN DE GANANCIA	\$142,240	

3.8 Estrategia de aprovisionamiento de materias primas:

Formas de aprovisionamiento

-Principal Modelo Circular- Recolección/Compra de excedentes Textiles:

Adquisición de retazos y excedentes de telas de otras empresas.

-Secundaria Compra Mínima por Metro: Adquisición de hilos, forros, avíos o telas tecnológicas específicas necesarias para garantizar la durabilidad de la pieza *upcycling*.

Precios de adquisición.

Política: El aprovisionamiento se realiza después del pedido (Pre-Order), buscando solo lo necesario para la creación de las piezas, manteniendo una pequeña bodega de 4m x 4m dentro del Laboratorio solo para material de piezas únicas/urgentes.

3.9 Proyección de Ventas

Método: Opinión de Expertos y Experiencia del Mercado (Enfoque Top-Down y Bottom-Up)

- Se utiliza la experiencia del equipo y la opinión de gremios clave como Inexmoda y Radar para establecer una proyección realista de la Tasa de Crecimiento del Consumo Consciente en Medellín.
 - **Investigación Inexmoda/Radar (Fundamento):** El crecimiento del consumo de moda en Colombia, liderado por Medellín, y la tendencia institucional hacia la circularidad y la sostenibilidad sirven de base para validar la existencia de una demanda creciente en el segmento de alto valor.
 - **Proyección Inicial:** El número de 21 prendas/mes (Punto de Equilibrio) sirve como Meta Base para el primer año. La proyección de crecimiento se basará en la tasa de conversión validada (etapa 6).

Política de Cartera

- **Primer Año:** La marca no accederá a créditos ni otorgará financiación de cartera a clientes.

Todas las transacciones serán:

- **Financiación Propia:** Capital propio de los fundadores.
- **Convocatorias/Incentivos:** Financiación a través de **convocatorias de impulso económico** en cultura, emprendimiento e innovación (Alcaldía de Medellín y otras entidades).

4. Módulo Operativo

Operación

- **Ficha Técnica del Producto ó Servicio:**

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1Ar_Tcotxz9GIpXhUOYIb4zmuQ7hZyKSXMpZZMwTpoT0/edit?gid=1923396602#gid=1923396602

Valor agregado

Tangible: Diseño y Materialidad/ Longevidad Garantizada: Diseño de patrón experimental transformable que ofrece múltiples usos.

Intangible: Servicio y Experiencia/ Paz Mental Ética: El cliente sabe que su compra es la mejor inversión ética posible.

Acompañamiento en la Creación: Acceso a talleres y cursos (Post-Venta y Pre-Order) que lo hace partícipe de la sostenibilidad.

- **Estado de Desarrollo:**

Estado del Arte: Lab Maiden se encuentra en la Etapa de Nacimiento y Estructuración del Ciclo de Vida del Producto.

Avance: Se está finalizando el Modelo de Negocios (Lean Canvas), definiendo el Producto/Servicio Mínimo Viable (MPV), estructurando el Modelo de Operación (Procesos), y generando Proyecciones de Negocios a Corto Plazo.

- **Descripción del Proceso:**

Actividad	Procedimiento / Detalle
1. Recepción de Pre-Order	El cliente realiza el pago del 50% en el E-commerce.
2. Aprovisionamiento	Se compra solo la cantidad necesaria de hilos/acabados/excedentes requeridos para la pieza.
3. Corte y Preparación	Los patrones ya establecidos se usan para el corte. Las piezas de resignificación y patchwork se preparan para la maquila.
4. Confección (Tercerización)	Se envía la pieza a talleres de confección externos.
5. Acabados Finales (Laboratorio)	La prenda regresa al Laboratorio: Marquillado, Etiquetado, Control de Calidad (Garantía de Descosidos, etc.).
6. Embalaje y Certificación	Se crea la ficha de trazabilidad (origen de la tela, impacto) y se empaca en el material transformable/compostable.
7. Envío y Comunicación	Se notifica al cliente, se cobra el 50% restante y se envía. Se le pide permiso para usar su video de unboxing. riesgo .

Proceso de Servicio - Talleres de Resignificación

1. Inscripción: El cliente se inscribe al taller (pago o bono por fidelización).

2. Selección de Material: Se define el material a usar (puede ser donado por el cliente o provisto por el Laboratorio).

3. Sesiones (Teórico/Práctico): Talleres Rápidos (1-2 días) o Sesiones Largas (varios días con teoría y práctica).

4. Entrega de Valor: El cliente se lleva el producto final (en el caso práctico) o recursos digitales (plantillas, enlaces) en el caso teórico.

Proceso de Venta - Upcycling (Pieza Única)

- **Venta:** La prenda está disponible inmediatamente en el E-commerce.
- **Pago:** 100% de contado/tarjeta.
- **Logística:** El pedido y la demora solo dependen del lugar de envío (Medellín: 1-2 días; Nacional: 2-3 días)

Infraestructura

Concepto	Tipo de Inversión	Función	Costo Unitario Estimado (COP)
Máquina Plana Industrial	Fija	Costura principal de alto rendimiento.	\$1.500.000
Máquina Fileteadora	Fija	Acabados de bordes y costuras.	\$1.800.000
Máquina Recubridora	Fija	Acabados de dobladillos y costuras elásticas.	\$3.000.000
Mesa de Corte	Fija	Optimización del patronaje y el patchwork.	\$1.000.000
Maniqués Técnicos (x2)	Fija	Diseño de prototipos y <i>fitting</i> (patronaje experimental).	\$1.230.000 x1 \$310.000:620.000
Espacio de Talleres y Gestión			
Mesas x2 y Sillas x10	Fija	Uso para talleres prácticos y teóricos.	\$155.000: plegable \$996.000:plegables x10



			\$410.000:plástica sencilla =720.000
Pantalla/Tablero Digital	Fija	Presentaciones y recursos visuales en talleres.	\$2.200.000
Escritorio y Silla x2 (Gestión)	Fija	Centro de trabajo administrativo y de diseño.	\$802.000
Computador y Cámara (Medios Digitales)	Fija	Edición de contenido para YouTube/Blogs.	\$3.200.000+700.000 =3.900.000
Almacenamiento y Logística			
Lockers y Estantería	Fija	Almacenamiento organizado de hilos, herramientas y el stock de retazos (4m x 4m).	\$ 700.000
Costos de Instalación	Fija	Remodelación/Adecuación de luces, tomas, ventilación.	\$ 1.500.000

5. Módulo Organizacional

5.1 Estrategia Organizacional

- **Análisis DOFA:**

	Concepto para Lab Maiden
D - Debilidades (Internas, Controlables)	Personal no capacitado: La I+D y el upcycling experimental requieren habilidades técnicas y creativas de nicho. Dependencia del Patrón Único: La producción artesanal (piezas



	<p>únicas) dificulta la escalabilidad rápida (cuellos de botella).</p> <p>Educación al Consumidor: Es necesario invertir mucho esfuerzo y tiempo en educar al CRC sobre el valor del upcycling frente a la percepción de "ropa usada".</p> <p>Capital de Trabajo Inicial: Capacidad limitada para financiar stock de materiales tecnológicos o inversión en maquinaria de I+D compleja.</p>
O - Oportunidades (Externas, No Controlables)	<p>Tendencia Global Circular: Aumento masivo de la conciencia ambiental y la demanda de marcas con propósito (moda circular).</p> <p>Tratados de Nuevo Mercado: Posibilidad de exportación a mercados de Lujo Consciente (Europa, EE. UU.) con alta demanda de productos éticos y trazables.</p> <p>Financiamiento Local: Convocatorias y programas de la Alcaldía de Medellín/Inexmoda para emprendimientos sostenibles e innovadores.</p> <p>Auge de Contenido Educativo: Creciente interés por contenidos de YouTube/Blog sobre el "detrás de cámaras" de la sostenibilidad (I+D).</p>
F - Fortalezas (Internas, Controlables)	<p>Laboratorio Creativo: La I+D continua (fortaleza que se transforma en el tiempo) y el patronaje experimental para la multifuncionalidad.</p> <p>Modelo Financiero Sano: El Pre-Order elimina el riesgo de stock y asegura el flujo de caja, con un alto margen de contribución.</p> <p>Propuesta de Valor Única (PVU): Fusión de Lujo + Transparencia + Funcionalidad + Upcycling.</p> <p>Equipo Comprometido: Pasión por la ética y la circularidad.</p>
A - Amenazas (Externas, No Controlables)	<p>Greenwashing Masivo: Grandes marcas de Fast Fashion lanzan líneas "sostenibles" con precios muy bajos que confunden al consumidor.</p> <p>Variabilidad del Aprovisionamiento: La dependencia de desechos y excedentes hace que</p>

	<p>el suministro de materia prima no sea estable ni predecible en calidad.</p> <p>Recesión Económica: El cliente de alto valor puede reducir gastos no esenciales (Lujo) en épocas de incertidumbre económica.</p> <p>Riesgos Logísticos y Arancelarios: Cambios en las regulaciones de envío nacional o internacional.</p>
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Estrategias

Tipo de Estrategia	Enfoque
Estrategias (FO): Usar Fortalezas para Aprovechar Oportunidades	<p>Acción: Usar la Propuesta de Valor Única (F) y la tendencia global circular (O) para aplicar y ganar las convocatorias de financiamiento (O) en Medellín.</p> <p>Resultado: Capitalizar el Pre-Order para la exportación.</p>
Estrategias (FA): Usar Fortalezas para Contrarrestar Amenazas	<p>Acción: Usar el Laboratorio Creativo (F) y el Contenido de I+D (F) para dismantelar el <i>Greenwashing</i> (A).</p> <p>Resultado: Posicionarse como la marca de "transparencia real" a través de videos y certificaciones, justificando el precio premium.</p>
Estrategias (DO): Minimizar Debilidades aprovechando Oportunidades	<p>Acción: Usar las convocatorias de financiamiento (O) para invertir en capacitación técnica (D) especializada para el personal en patronaje complejo o tecnologías de upcycling.</p> <p>Resultado: Mitigar la debilidad de "personal no capacitado" y la "dependencia del patrón único".</p>
Estrategias (DA): Minimizar Debilidades y Evitar Amenazas	<p>Acción: Mitigar la dependencia de desechos variables (A) mediante la gestión de la política de inventario de 2 meses (D).</p> <p>Resultado: Mantener un stock estratégico de materia prima básica para asegurar la continuidad de las cápsulas, incluso ante la escasez de desechos</p>

	puntuales.
--	------------

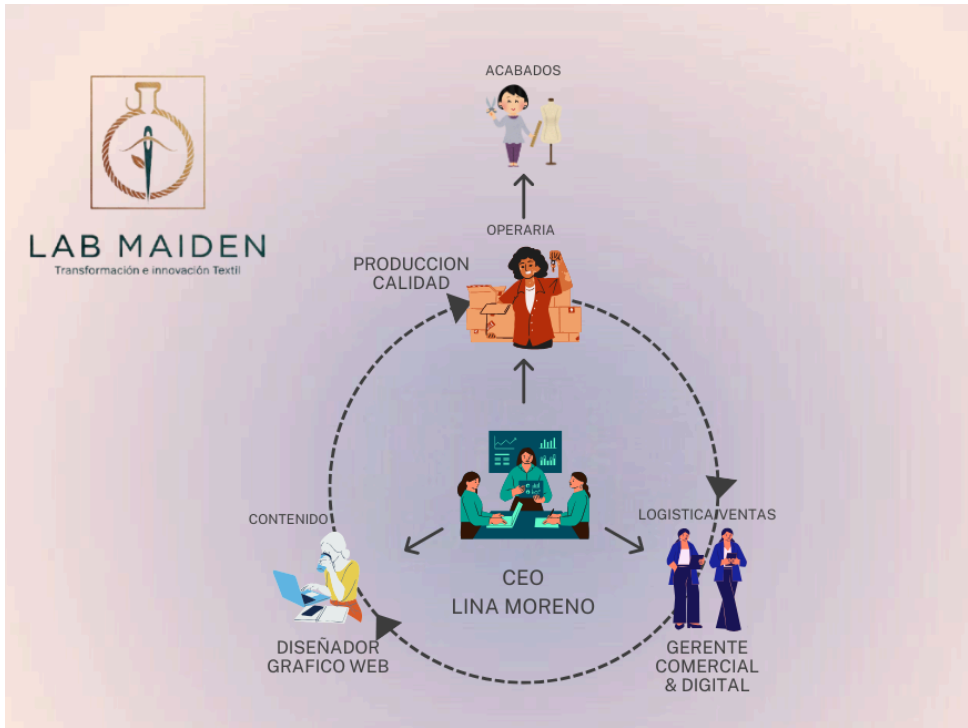
5.2 Estructura Organizacional:

La estructura de Lab Maiden es plana y funcional, diseñada para sostener el modelo de negocio Pre-Order y la estrategia de Laboratorio Creativo con un equipo mínimo de alto rendimiento.

Nivel Organizacional	Cargo Previsto	Función Principal	Número de Empleados
I. Directivo (Estratégico)	CEO & Diseñadora Estratégica	Liderazgo, I+D, Patronaje Experimental, Dirección de Colecciones, Gestión Financiera.	1
II. Administrativo (Soporte)	Gerente Comercial & Digital (Freelance)	Gestión del E-commerce, Marketing Digital, Atención al Cliente (WPP/IG), Logística y Despachos.	1
III. Operativo (Producción)	Técnico de Confección & Upcycling	Acabados de Laboratorio, Confección de Piezas Únicas (Upcycling), Control de Calidad, Preparación de Empaques.	2
Soporte Externo (Outsourcing)	Diseñador Gráfico & Web (Freelance)	Mantenimiento del E-commerce, Creación de Contenido Visual (Ads, YT/Blog), Diseño de Newsletters.	1

Total de Empleados de Nómina (Tiempo Completo): 4 (CEO + Gerente Digital + Técnico Operativo)

Estructura Organizacional



La elección de una estructura organizacional plana y basada en Círculos de Roles para Lab Maiden se fundamenta en la naturaleza del negocio: un Laboratorio Creativo que requiere agilidad, innovación constante (I+D) y una profunda conexión con sus valores de sostenibilidad y transparencia.

1. Fomento de la Innovación y la Mejora Continua: Esta estructura elimina la burocracia jerárquica tradicional, permitiendo una comunicación horizontal y directa.

"Es más fácil preguntarle a una persona que está de primera mano en el área qué hay que mejorar, y no creer que yo entiendo todo lo necesario."

Toma de Decisiones Descentralizada: El técnico de Upcycling es el experto en el proceso de producción; el Gerente Digital es el experto en la conversión del cliente. Esta estructura les da la autonomía para identificar cuellos de botella o áreas de mejora y proponer soluciones de manera inmediata a su Círculo, sin esperar la aprobación de una jerarquía lejana.

Visión de 360 Grados: Al obligar a la sincronización entre Círculos, el equipo directivo tiene en cuenta "todos los panoramas" (producción, mercado, finanzas) para tomar decisiones informadas, garantizando que el crecimiento de la empresa se base en la realidad operativa y de mercado.

2. Desarrollo de una Cultura de Flexibilidad y Responsabilidad: El diseño de la estructura asegura que el crecimiento se sustente en una cultura sólida y escalable:

"Así, cuando crezca la empresa, se seguirá teniendo esa misma cultura. Esta jerarquía se realiza con el propósito de dar flexibilidad a la creatividad y estructura de cada trabajador..."

Flexibilidad para la Creatividad: Cada rol tiene la libertad de definir la manera en que alcanzará sus objetivos. Esto es crucial en un Laboratorio Creativo, donde la experimentación (I+D) es un requisito del trabajo, no una opción.

Responsabilidad Alineada a Metas: Aunque hay flexibilidad, la estructura es firme en las metas: "... la empresa sí necesita metas que, independiente de cómo alguien las quiere desarrollar, deben alcanzarse." Los Círculos son co-responsables de los resultados, asegurando que la autonomía creativa no comprometa el rendimiento financiero de la empresa (Punto de Equilibrio, TCO, etc.).

3. Sinergia y Compromiso Personal sin Sacrificar Rendimiento: La estructura relacional previene conflictos de rendimiento que a menudo surgen en equipos pequeños:

"Así si hay una cercanía personal, esta no afectaría el rendimiento de la empresa."

Al tener roles y responsabilidades claras dentro de los Círculos, se separa la relación personal de la responsabilidad profesional. La evaluación del rendimiento se centra en el logro de las metas del Círculo (ej. "Tasa de Conversión"), no en la opinión subjetiva de un superior.

Esto asegura que la cercanía y el espíritu colaborativo del equipo inicial se conviertan en un activo cultural que se mantiene incluso al escalar el equipo y la producción.

Conformación de la Junta Directiva

Junta Asesoría externa (o *Advisory Board*) que brinde orientación estratégica:

- **Miembro Principal /Presidente:** Visión, I+D, y ejecución de la estrategia de producto.
- **Asesor Financiero/Legal Externo/Asesor Puntual:** Revisión de la viabilidad financiera (TIR/VPN) y cumplimiento de regulaciones (DIAN, Cámaras de Comercio).
- **Asesor de Sostenibilidad/Textil Externo/Asesor Puntual:** Validación de la metodología de upcycling y acceso a redes de proveedores de desechos.

5.3 Aspectos Legales:

Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.): Es el tipo de sociedad más flexible en Colombia. Permite un único socio inicial, facilita la entrada de futuros inversionistas,

tiene un proceso de constitución ágil y limita la responsabilidad de los socios hasta el monto de sus aportes.

En Constitución/Pre-operativo: El emprendimiento se encuentra en la fase de estructuración del modelo de negocio y aún no está legalmente constituido. El siguiente paso será el registro ante la Cámara de Comercio de Medellín.

Legislación Vigente que Regula la Actividad Económica

Ley 1978 de 2019 (Economía Circular) Fomenta el uso de materiales reciclados, la prolongación de la vida útil del producto y la reducción de desechos.

Resolución 1402 de 2017 (Residuos Peligrosos) Aplicable si el proceso de upcycling implica el manejo de químicos (ej. tinturas o acabados) en los desechos. El Laboratorio debe garantizar el manejo seguro de cualquier residuo.

Plan de Gestión Integral de Residuos Sólidos (PGIRS - Medellín) Regulación local sobre la correcta separación y disposición de los residuos generados en el Laboratorio Creativo.

Legislación Laboral y Protección Social

Código Sustantivo del Trabajo: Regula la contratación de los empleados y el pago de prestaciones sociales, vacaciones, cesantías.

Sistema de Seguridad Social Integral Obligatorio el pago de aportes a salud, pensión y riesgos laborales (ARL) para los empleados de nómina.

Legislación Tributaria (DIAN)

IVA Tarifa general del 19% aplicable a la venta de prendas de vestir y servicios (talleres). Lab Maiden debe registrarse como Responsable de IVA (Régimen Ordinario).

Impuesto de Renta Obligación anual sobre las utilidades netas. El tipo de sociedad (S.A.S.) define las tarifas.

Impuesto de Industria y Comercio (ICA) Impuesto municipal aplicable a los ingresos brutos generados en Medellín.

Protección Intelectual

Superintendencia de Industria y Comercio (SIC)
Derechos de Autor

Normas Urbanas y Comerciales

-**Cámara de Comercio** Registro Mercantil y renovación anual de la Matrícula Mercantil.

-**Plan de Ordenamiento Territorial (POT - Medellín)**

Normas o Política de Distribución de Utilidades

Estatutos de la S.A.S.

- **Principio:** Lab Maiden destinará un porcentaje de las utilidades a la reserva legal y otro porcentaje a la reinversión en I+D para mantener la ventaja competitiva del Laboratorio Creativo.
- **Regulación:** Las utilidades se reparten a los accionistas según lo determine la Asamblea de Accionistas, siempre y cuando la empresa no presente pérdidas acumuladas.
- **Política de Reinversión:** Durante los primeros tres años, la mayoría de las utilidades se reinventará en la expansión.

5.4 Costos Administrativos

Gastos de Puesta en Marcha (Inversión Inicial)

Concepto	Detalle	Costo Estimado															
Registro de Cámara de Comercio	Matrícula mercantil, impuesto de registro (varía según el capital inicial).	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">RANGO DE ACTIVOS EN PESOS</th> <th>TARIFA APLICADA</th> </tr> <tr> <th>Mayor a</th> <th>Menor o igual</th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>\$ -</td> <td>\$ 75.088.000</td> <td>\$23.104 + (\$8.086,4" (Activos - \$1.000.000)</td> </tr> <tr> <td>\$ 75.088.000</td> <td>\$ 288.800.000</td> <td>\$548.720 + (\$4.043,2" (Activos - \$75.088.000))</td> </tr> <tr> <td>\$ 288.800.000</td> <td>\$ 750.880.000</td> <td>\$1.296.712 + (\$1.155,2" (Activos - \$288.800.000))</td> </tr> </tbody> </table>	RANGO DE ACTIVOS EN PESOS		TARIFA APLICADA	Mayor a	Menor o igual		\$ -	\$ 75.088.000	\$23.104 + (\$8.086,4" (Activos - \$1.000.000)	\$ 75.088.000	\$ 288.800.000	\$548.720 + (\$4.043,2" (Activos - \$75.088.000))	\$ 288.800.000	\$ 750.880.000	\$1.296.712 + (\$1.155,2" (Activos - \$288.800.000))
RANGO DE ACTIVOS EN PESOS		TARIFA APLICADA															
Mayor a	Menor o igual																
\$ -	\$ 75.088.000	\$23.104 + (\$8.086,4" (Activos - \$1.000.000)															
\$ 75.088.000	\$ 288.800.000	\$548.720 + (\$4.043,2" (Activos - \$75.088.000))															
\$ 288.800.000	\$ 750.880.000	\$1.296.712 + (\$1.155,2" (Activos - \$288.800.000))															
Registro Único Tributario (RUT)	Trámite ante la DIAN	\$0															
Registro de Marca (SIC)	Solicitud ante la Superintendencia de Industria y Comercio.	<p>Primera clase: \$1.288.000 COP Clase adicional (en la misma solicitud): \$644.000 COP</p> <p>Tarifas para: -Mipymes (Micro, Pequeñas y Medianas Empresas): Se aplican tarifas preferenciales, que a menudo se detallan en el proceso de solicitud en línea de la SIC.</p> <p>-Artesanos certificados: Tienen una tarifa preferencial de \$88.500 COP para el registro de marcas.</p>															
Licencias y Permisos	Inscripción en el registro	-Licencia de funcionamiento															

Locales	de Industria y Comercio (ICA) en Medellín, cumplimiento del POT.	-Certificado de uso de suelo -Certificado de seguridad -Concepto sanitario -Servicios públicos y seguridad social -Permisos ambientales
Honorarios Legales Iniciales	Elaboración de estatutos de la S.A.S. y asesoría inicial.	abogados para emprender (pagina web)
TOTAL GASTOS DE PUESTA EN MARCHA	\$0	

Proyección de Gastos de Personal Mensual y Anual

Cargo	Costo Mensual para la Empresa (COP)	Costo Anual Proyectado (12 meses)
CEO & Diseñadora Estratégica	\$2.693.400	\$32,320,800
Técnico de Confección & Upcycling	\$2.202.830	\$26,433,960
Gerente Comercial & Digital	\$1.800.000	\$26,433,960
TOTAL GASTOS DE PERSONAL	\$85,188,720	

Nota sobre Subsidios: No se incluyó el auxilio de transporte (\$162.000 en 2024) para los salarios superiores a 2 SMMLV (caso de la CEO), pero debe considerarse si el salario básico es igual o menor a 2 SMMLV (caso del Técnico, a menos que el salario mínimo aumente).

Gastos de Dotación y Uniformes

Concepto	Unidad	Costo Unitario	Frecuencia Anual	Costo Anual Estimado
----------	--------	----------------	------------------	----------------------



		(COP)		
Dotación (Prenda Diferenciadora)	5 empleados x 2 kits al año	\$150.000	2 veces al año	\$300.000
Elementos de Seguridad.	3 empleados (Guantes, Tapa bocas, etc, para el Laboratorio)	\$100.000	2 veces al año	\$200.000
TOTAL GASTOS DE DOTACIÓN	\$500.000			

6. Módulo Financiero

6.1 Ingresos

- Fuentes de Financiación:

Concepto	Cuantía Estimada	Tipo de Aporte	
Aporte del Emprendedor.	\$10.000.000	Efectivo.	Etapas de Implementación: Gastos de Puesta en Marcha, Capital de Trabajo inicial.
Aporte del Emprendedor.	\$7.600.000	Bienes.	Etapas de Implementación: Inversiones Fijas (Infraestructura).
Recursos de Convocatorias	\$5.000.000	Efectivo	Etapas de Operación/I+D: Capital de Trabajo para el primer mes, Inversión en Marketing.
TOTAL FINANCIACIÓN INICIAL	\$22.600.000		

Tasa de Rentabilidad (Tasa de Descuento - TRA): Aspiramos a una Tasa Efectiva Anual (TEA) del 25% sobre el capital invertido, dada la naturaleza innovadora y el riesgo del modelo Pre-Order y I+D.

	Año 1 (Inicio y Consolidación)	Año 2 (Crecimiento)	Año 3 (Madurez Temprana)
Unidades Vendidas/Mes (Promedio)	25 unidades (Superando el PE)	35 unidades	45 unidades
Unidades Vendidas/Año	300	420	540
Precio de Venta Promedio (PV)	\$450.000	\$475.000 (inflación)	\$500.000
Costo Variable Unitario (CVU) Promedio	\$250.000	\$265.000	\$280.000
Índice de Actualización Monetaria (Egresos)	0%	5%	5%

Inversiones Fijas y Diferidas a Efectuar

Concepto	Detalle	Costo Estimado
Registro de Cámara de Comercio	Matrícula mercantil, impuesto de registro (varía según el capital inicial).	Activos 50,000,00= 427,424
Registro Único Tributario (RUT)	Trámite ante la DIAN	\$0
Registro de Marca (SIC)	Solicitud ante la Superintendencia de Industria y Comercio.	\$88.500 artesana
Licencias y Permisos Locales	Inscripción en el registro de Industria y Comercio	-Licencia de funcionamiento



	(ICA) en Medellín, cumplimiento del POT.	-Certificado de uso de suelo=\$100.000 - \$350.000 -Certificado de seguridad=\$150.000 - \$450.000 -Concepto sanitario=\$150.000 - \$400.000 -Servicios públicos y seguridad social=fijo -Permisos ambientales=\$150.000 - \$400.000
Honorarios Legales Iniciales	Elaboración de estatutos de la S.A.S. y asesoría inicial.	abogados para emprender (pagina web)
TOTAL GASTOS DE PUESTA EN MARCHA	\$1,065,924	Sin honorarios legales

Inversiones Fijas

Concepto (Infraestructura)	Valor (COP)	Tipo
Maquina (Plana, Fileteadora, Recubridora)	\$6.300.000	Maquinaria
Herramientas	\$600.000	Herramienta
Mobiliario (Mesas, Sillas, Escritorio)	\$3.997.000	Mobiliario
Equipos de Cómputo y Video	\$6.100.000	Equipos
Costos de instalación	\$1.500.000	Laboratorio
SUBTOTAL INVERSIONES FIJAS	\$18.497.000	

Inversiones Diferidas

TOTAL INVERSIONES (Fijas + Diferidas) = \$21.797.000

6.2 Egresos

Índice de Actualización Monetaria

- **Índice de Actualización Monetaria (Crecimiento de Egresos):** Se establece en 5% anual a partir del Año 2. Esto representa la tasa de crecimiento esperada de los costos fijos y gastos administrativos (inflación, incremento salarial, arriendos).

7. Plan Operativo

Cronograma de Actividades (Primer Año)

Este cronograma se centra en las metas de **lanzamiento (colecciones)** y la **consolidación de la marca (digital y física)**.

Actividad/ Etapa	Meta a Lograr	Período (Meses)	Requerimientos de Recursos
I. Puesta en Marcha	Formalización Legal, Adecuación del Laboratorio.	M1 - M2	\$1,065,924 Puesta en Marcha, \$18.497.000 Inversión Fija.
II. Colección Cápsula	Lanzar la primera colección Pre-Order (10-20 prendas).	M2 - M3	\$5.0M Marketing de Lanzamiento,(CV) por unidad.
III. Consolidación Digital (YouTube)	Publicar 4-6 videos de I+D/Sostenibilidad; alcanzar 1.000 suscriptores.	M1 - M12	\$2.5M Equipo de Cómputo/Cámara, Honorarios Freelance (Diseño Gráfico).

IV. Presencia Física (Ferias)	Participar en 3-4 ferias/eventos clave en Medellín; agotar el stock de accesorios y piezas básicas.	M3, M6, M9, M12	\$1.0 M Alquiler de stands y stock de piezas de bajo costo.
V. Producción Continua Upcycling	Crear y actualizar un catálogo de 20 piezas únicas upcycling para venta/alquiler/styling.	M1 - M12	Costos Variables (CV) de MOD y Aprovisionamiento de desechos.
VI. Lanzamiento Colección 2	Lanzar la segunda colección Pre-Order (Refuerzo de la marca).	M7 - M8	\$3.0M Marketing y Contenido.

Metas Sociales y Estratégicas

Metas Sociales

- **Educación Sostenible:** Impactar a 5.000 personas en el primer año a través del canal de YouTube, enseñando diseños básicos y hábitos de consumo sostenible.
- **Inclusión Laboral:** Generar empleo digno, priorizando la contratación de mujeres cabeza de familia o población vulnerable en los talleres de confección subcontratados.

Empleo Directo e Indirecto

Tipo de Empleo	Cantidad (Personas)	Características de la Población a Emplear
Directo (Nómina)	3	Emprendedora/CEO, Gerente Digital, Técnico Operativo. Personal altamente cualificado en diseño, I+D y gestión.

Indirecto (Freelance/Tercerización)	4 - 6	Confeccionistas y Maquiladores (subcontratados), Diseñador Gráfico, Creadores de Contenido. Prioridad a talleres pequeños o mujeres artesanas de Medellín.
----------------------------------------	-------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Asociación a Clúster o Cadena Productiva

Lab Maiden se asocia al Clúster Moda y Fabricación Avanzada de Medellín y Antioquia, con un enfoque particular en la Cadena de Valor de la Sostenibilidad y la Innovación Textil.

Alineación con Planes de Desarrollo

- **Plan Nacional de Desarrollo (PND):** Alineación con el eje de "Productividad para la Vida" y la "Economía Circular", al generar valor de los desechos textiles (resignificación) y utilizar métodos de producción que reducen la huella ambiental.
- **Plan Regional de Desarrollo (Medellín/Antioquia):** Contribuye al eje de "Valle del Software y Ciudad Creativa", posicionándose como un laboratorio de I+D que fusiona la ciencia y la tecnología con la creación de moda.

Impacto Económico, Regional, Social y Ambiental

Área de Impacto	Descripción del Impacto	Cuantificación (Primer Año)	Costo de Implementación/ Mitigación
Económico	Generación de ventas, flujo de capital y soporte a la economía circular.	Ventas Nacionales: Proyectadas en \$135.000.000 COP. Empleos Directos: 3 (Salario anual \$58.7M). Proveedores: Crecimiento en la demanda de insumos locales y pago a talleres de confección.	N/A (Impacto positivo por sí mismo).



Social	Educación de la población y creación de oportunidades laborales.	Población Objetivo (Educación): 5.000 personas impactadas por el canal de YouTube. Empleo Indirecto: Generación de trabajo para 4-6 personas en áreas operativas y creativas.	Costo de Mitigación (Canal YouTube): \$1.2M anual para producción y edición de videos educativos.
Ambiental	Reducción de desechos y promoción de la circularidad.	Reducción de Desechos: Resignificación y uso de 1.000 - 1.500 metros de excedentes textiles (en 2 colecciones + piezas únicas). Residuos Cero: Uso de empaques compostables.	Costo de Mitigación/Compensación: \$15.000 por empaque compostable unitario (asumido en el CVU).
Regional (I+D)	Posicionamiento de Medellín como centro de Innovación Textil.	Transferencia de Conocimiento: 4-6 blogs de investigación anuales, disponibles para la industria y emprendedores.	Costo de Implementación (I+D): Inversión de \$3.6M anual en capacitaciones y material de investigación.