



## ÁCRONOS

Emprendimiento de Moda Circular con  
Patronaje Cero Desperdicios Para Mujeres Entre 30 Y 40 Años

**YORELY BALBÍN VALENCIA**

Profesional en Diseño de Vestuario

Facultad de Produccion y diseño

Asesor:

**Juan David Henao Santa**

Magíster en Gerencia de Empresas Sociales  
para la Innovación Social y el Desarrollo Local

Institución Universitaria Pascual Bravo

Profesional en Diseño de Vestuario

Medellín

2025-2

<b>GUÍA INFORME FINAL MODALIDAD EMPREDIMIENTO PLAN DE NEGOCIOS</b>	Código: <b>GDO- GU - 2</b>
	Versión: <b>01</b>
	Página: <b>1 de 1</b>

## Índice

Plataforma Estratégica.....	6
Misión.....	6
Visión.....	6
Objetivos.....	7
Objetivo general.....	7
Objetivos específicos.....	7
Valores Corporativos.....	7
Módulo de Mercados.....	11
Justificación o Planteamiento del problema.....	11
Antecedentes del problema.....	12
Análisis del Sector.....	13
Análisis del Mercado.....	17
Análisis de la Competencia.....	24
Estrategias de Mercado.....	28
Concepto del Producto o Servicio.....	28
Para que se usa del producto o servicio.....	30
Diseño.....	30
Calidad.....	31
Empaque.....	31
Embalaje.....	32
Fortalezas y debilidades de su producto o servicio frente a la competencia.....	33
Fortalezas Únicas.....	33
Cero Desperdicios Cuantificable.....	33
Transparencia Ética y Social.....	33
Diseño Transformable y Funcional.....	33
Debilidades.....	33
Costo de Entrada y Precio Premium.....	33

Complejidad de Producción y Escala.....	34
Reconocimiento de Marca.....	34
Materia prima que utiliza en el producto.....	34
Fibras Principales.....	34
Lino.....	34
Algodón.....	34
Fibras Recicladas (Upcycling).....	34
Distribución.....	35
Qué canal de distribución utilizara.....	35
Venta Digital (E-commerce Principal).....	35
Showroom Experiencial en Taller (Venta por Cita).....	35
Ventas por Consignación.....	35
Representantes o Corredores/Comisionistas (Asesores).....	35
Concesiones, Franquicias y Comercializadoras.....	36
Despacho Directo por parte del Fabricante (Vía Transportadora).....	36
El cliente recoge en la empresa.....	37
Costos del transporte y seguros.....	37
Política de Inventario de Producto Terminado.....	37
Modelo de Producción en Lotes Pequeños.....	37
Sistema de Pre-Venta y Reposición Estratégica.....	37
Reposición.....	38
Circularidad del Inventario.....	38
Precios.....	38
Análisis del precio con respecto a la competencia.....	38
Posicionamiento.....	38
Justificación.....	38
Precio de lanzamiento.....	39
Condiciones de pago.....	40
E-commerce Tarjeta de Crédito / Débito.....	40
Crédito Alternativo.....	40
Consignación/Showroom.....	40
Impuesto a las ventas (a que régimen pertenece la empresa).....	40
Estrategias a utilizar frente a una guerra de precios.....	41
Método utilizado para la definición del precio.....	41
Promoción.....	42
Descuentos por volumen o pronto pago.....	42
Manejo de clientes especiales.....	42
Costo de la promoción de lanzamiento.....	43

Descripción de la promoción para motivar la venta.....	44
Comunicación y publicidad.....	44
Definir las estrategias de difusión del producto o servicio.....	44
Medios y tácticas de comunicación a utilizar.....	45
Costos de la estrategia a utilizar.....	46
Servicios.....	47
Procedimientos para otorgar garantías y servicios post ventas.....	47
Mecanismos de atención a clientes.....	47
Presupuesto de la mezcla de mercados.....	48
Costos de Producto.....	48
Costos de Precio.....	49
Costos de Plaza.....	49
Estrategia de aprovisionamiento de materias primas.....	50
Formas de aprovisionamiento.....	50
Precios de adquisición.....	50
Política crediticia.....	51
Descuento por pronto pago o volumen.....	51
Plazos que se tienen para otorgar los pagos.....	52
Proyección de Ventas.....	53
Posición Arancelaria de Importación / Exportación.....	55
Módulo Operativo.....	56
Operación.....	56
Mano de Obra Operativa Especializada Requerida.....	62
Cuantificación del presupuesto Requerido (Conceptual).....	62
Plan de Compras.....	66
Costos Variables por Unidad.....	66
Costos Fijos de Producción.....	67
Infraestructura.....	68
Módulo Organizacional.....	70
Estrategia Organizacional.....	70
Estructura Organizacional:.....	72
Aspectos Legales.....	73
Costos Administrativos.....	74
Gastos de Personal.....	74
Gastos de Puesta en Marcha.....	75
Módulo Financiero.....	75
Ingresos.....	75
Egresos.....	77

Capital de Trabajo.....	79
Plan Operativo.....	79
Metas Sociales.....	81
Empleo Generado y Características de la Población.....	81
Referencias.....	86

### Lista de Tablas y Figuras

Tabla 1.....	22
Tabla 2.....	48
Tabla 3.....	51
Tabla 4.....	52
Tabla 5.....	61
Tabla 6.....	61
Tabla 7.....	62
Figura 1.....	63
Tabla 8.....	68
Tabla 9.....	69
Tabla 10.....	69
Tabla 11.....	71
Tabla 12.....	72
Tabla 13.....	75
Tabla 14.....	75
Tabla 15.....	76
Tabla 16.....	85
Tabla 17.....	88

## **Plataforma Estratégica<sup>1</sup>**

### **Misión**

ÁCRONOS es una marca de moda sostenible que promueve el equilibrio entre diseño, funcionalidad y responsabilidad ambiental. Su propósito es ofrecer prendas atemporales para mujeres entre 30 y 40 años, creadas mediante procesos conscientes que integran el patronaje cero desperdicios como eje principal, junto con técnicas complementarias como el upcycling y el patronaje industrial. A través de una producción ética y local, ÁCRONOS busca reducir el impacto ambiental de la industria textil y fomentar una cultura de consumo reflexivo, donde cada prenda tenga un propósito y una historia.

### **Visión**

Para el año 2030, ÁCRONOS será reconocida como una marca reconocida en moda sostenible en Colombia, referente por su innovación en el uso de técnicas de diseño responsables y su compromiso con la transformación de la industria textil hacia un modelo circular. Su visión es consolidar una comunidad consciente que valore la durabilidad, la versatilidad y el diseño con propósito, impulsando desde Medellín una nueva manera de entender la moda: más humana, más ética y más sostenible.

---

<sup>1</sup> Para la revisión final del documento se empleó inteligencia artificial únicamente con fines de corrección de estilo, manteniendo la plena autoría, originalidad y responsabilidad académica sobre el contenido.

## Objetivos

### Objetivo general.

Formular un modelo de negocio para la marca ÁCRONOS, orientado al movimiento de moda lenta, que integre el patronaje cero desperdicios como eje estratégico de diseño y producción para responder a las necesidades vestimentarias de mujeres entre 30 y 40 años de edad en la ciudad de Medellín.

### Objetivos específicos.

Analizar el mercado objetivo y las necesidades vestimentarias de mujeres entre 30 y 40 años en Medellín, mediante la revisión de fuentes especializadas, para comprender sus hábitos de consumo y expectativas frente a la moda sostenible.

Diseñar el modelo de negocio para la marca ÁCRONOS como una propuesta de moda lenta con enfoque en patronaje cero desperdicios, integrando la propuesta de valor, segmentación del mercado, estrategia de sostenibilidad y proyección de rentabilidad.

Elaborar una propuesta de prenda bajo el enfoque de moda lenta, utilizando patronaje cero desperdicios como eje estratégico del diseño y la producción.

## Valores Corporativos

**Sostenibilidad:** Promovemos procesos de diseño y producción responsables que reduzcan el impacto ambiental, aprovechando al máximo los materiales y fomentando un consumo más consciente en cada prenda que creamos.

**Ética:** Actuamos con transparencia, equidad y respeto hacia todas las personas involucradas en la cadena de valor, además nos comprometemos con prácticas laborales justas y con relaciones honestas con nuestros aliados.

**Innovación:** Impulsamos la creatividad y la exploración de nuevas formas de diseñar y producir de manera sostenible, investigando y experimentando para desarrollar propuestas funcionales y estéticas que respondan a las necesidades actuales.

**Calidad:** Diseñamos prendas duraderas, versátiles y atemporales, cuidando cada etapa del proceso creativo y productivo y valorando la excelencia tanto en los detalles como en la vida útil de cada pieza.

**Respeto:** Reconocemos la importancia de las personas, las comunidades y el medio ambiente, porque trabajamos desde la empatía y la responsabilidad social para construir relaciones que aporten de manera positiva.

**Cultura y propósito:** Integramos identidad, creatividad y conciencia en cada prenda, buscando que reflejen nuestros valores y conecten con el contexto local apostando por una moda con sentido, que comunique historia y propósito.

### **¿Qué son las políticas y normas de la organización y para qué sirven?**

Las políticas y normas de ÁCRONOS orientan la manera en que se desarrolla el diseño y la producción dentro de la marca, asegurando prácticas responsables, coherentes con la sostenibilidad y alineadas con los estándares nacionales que regulan la industria textil. Estas directrices permiten mantener la calidad de las prendas, optimizar el uso de los materiales y garantizar transparencia frente al consumidor.

### **Políticas de sostenibilidad y producción (Eje cero desperdicios y circularidad)**

El compromiso principal de ÁCRONOS es evitar la generación de residuos textiles desde la etapa de diseño, adoptando el patronaje cero desperdicios como metodología central. Esta política busca asegurar el aprovechamiento total de la materia prima y fortalecer un sistema productivo circular que reduzca el impacto ambiental del taller.

Norma de diseño y patronaje base: Cada colección debe construirse bajo el patronaje alternativo cero desperdicios, priorizando la optimización total del material. El patronaje industrial se utilizará sólo cuando la complejidad del diseño lo requiera, procurando reintegrar cualquier sobrante al proceso productivo.

### **Norma de gestión de residuos**

Todos los residuos textiles generados serán considerados insumos aprovechables; su destinación deberá orientarse a técnicas como el upcycling y el patchwork para garantizar el cierre del ciclo

### **Norma de residuos híbridos y circularidad**

Se establecerán líneas específicas de productos elaborados con los sobrantes del taller, consolidando la circularidad como práctica permanente.

### **Norma de empaque y distribución**

Se prohíbe el uso de plásticos de un solo uso en los procesos de entrega y envío; se emplearán únicamente empaques reciclados, reciclables o compostables.

### **Normas técnicas nacionales aplicables**

ÁCRONOS integra las normas técnicas colombianas que regulan la calidad, el etiquetado y la información al consumidor en el sector textil, con el fin de asegurar estándares reconocidos y prácticas responsables en la producción. Entre las más relevantes se encuentran:

- NTC 1486, que establece los requisitos generales para la fabricación de prendas de vestir.
- NTC 1806, que define la información obligatoria del etiquetado de productos textiles.
- NTC 5133, que regula la simbología de cuidado y conservación de los textiles.
- NTC 2307, referente a la solidez del color frente a diferentes condiciones de uso.

Adicionalmente, se cumple la legislación ambiental vigente, como lo dispuesto en la Ley 99 de 1993 en relación con producción limpia y manejo responsable de residuos. Estas normas

aseguran que la marca opere bajo parámetros de calidad y transparencia acordes con las exigencias del mercado nacional (Icontec, 2018).

### **Referencia a los lineamientos de Empresas B y Sociedades BIC**

Además de las normas internas y técnicas, ÁCRONOS toma como referencia los lineamientos de las Empresas B y las Sociedades de Beneficio e Interés Colectivo (BIC) en Colombia. Estos modelos promueven prácticas empresariales orientadas al impacto social y ambiental positivo, la transparencia, el bienestar laboral y la responsabilidad con las comunidades. Si bien la marca no se encuentra en proceso formal de certificación, dichos lineamientos funcionan como una guía para fortalecer la coherencia ética del emprendimiento y alinearse con estándares globales de sostenibilidad.

La incorporación de estos principios resulta pertinente, ya que las Empresas B promueven un enfoque empresarial que integra propósito y rentabilidad, destacando modelos de negocio comprometidos con soluciones ambientales y sociales (Sistema B, 2020). Este marco refuerza la visión de ÁCRONOS como una marca que busca generar valor más allá del producto, consolidando una identidad responsable y consciente dentro del sector de la moda.

## Módulo de Mercados

### Justificación o Planteamiento del problema.

La industria de la moda en Colombia, y en particular en la ciudad de Medellín, se encuentra en un proceso de transformación impulsado por la creciente preocupación ambiental y por la necesidad de modelos productivos más responsables. El impacto generado por la moda rápida, caracterizada por altos volúmenes de producción, ciclos de consumo acelerados y una significativa generación de residuos textiles, ha motivado a los consumidores a buscar alternativas que ofrezcan mayor transparencia, durabilidad y prácticas sostenibles. Este cambio en los hábitos de compra abre una oportunidad para marcas emergentes que integren la sostenibilidad como eje central de su propuesta de valor y que respondan a las expectativas de un público cada vez más informado y crítico.

En este contexto, se identifica un segmento de mujeres entre 30 y 40 años en Medellín que valora la calidad, la funcionalidad y el diseño consciente, pero que no encuentra suficientes opciones locales que integren estética, practicidad y procesos responsables. La ausencia de propuestas que combinen moda lenta con técnicas especializadas como el patronaje cero desperdicios evidencian una brecha en el mercado que ÁCRONOS puede atender de manera diferenciada. Este enfoque permite no solo la creación de prendas atemporales y versátiles, sino también la reducción significativa de residuos desde la fuente, aportando a una problemática ambiental que afecta de manera directa al sector textil.

La pertinencia del proyecto radica en articular una propuesta de diseño con un modelo de negocio que responda tanto a las necesidades del consumidor actual como a los retos de sostenibilidad del sector. La integración del patronaje cero desperdicios, junto con prácticas como el upcycling y la producción local, fortalece la identidad de la marca y la posiciona dentro de las tendencias emergentes de economía circular. Asimismo, el análisis del mercado, las

entrevistas y los ejercicios exploratorios de diseño permitirán comprender las motivaciones de consumo del segmento seleccionado y validar la viabilidad comercial de la propuesta.

En conjunto, la creación de un modelo de negocio para ÁCRONOS se justifica por su capacidad de aportar una solución concreta a problemas ambientales del sector, satisfacer necesidades reales de un público específico y abrir oportunidades de innovación en la industria local. Con ello, el emprendimiento se proyecta como una propuesta coherente, pertinente y alineada con las nuevas dinámicas del mercado de la moda sostenible en Medellín.

### **Antecedentes del problema.**

La industria textil es una de las actividades más importantes del mundo, abarca prendas de vestir, accesorios, calzado. Esta industria ha generado una necesidad de consumo desmedido de prendas llamado moda rápida, este consiste en un sistema que trae al mercado tendencias que duran poco tiempo, y para suplirlas se producen colecciones quincenales y hasta semanales, que en épocas pasadas salían en las temporadas de primavera-verano y otoño invierno (Barrios, 2012).

Este sistema de producción de la moda rápida es lineal consiste en tomar, hacer y descartar. La mayoría de las prendas no alcanzan a ser utilizadas y terminan en vertederos o incineradoras, adicionalmente. Los insumos son de baja calidad y la mano de obra se da en circunstancias infrahumanas sin garantías laborales y las condiciones de salud y sanidad son casi inexistentes lo que permite que las prendas sean comercializadas a muy bajo costo (Pastrana Granados & Almanza Chavez, 2021). Lo anterior, fomenta en los consumidores compras aceleradas sin pensar en la calidad del producto que en la mayoría de los casos termina en la basura por su deterioro o pérdida de vigencia siendo esto una problemática socioambiental.

La moda lenta surge como una alternativa social y ambientalmente responsable para hacerle frente a la moda rápida (Vázquez, 2019). Es una estrategia de la moda circular que

consiste en cambiar el sistema productivo lineal de tomar, hacer y descartar a crear y mantener, desarrollando prendas con materiales de calidad, en cantidades moderadas, atemporales y con pago justo a sus empleados. De este movimiento se derivan diferentes alternativas de moda sostenibles tales como el upcycling, patchwork y el patronaje cero desperdicios.

El patronaje cero desperdicios es una forma de desarrollar el diseño contemplando desde el inicio utilizar toda la materia prima sin generar ningún residuo, reduciendo el impacto en el medio ambiente (Giménez, 2020). A través de la moda cero desperdicios se puede hacer uso de formas geométricas, frunces, pliegues, plises y anudados para adaptar los textiles a los volúmenes del cuerpo, dando como resultado prendas únicas. Con esta alternativa de cero desperdicios se desarrollará un modelo de negocio de moda lenta, el cual consiste en la creación de prendas resistentes, algunas con posibilidad de transformación, versátiles y atemporales, lo cual permitirá que su consumidor disfrute más tiempo de su compra, además de ayudar a disminuir el consumismo.

La marca ÁCRONOS será una marca de prendas casuales y sus diseños están pensados para ser funcionales viendo la moda como trascendencia y no sólo como tendencias. La marca velará por que la pérdida de materia prima sea mínima incluso si hay residuos se reutilizarán creando accesorios para la misma prenda o en otras piezas atemporales (Gutiérrez Ballesteros, Luengas Beltran, & Ramírez López, 2021).

## **Análisis del Sector**

### **Generalidades del sector al cual pertenece su producto**

ÁCRONOS se relaciona con el sector textil y de confección siendo este uno de los pilares históricos de la industria manufacturera en Medellín - Colombia, con presencia de un gran número de empresas, talleres y marcas de diseño; este sector se caracteriza por una cadena de valor amplia y diversa que incluye la producción de telas, la confección, la comercialización, el

desarrollo de marcas y otros, lo que contribuye a la coexistencia de grandes industrias, pequeñas unidades de producción y start-ups emergentes.

A pesar de que el modelo predominante en el país sigue siendo de moda rápida y producción en masa, en los últimos años ha habido una aparición importante en propuestas sostenibles, marcas independientes y productos de mayor valor agregado, debido a que han habido oportunidades para iniciativas que combinan diseño consciente, procesos de producción y nuevas metodologías de trabajo, como el patronaje de cero desperdicio; para este sector tradicional y a la vez innovador, con una tendencia de demanda creciente por prácticas más éticas y transparentes, abre oportunidades para emprendimientos que se ajusten a la nueva dinámica.

### **Desarrollo tecnológico e industrial del sector**

Por otro lado, el sector textil y de confección en Colombia se ha modernizado y a su vez, ha adquirido tecnologías que contribuyen a limpiar su producción, un ejemplo son las empresas, han comprado maquinaria de corte automatizado, sistemas confección más precisos y nuevos sistemas de teñido que, aunque no resuelven en un 100% el desperdicio de agua, sí disminuyen sustancialmente el impacto. En el diseño y el patronaje se han introducido consecuentemente software CAD/CAM y programas de modelado, permitiendo que los errores sean menores, trazos más estratégicos y que los tiempos de confección sean menores. También ha permitido experimentar con técnicas de patronaje cero desperdicios, logrando innovaciones en toda la cadena, aunque estas no impactan aún los talleres más pequeños, sí se observa el fortalecimiento de una tendencia hacia su limpieza y el orden en estas.

### **Comportamiento del sector en los últimos 3 años (importaciones, exportaciones)**

El comportamiento reciente del sector ha estado marcado por una recuperación económica post-pandemia que, si bien impulsó la producción inicial, ha experimentado una moderación debido a factores macroeconómicos como la inflación y las altas tasas de interés. A

pesar de la resiliencia productiva, la competencia se ha intensificado notablemente por el crecimiento de las importaciones de prendas de bajo costo provenientes de Asia, lo que representa una amenaza directa para el segmento de precios bajos. En contraste, las exportaciones se han mantenido consistentes, siendo impulsadas por productos de alto valor agregado (como la ropa interior y la ropa de control), lo que demuestra el potencial de la industria colombiana para competir con productos de diseño y calidad. La tendencia más relevante para Ácronos ha sido el crecimiento sostenido de la demanda por consumo sostenible y transparente, lo que valida la oportunidad de la marca.

### **Evolución**

La industria de la moda colombiana se encuentra en una fase de profunda transformación, impulsada por la exigencia del mercado global y la creciente conciencia del consumidor local (Inexmoda, 2025; Coomeva, 2024)

### **Tendencia a Corto Plazo (1-2 años)**

El enfoque principal se centra en la digitalización y la eficiencia operativa junto con la sostenibilidad como imperativo de mercado.

### **Digitalización y E-commerce**

Existe una fuerte tendencia a la venta directa al consumidor (D2C) a través de plataformas digitales (Coomeva, 2024). Esto permite a marcas como Ácronos, que operan bajo un modelo e-commerce, competir directamente con grandes retailers ampliando su alcance.

### **Innovación en Materiales y Procesos**

La industria está invirtiendo en fibras recicladas (ej. LYCRA® EcoMade), algodón orgánico y procesos de teñido con cero consumos hídricos (MDC, 2025). Ácronos debe capitalizar esta tendencia utilizando estos insumos y destacando su propia innovación en el patronaje cero desperdicios.

### **Énfasis en el Diseño con Propósito**

Las tendencias de diseño se orientan a la sofisticación de lo esencial, en productos únicos, que sean funcionales para varias ocasiones de uso y la reconexión con estampados botánicos y artesanales (El Tiempo, 2025) evitando consumos excesivos de agua y de tintes. Esto valida el enfoque de ÁCRONOS en el diseño atemporal y la producción ética local.

Tendencia a Mediano Plazo (3-5 años): La tendencia pasa de ser una opción a convertirse en un estándar, con un foco en la economía circular, la trazabilidad y el fortalecimiento de la cadena de suministro local.

### **Consolidación de la Economía Circular**

La moda circular (reutilización y reciclaje de materiales) y el upcycling dejarán de ser una práctica de nicho para volverse un hábito cotidiano entre consumidores jóvenes (Elvalluno.com, 2025; Procolombia, 2024). La técnica de upcycling y patchwork de Ácronos se consolida como una práctica comercial sostenible y esperada.

### **Fortalecimiento Normativo**

Se espera un fortalecimiento de las normativas en trazabilidad y la Responsabilidad Extendida del Productor (MDC, 2025). Esto obligará a las empresas a ser tan transparentes como lo es ÁCRONOS desde su concepción.

Tendencia a largo Plazo (5+ años): El futuro estará marcado por la transparencia total, la inclusión y los modelos de negocio regenerativos. La sostenibilidad no será una opción sino un punto de no retorno (Código Malva, 2023). Las empresas que no implementen políticas reales para mitigar el daño ambiental tenderán a desaparecer. La visión de Ácronos de un modelo más ético, humano y sostenible es, por lo tanto, una estrategia de supervivencia a largo plazo

### **Demanda de Transparencia Total**

El consumidor exigirá trazabilidad completa y un mayor conocimiento sobre el impacto social de las prendas, incluyendo iniciativas de inclusión laboral y respeto por las tradiciones culturales (MDC, 2025; Intextil, 2024).

### **Personalización y Experiencia**

La industria buscará la personalización y la moda genderless (Econexia, 2025), lo cual puede ser adoptado por ÁCRONOS mediante la versatilidad de sus diseños atemporales.

### **Análisis del Mercado**

#### **Diagnóstico de la estructura actual del mercado nacional y/o de los países objetivos**

El sector textil y de confección en Colombia opera bajo una estructura de mercado altamente concentrada, dominada por grandes cadenas de *retail* nacionales e internacionales, lo cual impulsa el volumen de consumo anual que supera los COP \$32 billones (Inexmoda/Raddar, 2024). Este modelo se sustenta en cadenas de suministro globales rápidas que, si bien ofrecen bajos precios, generan vulnerabilidad en la industria nacional ante la competencia desequilibrada de importaciones y la volatilidad de los acuerdos comerciales internacionales (Análisis Acuerdos Comerciales, 2023).

La concentración obliga a las empresas nacionales a competir por valor agregado y diseño, no por precio. En este entorno, la tendencia hacia la sostenibilidad ha pasado de ser un nicho a un imperativo competitivo; el diagnóstico actual revela una polarización del mercado, donde el precio bajo coexiste con una demanda emergente y financieramente sólida que busca prácticas responsables y la economía circular. Esta polarización es la base de la oportunidad de Ácronos, que se posiciona en el segmento de valor donde la calidad y el impacto ético son innegociables.

**El mercado objetivo**

El mercado objetivo principal de Ácronos se define como mujeres tecnólogas profesionales y administrativas, de 30 a 40 años de edad, residentes en el área metropolitana de Medellín. Este grupo no solo posee la estabilidad económica necesaria para realizar compras premium, sino que también se caracteriza por su alto nivel de información y empoderamiento (Inexmoda, 2018). Son consumidoras que, en su etapa vital actual, buscan consolidar su imagen profesional con prendas que sean a la vez elegantes, funcionales y que reflejen una conciencia social y ambiental madura. Geográficamente, Medellín es crucial, ya que es el centro de la moda en Colombia, lo que facilita la conexión con este segmento de consumidoras que participan activamente en redes profesionales. La marca apunta a mujeres que ven la moda como una extensión de su filosofía de vida responsable.

**Justificación del mercado objetivo**

La justificación para centrarse en mujeres de 30 a 40 años de ingresos medio-alto y alto en Medellín radica en la psicografía del "Inversor Consciente". Estudios demuestran que, a partir de los 35 años, los consumidores son económicamente más estables y son quienes más utilizan plataformas digitales para informarse y realizar compras online (Inexmoda, 2018). Este grupo ya ha superado la fase de consumo impulsivo adolescente y prefiere ser selectivo, desechando la ropa de los 20 para proyectar una imagen más cuidada y funcional (Guzmán, 2016). Además, están fuertemente influenciadas por la responsabilidad social, ligando sus logros y autoimagen a su capacidad de hacer la diferencia mediante el consumo responsable, lo que valida la propuesta de Ácronos de cero desperdicios y salario digno como un diferenciador de valor (Inexmoda, 2018).

### **Estimación del mercado potencial**

El Mercado Potencial se basa en la población femenina activa en el rango de edad 30-40 años en el Valle de Aburrá, estimada en 400.000 mujeres (DANE, 2018). El desafío es cuantificar el Mercado Nicho, es decir, el segmento de estas mujeres que son activas compradoras de moda sostenible. Reportes sectoriales indican que la demanda por productos sostenibles crece constantemente, estimándose que el 18% del gasto de moda en los hogares está dirigido a este tipo de artículos (Mundo Textil, 2024). Esto proyecta un Mercado Nicho Potencial de aproximadamente 72.000 consumidoras en la región. El crecimiento de este nicho es alimentado por la mayor exposición a información sobre el impacto ambiental, lo que garantiza que la base de clientes de Ácronos se expandirá a una tasa superior a la del mercado de moda general.

### **Consumo aparente y Consumo per cápita**

El Consumo Aparente de moda en Colombia es robusto, superando los COP \$32.1\$ billones (2023). Este consumo se concentra en las principales ciudades, siendo el Área Metropolitana de Medellín un foco de alto gasto. El Consumo Per Cápita es elevado en este segmento (30-40, ingresos medio-alto), que tiene una mayor disponibilidad de ingreso discrecional. Aunque Ácronos vende a un precio superior, la estrategia de la marca se alinea con la tendencia post-pandemia de comprar menos, pero de mejor calidad, donde el costo-beneficio y la durabilidad reemplazan a la variedad de prendas como principal criterio de valor (EAFIT, 2023). El consumo per cápita de este segmento se traslada a un valor monetario mayor por unidad comprada.

### **Magnitud de la necesidad, otro**

La Magnitud de la Necesidad satisfecha por Ácronos es la de resolver la disonancia cognitiva que sienten las profesionales conscientes al comprar en el mercado tradicional. La

necesidad es alta porque el nicho requiere productos que funcionen como "declaraciones éticas". Esto se traduce en una alta demanda de trazabilidad y transparencia que la moda rápida no puede ofrecer (Análisis Grupo Focal, s.f.). La necesidad de Ácronos de implementar la técnica de cero desperdicios y garantizar el salario justo es una respuesta directa a esta demanda de coherencia y propósito, diferenciándose de otras marcas de moda lenta que no tienen un impacto ambiental tan cuantificable desde el patronaje.

### **Estimación del segmento/ nicho de mercado (tamaño y crecimiento)**

El Segmento/Nicho de Mercado es la porción del mercado potencial que Ácronos puede y debe capturar. Se define estrictamente como el Consumidor Consciente. Basado en la segmentación demográfica (400.000 mujeres) y las tendencias de gasto, se estima que el 18% de este segmento base ya está destinando su gasto a productos sostenibles (Mundo Textil, 2024). Esto proyecta un nicho de 72.000 consumidoras potenciales ( $\$400.000 \times 0.18$ ). Crucialmente, este nicho presenta un crecimiento anual estimado del 5-8% (superior al crecimiento general de la industria), lo que garantiza la sostenibilidad financiera del proyecto y una expansión constante de la base de clientes. La rentabilidad del nicho se justifica por su baja sensibilidad al precio cuando la promesa de valor ético es transparente.

### **Perfil del Consumidor y/o del cliente**

El perfil del cliente, el consumidor Consciente, es una persona empoderada, informada y leal (Inexmoda, 2018). Sus decisiones se centran en el Propósito, la Funcionalidad (necesidad de versatilidad para el "armario cápsula") y la Longevidad (inversión que justifica el precio premium). Este perfil no solo exige comodidad post-pandemia, sino que valora la narrativa detrás de la prenda. Están dispuestos a pagar el sobrecosto de la trazabilidad completa y la producción con cero desperdicios, percibiendo este costo como una contribución activa a la economía circular y al bienestar social.

**Tabla 1**  
*Perfiles de Grupo Focal*

Nombre	Edad	Ocupación	Estilo	Personalidad y Enfoque
Catalina López	35	Diseñadora Gráfica Freelance	Creativa Minimalista	Práctica, valora la funcionalidad y el buen diseño. Busca la durabilidad por encima de la tendencia.
Paola Restrepo	32	Administradora de Empresas	Clásico Elegante	Interesada en la sostenibilidad, pero el factor precio es un limitante. Valora la imagen profesional.
Andrea Jaramillo	38	Ingeniera Ambiental	Eco Consciente	Muy comprometida con el impacto ambiental y social. Extremadamente crítica con el fast fashion.
Marcela Vélez	40	Docente Universitaria	Bohemia-Cómoda	Prioriza la comodidad y la historia detrás de las prendas. Busca piezas únicas y con valor artesanal.
Laura Gómez	30	Dueña de Spa	Trendy-Sofisticada	Sigue tendencias, pero está empezando a cuestionar el consumo excesivo. Busca calidad y diferenciación.
Juliana Mesa	33	Arquitecta	Funcional-Urbana	Muy práctica, necesita ropa versátil que la acompañe todo el día. Valora el diseño limpio y los materiales resistentes.
Isabel Cristina Gil	36	Gerente de Proyectos	Formal-Versátil	Necesita un guardarropa que transite entre lo formal y lo casual sin esfuerzo. El tiempo es clave, busca soluciones rápidas.
Sofía Quintero	31	Nutricionista Deportiva	Deportiva-Casual	Su vida es muy activa, la ropa debe ser cómoda, de secado rápido y que le sirva para el trabajo y el ejercicio ligero.
Margarita Sierra	39	Emprendedora Digital	Casual-Versátil	Le gusta apoyar marcas locales y proyectos con propósito. Su compra es más emocional e impulsada por valores.

Elena Osorio	37	Abogada	Clásico-Discr eta	Muy conservadora en sus compras, invierte en básicos atemporales. Cuestiona la moda sostenible si no es accesible.
Daniela Muñoz	34	Publicista	Arriesgada-Ú nica	Busca prendas que la hagan destacar y que cuenten una historia. Es la más abierta al upcycling y piezas no convencionales.
Vanessa Hoyos	32	Agente Inmobiliaria	Práctica-Mod erna	La calidad es su principal driver de compra. Necesita prendas que duren y mantengan su aspecto profesional.
Carolina Arias	40	Ama de Casa/Voluntaria	Sencilla-Natur al	Le preocupa el planeta por el futuro de sus hijos. Busca opciones sencillas y claras de sostenibilidad.
Adriana Rojas	35	Experta en E-commerce	Híbrida-Cons ciente	Muy informada sobre la industria textil. Busca el equilibrio entre precio, calidad y ética de producción.
Silvia Cadavid	38	Consultora Financiera	Mínimalista-B ásica	Su armario es una "cápsula". Compra muy poco, pero invierte alto en piezas de máxima durabilidad y diseño atemporal.

Nota. Perfiles de las 15 Participantes del Grupo Focal, autoría propia.

La demanda válida el modelo de negocio de Ácronos, definida por una búsqueda de la "Inversión Consciente" donde la funcionalidad, la durabilidad y el diseño atemporal son requisitos no negociables. Este segmento de consumidoras es práctico, activo y prioriza la comodidad y la versatilidad para transitar entre lo formal y lo casual, mientras que su interés en la sostenibilidad es alto, actuando como un factor de diferenciación ética crucial, aunque el factor precio sigue siendo un limitante para la compra, lo que implica que el valor agregado de Ácronos (Zero Waste, Salario Digno) debe justificar el costo elevado a través de la máxima calidad,

resistencia profesional y una narrativa transparente y emocional que les permita apoyar proyectos locales con propósito.

### **Importaciones y exportaciones del producto / servicio a nivel nacional y mercados objetivos (países)**

El análisis de la balanza comercial para el sector textil y de confección en Colombia es crucial, ya que define el entorno competitivo y las oportunidades de expansión internacional para Ácronos, la cual se proyecta inicialmente al mercado nacional, pero con potencial exportador. Las importaciones representan una alta amenaza competitiva, especialmente en el segmento de precios bajos, el comportamiento las importaciones de prendas de vestir y textiles se han mantenido en niveles altos durante 2023 y 2024, superando consistentemente las exportaciones en volumen y valor, lo que intensifica la presión sobre el precio en el mercado local (DANE/Inexmoda, 2024). Los principales países de origen de las importaciones son China, Bangladés y Vietnam, países con estructuras de costos que el modelo ético de ÁCRONOS no busca replicar.

Las exportaciones colombianas del sector, aunque superadas por las importaciones en volumen, se concentran en segmentos de valor agregado y diseño, lo que favorece el modelo de ÁCRONOS. Los mercados objetivos clave son los países vecinos y socios estratégicos Estados Unidos, Ecuador, México y Perú (ProColombia, 2024). Estos mercados valoran el diseño colombiano y están sujetos a acuerdos comerciales favorables. ÁCRONOS debe apuntar al mercado de Estados Unidos (principal receptor de moda colombiana de valor) y México (alta conciencia del consumidor ético) una vez consolidado el mercado local. El producto de ÁCRONOS, con su alta diferenciación en cero desperdicios, se alinearán con las exigencias de sostenibilidad de estos mercados.

### **Relacione los productos sustitutos y productos complementarios**

Los productos sustitutos en el mercado de vestuario son aquellos que satisfacen la necesidad de vestir, pero a través de modelos de producción radicalmente opuestos al de ÁCRONOS, o bien, a través de alternativas de consumo. El principal sustituto es la moda rápida, que representa la mayor amenaza debido a su capacidad de ofrecer bajos precios y una constante rotación de tendencias (Econexia, 2023). Sin embargo, esta amenaza se mitiga fuertemente porque el segmento objetivo de Ácronos lo rechaza por motivos éticos, priorizando la inversión a largo plazo sobre el volumen de gasto. Otro sustituto relevante es el Mercado de Ropa de Segunda Mano, que si bien compite al ofrecer prendas funcionales fuera del circuito de producción, se convierte en una competencia de filosofía o un complemento ideológico al promover también la circularidad y la reutilización de prendas existentes (Semafor, 2023). Finalmente, las Marcas de Diseño de Autor tradicionales son sustitutos de precio premium que compiten por calidad, pero carecen del enfoque explícito y medible de cero desperdicios y la garantía de trazabilidad que ofrece ÁCRONOS.

### **Análisis de la Competencia**

#### **Empresas competidoras que elaboran productos similares a los nuestros**

La competencia directa se agrupa en el segmento de Moda Lenta y Diseño de Autor Ético en Colombia. Estas marcas validan la demanda por productos de alto valor y ética en Medellín.

#### **Sastrería y Funcionalidad Ética**

Nueve Once, Manuela Álvarez, Symphony, A New Cross, Lina Cantillo (Sastrería de Lujo).

#### **Valor Artesanal y Lujo**

Pepa Pombo (Tejido de Punto), Paula Andrea (Tintes Naturales), Lenerd (Marroquinería Sostenible).

## **Diseño de Vanguardia y Upcycling**

Esteban Cortázar, Juan de Dios (Resort Wear Sostenible).

## **Productos y precios que maneja la competencia**

La competencia se enfoca en prendas atemporales y de inversión (armarios cápsula), justificando precios premium por el diseño y la trazabilidad.

## **Categoría de Producto**

- Principales Básicos Funcionales/Sastrería (Nueve Once, Symphony) \$350.000 - \$900.000 Calidad de la fibra (Lino, Tencel) y mano de obra local.
- Diseño de Autor/Tejido de Punto (Pepa Pombo, Manuela Álvarez) \$600.000 - \$1.500.000 Valor intangible del proceso artesanal/tecnología textil especializada.
- 
- Lujo y Sastrería Alta (Lina Cantillo, Esteban Cortázar) \$1.500.000 - \$3.000.000 Materiales importados y exclusividad del diseño de alta costura.

## **Plazos de pago**

La competencia utiliza los plazos de pago estándar ofrecidos por las tarjetas de crédito y las plataformas de financiamiento externas (Addi, Sistecredito, etc.). No ofrecen, en general, facilidades crediticias propias o plazos extendidos que impliquen un riesgo directo para la marca, asegurando un flujo de caja constante y protegiendo el margen de ganancia ético.

## **Descuentos**

La política de descuentos de la competencia es restrictiva y está diseñada para proteger el valor de marca. Los descuentos son mínimos y se limitan a liquidación de stock al final de la temporada, oscilando entre el 30% y el 40% máximo. Esta política comunica al cliente que el precio inicial es un reflejo genuino del costo ético del producto (materia prima, mano de obra justa) y no un precio para descuentos.

## **Publicidades**

La estrategia de publicidad es fundamentalmente narrativa, digital y segmentada, buscando una conexión emocional e ideológica con el consumidor. Se prioriza el contenido de valor (storytelling, educación sobre el proceso) sobre la promoción agresiva. Los canales clave son Instagram, TikTok (con enfoque editorial) y el e-mail marketing, documentando el origen de las fibras y el proceso de confección local y se emplean micro-influencers o líderes de opinión alineados con la sostenibilidad para reforzar la autenticidad y credibilidad de las marcas.

## **Materia prima que utiliza para la elaboración del producto**

El estándar de la competencia es el uso de materiales de alta calidad y bajo impacto, lo que constituye un requisito de entrada al nicho.

## **Fibras Naturales y Regeneradas**

Algodón orgánico (GOTS), lino, cáñamo, Tencel y fibras recicladas (poliéster PET).

## **Inversión en Trazabilidad**

Las marcas invierten en certificar la trazabilidad del origen de la fibra (Mundo Textil, 2024).

## **Oportunidad para ÁCRONOS**

La debilidad de la competencia radica en el residuo post-corte (10-20%). ÁCRONOS capitaliza al integrar el cero desperdicios desde el patronaje como su estándar de materia prima más eficiente.

## **Nivel de satisfacción de los deseos del cliente**

El nivel de satisfacción es alto y se basa en la consecución de una meta de coherencia ética y estética por parte del cliente. La lealtad es ideológica, el cliente no solo está satisfecho con la calidad de la prenda, sino con la alineación moral de la compra. El cliente logra hacer una

"declaración ética" y profesional a través de su vestuario, lo que genera una alta tasa de retención y recomendación.

### **Mercado y segmento que maneja**

El mercado está muy bien definido y es el mismo al que ÁCRONOS se dirige, lo que indica un mercado probado y educado. El Segmento son mujeres profesionales de 30 a 40 años, con ingresos medio-alto y alto en Medellín. Este nicho representa aproximadamente 72.000 consumidoras potenciales en la región metropolitana.

### **Capacidad técnica, financiera y administrativa**

La estructura de las consumidoras refleja el principio de moda lenta con un crecimiento lento y controlado.

**Técnica:** Se basan en la producción en lotes pequeños y el control de calidad estricto en talleres locales, lo que asegura la trazabilidad, pero limita el volumen.

**Financiera:** El crecimiento es principalmente orgánico y autofinanciado (reversión de utilidades), evitando deudas que fueren una expansión rápida y comprometan los estándares éticos.

**Administrativa:** Estructuras planas y ágiles que mantienen bajos los costos indirectos, siendo el diseño y la cadena de suministro los focos de inversión.

### **Imagen ante sus clientes**

La imagen es un activo estratégico que comunica valor, exclusividad y responsabilidad.

### **Sofisticación y Autenticidad**

Proyectan una imagen de exclusividad consciente, utilizando fotografía editorial cuidada y una estética minimalista.

### **Responsabilidad Verificada**

Son percibidas como marcas confiables que cumplen con sus promesas de trazabilidad, permitiendo a sus clientes sentirse parte de una solución social y ambiental.

### **Posicionamiento de Ácronos**

La marca debe proyectar una imagen de Pionera y Solucionadora, enfatizando el proceso de cero desperdicios como un acto de ingeniería sostenible superior a la competencia.

## **Estrategias de Mercado**

### **Concepto del Producto o Servicio**

El concepto del producto de ÁCRONOS se fundamenta en la transformación del modelo de consumo y producción textil. La marca convierte la urgencia ambiental de la industria (segunda más contaminante) en una propuesta de valor única, ofreciendo soluciones funcionales y éticas para el vestuario. El ciclo de ÁCRONOS se fundamenta en la circularidad, acogiendo como eje central una alternativa de la moda lenta llamada patronaje cero desperdicios (*Zero Waste*), donde el diseño se concibe para utilizar el 100% de la tela desde el inicio. Esto elimina el residuo de precorte.

### **Descripción básica**

Ácronos es la marca de moda lenta que promueve un nuevo estilo de vida a través de diseños atemporales, funcionales y transformables, cuya esencia es el patronaje cero desperdicios (*Zero Waste*), garantizando una inversión de impacto ambiental y ético positivo

### **Especificaciones o características**

Los atributos del producto reflejan el doble compromiso de Ácronos: diseño inteligente y responsabilidad radical.

### **Diseño**

Colecciones cápsula basadas en diseños atemporales, altamente funcionales y transformables, que permiten a las clientas crear un armario cápsula versátil. La calidad superior de la confección asegura la longevidad de las piezas.

### **Patronaje**

Además del patronaje industrial la implementación del patronaje cero desperdicios (Zero Waste) como eje principal, que garantiza el uso del 100% de la tela en el proceso de corte, atacando directamente el problema del residuo textil

### **Materiales**

Uso de materias primas seleccionadas por su bajo impacto ambiental (ej. fibras orgánicas o regeneradas) que, combinadas con la técnica de cero desperdicios, ofrecen el máximo beneficio ecológico.

### **Compromiso Ambiental**

La producción está elaborada con el fin de no generar residuos ni antes, ni durante, ni después de su ciclo de vida, enfrentando la contaminación hídrica y las emisiones de gases de efecto invernadero, los residuos que queden del patronaje industrial serán aprovechados en accesorios y/o en nuevos desarrollos de otras prendas utilizando alternativas como el patchwork.

### **Transparencia Ética**

Garantía explícita de un salario digno y condiciones laborales justas, transformando la cadena de producción en una fuente de impacto social positivo.

### **Armario con Propósito**

El producto funciona como una inversión en piezas únicas que reflejan los valores y la personalidad del cliente, superando el consumo masivo e inconsciente.

**Para que se usa del producto o servicio**

La prenda de vestir de ÁCRONOS cumple una función dual: la utilidad práctica (cubrir y vestir) y la utilidad ética (expresar y transformar). Se diferencia de la moda rápida en que su propósito es ser una pieza de inversión, no de consumo desechable.

La prenda de vestir de Ácronos se usa para construir un guardarropa funcional y duradero. Se utiliza como la base de un armario cápsula debido a su diseño atemporal y transformable, permitiendo a la clienta combinar un número limitado de piezas para múltiples ocasiones, la mayoría de prendas se usa como una inversión, ya que su alta calidad y proceso de cero desperdicios garantizan una vida útil considerablemente más larga que la media de la industria. Su propósito es reducir la necesidad de reemplazo constante y así garantizar la reducción directa del residuo textil y la contaminación generada por la industria.

**Diseño**

El diseño de las prendas de ÁCRONOS es la manifestación directa de su filosofía de funcionalidad, sostenibilidad y cero desperdicios. El diseño es atemporal, funcional y transformable, evitando intencionalmente seguir tendencias efímeras para garantizar que cada pieza mantenga su relevancia durante décadas y apoye el concepto de inversión a largo plazo. Si bien se utiliza el patronaje industrial como base para asegurar la consistencia y la estandarización de las tallas (fundamental para la escalabilidad y la calidad), este se somete a la restricción Zero Waste. La innovación reside en la adaptación del patronaje industrial para que cada pieza se dibuje y corte utilizando el 100% de la tela, eliminando los retales generados tradicionalmente.

El upcycling y otras alternativas se integran en el proceso de diseño para aquellos pequeños excedentes o prendas devueltas. Esto permite crear piezas de edición limitada, accesorios, o detalles ornamentales a partir de material que de otra forma sería residuo,

reforzando la circularidad. El foco está en crear piezas esenciales y funcionales (por ejemplo, prendas reversibles o ajustables) que pueden combinarse de múltiples maneras, maximizando la versatilidad para las necesidades vestimentarias de las mujeres en su día a día.

### **Calidad**

La calidad en ÁCRONOS no es solo un atributo funcional, sino un imperativo ético que soporta la promesa de la longevidad de la prenda. Se seleccionan fibras de alta tenacidad y bajo impacto que resisten el uso frecuente y los lavados sin degradación rápida, asegurando que la prenda mantenga su integridad por años. La confección se realiza con estándares de lujo lento, lo que implica costuras reforzadas, acabados internos impecables y atención al detalle en cada unión, cumpliendo con la exigencia del segmento de alto valor. El control de calidad se aplica en cuatro puntos críticos: 1) Certificación de la materia prima; 2) Verificación del patronaje cero desperdicios antes del corte; y 3) Revisión del acabado final y durabilidad 4) Definir dónde se usarán los sobrantes del patronaje industrial. Esta inversión en calidad protege la promesa de inversión a largo plazo para el cliente.

### **Empaque**

La estrategia de empaque primario de Ácronos debe reflejar su compromiso con el cero desperdicios y la circularidad efectiva, no sólo la percepción estética. Por lo tanto, se optará por materiales con una alta tasa de recuperación post-consumo, priorizando la cadena de reciclaje del papel y el cartón. Se tiene como propuesta una caja o estuche rígido de cartón reciclado con certificación FSC, diseñado para proteger la prenda. Adicionalmente se usará papel tissue libre de ácido y 100% reciclado, utilizado para envolver la prenda individualmente, minimizando el roce y garantizando su presentación estética. Las etiquetas serán fabricadas con papel reciclado, minimizando el impacto al final de su vida útil o en su defecto no será necesaria la etiqueta ya que la clienta será concientizada del tipo de prenda que llevará.

Aunque una bolsa de tela de algodón puede ser reutilizable, su producción inicial requiere una cantidad sustancialmente mayor de agua y energía que el papel o cartón reciclado, y su impacto ambiental solo se justifica si el consumidor la reutiliza cientos de veces, lo cual rara vez ocurre (Hortons, 2018). Para una marca centrada en la reducción del impacto, es más coherente minimizar el impacto en la fase de producción, incluso del empaque y al elegir un empaque que puede ser fácilmente depositado por el consumidor en el contenedor de reciclaje, ÁCRONOS extiende su promesa de circularidad a la logística. Esto evita la ilusión de sostenibilidad asociada a materiales que son técnicamente reciclables o reutilizables, pero que terminan en vertederos debido a la dificultad de disposición final o el alto costo de energía en su reprocesamiento. El empaque se convierte en un símbolo tangible de la simplicidad y la eficiencia del modelo Cero desperdicios.

### **Embalaje**

El embalaje secundario (o de envío) de ÁCRONOS busca garantizar la máxima circularidad del paquete entregado, basándose en la premisa de que la marca controlará al 100% todo lo que esté en sus manos para minimizar el impacto, el embalaje interno y el paquete base serán reciclables (solo papel y cartón), eliminando el plástico para asegurar un residuo fácilmente gestionable por el cliente. El diseño es la clave para compensar el impacto inevitable del envío.

- **Material Base:** Cartón corrugado reciclado (certificado FSC).
- **Sellado:** Cinta de papel engomado o cinta de papel compostable, eliminando el plástico de sellado.
- **Relleno:** Papel Kraft reciclado o cartón, evitando icopor o plástico de burbujas.

Se reconoce que Ácronos debe utilizar empresas de envío masivas externas (operadores logísticos estándar) para la distribución, las cuales no necesariamente comparten la filosofía de sostenibilidad de la marca. Es posible que el impacto se salga de las manos de ÁCRONOS en

aspectos como el combustible utilizado en el transporte o el uso obligatorio de guías y rótulos plásticos requeridos por estos operadores.

### **Fortalezas y debilidades de su producto o servicio frente a la competencia**

Este análisis contrasta la propuesta de ÁCRONOS con las diez marcas de lujo lento y diseño de autor analizadas, destacando la singularidad del modelo de negocio.

#### **Fortalezas Únicas**

##### **Cero Desperdicios Cuantificable**

La promesa central es la más fuerte del mercado, ya que aborda la eficiencia del proceso (patronaje Zero Waste). Esto posiciona a ÁCRONOS como líder en circularidad de proceso, superando a la competencia que aún genera residuos de corte (10-20%).

##### **Transparencia Ética y Social**

El compromiso explícito de garantizar el salario digno y no solo la producción ética genérica se comunica en la estructura de costos. Esto genera una confianza y lealtad ideológica superior en el segmento de clientes que buscan el máximo impacto social positivo por su inversión.

##### **Diseño Transformable y Funcional**

La modularidad y la versatilidad de las prendas (diseño que se ajusta/combina) maximizan la utilidad de la inversión, lo que es un argumento de valor más fuerte para la clientela frente a las piezas de diseño de autor más conceptuales.

#### **Debilidades**

##### **Costo de Entrada y Precio Premium**

La debilidad de ÁCRONOS es su precio de venta inicial. La complejidad del patronaje cero desperdicios y el costo de garantizar un salario digno empujan el precio de algunas prendas

al rango medio- alto del mercado (\$150.000 COP a \$300.000 COP), lo cual es una barrera para los consumidores conscientes con menor poder adquisitivo.

### **Complejidad de Producción y Escala**

El patronaje cero desperdicios, si bien es una fortaleza, es una restricción técnica que limita la velocidad y el volumen de producción en comparación con el patronaje industrial estándar. Esto puede generar tiempos de espera más largos y menos flexibilidad de inventario que competidores con mayor capacidad operativa.

### **Reconocimiento de Marca**

Como marca nueva, carece de la trayectoria y el prestigio consolidado de competidores como Pepa Pombo o Lina Cantillo, lo que requiere una inversión intensiva en storytelling y prueba social para generar confianza.

### **Materia prima que utiliza en el producto**

La materia prima se selecciona bajo un doble criterio: sostenibilidad de origen y longevidad funcional, manteniendo el compromiso de la marca con un insumo limpio.

#### **Fibras Principales**

##### **Lino**

Es una fibra natural con baja huella hídrica y alta resistencia. Es ideal para la estética atemporal y la durabilidad requerida en el armario cápsula de la clienta profesional.

##### **Algodón**

Solo se usa para tejidos específicos y se garantiza la certificación GOTS para asegurar que no se utilizaron pesticidas ni fertilizantes químicos nocivos en su cultivo.

##### **Fibras Recicladas (Upcycling)**

Se utiliza el inventario de retales y prendas devueltas para la creación de piezas de edición limitada y accesorios, cerrando el ciclo.

## **Distribución**

### **Qué canal de distribución utilizara**

La estrategia de distribución de ÁCRONOS es híbrida y altamente controlada, diseñada para apalancarse en la eficiencia digital y transformar el espacio del taller en un punto de contacto de alto valor experiencial.

### **Venta Digital (E-commerce Principal)**

El sitio web será el canal principal de transacción, optimizando costos y permitiendo la expansión nacional. Es la herramienta clave para comunicar el valor del patronaje cero desperdicios y la trazabilidad ética de manera masiva.

### **Showroom Experiencial en Taller (Venta por Cita)**

Se utilizará el espacio del taller (donde se almacena el inventario) como un showroom exclusivo, operando únicamente bajo cita previa, este modelo evita los altos costos fijos de un retail tradicional. La cita previa asegura la gestión del tiempo y del inventario. Además, ofrece la máxima transparencia al cliente, permitiéndole ver potencialmente el producto final junto al proceso productivo (el taller), reforzando la narrativa de autenticidad, cero desperdicios y salario digno que la marca promueve.

### **Ventas por Consignación**

Este canal es esencial para la fase inicial. Permite a Ácronos colocar productos en concept stores y boutiques multimarca de lujo ético sin que el minorista asuma el riesgo de inventario. Esta asociación con minoristas selectos valida el precio premium y otorga credibilidad inmediata.

### **Representantes o Corredores/Comisionistas (Asesores)**

Este canal se podría utilizar a futuro como potenciador de la venta online, generando confianza y dirigiendo a sus contactos de alto valor a finalizar la compra en el e-commerce.

### **Concesiones, Franquicias y Comercializadoras**

Estos canales se descartan en la fase inicial debido a su demanda de alto volumen de producción y estandarización, lo cual es incompatible con la restricción técnica del patronaje cero desperdicios y la filosofía de crecimiento lento de ÁCRONOS. Sin embargo, se mantienen como un potencial de escalabilidad futura bajo estrictos controles de calidad.

### **Precio de venta al público**

El precio de venta estimado para la prenda 001 se basa en un costo de fabricación de \$60,000 COP, un margen de ganancia bruta típico para una marca de rango medio sería del 50% al 60%, resultando en un costo final aproximado de venta al público entre \$120,000 y \$150,000 COP.

### **Métodos de despacho y transporte**

ÁCRONOS utilizará una estrategia de despacho dual, priorizando el control sobre la experiencia y la mitigación de la contaminación.

### **Despacho Directo por parte del Fabricante (Vía Transportadora)**

Este será el método principal para la venta online nacional e internacional. La prenda, empacada, se entrega a una empresa de transporte externa (ej. Coordinadora, Servientrega, interrapiidísimo) para el envío. Se reconoce que este método implica contaminación inevitable debido al transporte de terceros (emisiones de carbono, logística). ÁCRONOS debe enfocarse en lo que sí controla asegurando que el embalaje sea completamente circular y explorar la opción de compensación de carbono (ej. invertir en proyectos de reforestación en Colombia). La transparencia sobre este impacto es clave para el cliente consciente.

**El cliente recoge en la empresa**

Este método se alinearán perfectamente con la estrategia de Showroom por Cita. El cliente realiza su compra online y selecciona la opción de recoger el pedido en el Taller/Showroom de Medellín. Es la opción más coherente con la filosofía, ya que elimina el impacto ambiental y los costos de la logística de envío. Además, permite que el cliente experimente la transparencia del taller y refuerce su confianza en la marca. Este método debe ser fuertemente incentivado por encima del despacho a domicilio.

**Costos del transporte y seguros**

La política de costos debe ser simple y reflejar la propuesta de valor premium. El costo del transporte debe ser gestionado como un servicio de valor añadido y no como una barrera de precio, teniendo en cuenta que el envío ya estará de manera implícita en los costos de las prendas. Se ofrecerá también un descuento o un obsequio (ej. un accesorio upcycled) al cliente que opte por recoger la prenda en el Taller/Showroom, reforzando la elección ambientalmente responsable.

**Política de Inventario de Producto Terminado**

Debe ser la materialización de la filosofía moda lenta de la marca, garantizando que el cero desperdicios se extienda a la gestión de stock para evitar el desecho por obsolescencia.

**Modelo de Producción en Lotes Pequeños**

Evitando el sobreinventario y el desecho por obsolescencia. El inventario se mantendrá en niveles bajos y controlados stock de seguridad mínimo, limitando la producción de cada colección cápsula a un número reducido de unidades. El inventario se mantiene centralizado en el taller de producción, facilitando la auditoría de stock y minimizando los costos de almacenamiento externos.

**Sistema de Pre-Venta y Reposición Estratégica**

Se implementarán períodos de pre-venta para las nuevas colecciones cápsula. Esto permite a ÁCRONOS medir la demanda real antes de realizar el corte total de la tela, ajustando el volumen de producción y minimizando el riesgo de excedentes.

### **Reposición**

La reposición de stock se basará estrictamente en la demanda real observada en las primeras semanas de venta y en las métricas del e-commerce, evitando la producción especulativa a gran escala.

### **Circularidad del Inventario**

Si después de un ciclo de venta extendido, quedan prendas sin vender, estas no se desechan. En su lugar, se utilizan en programas de Upcycling (se transforman en nuevos productos o accesorios de edición limitada) o se ofrecen en eventos de venta controlada con descuentos máximos para liquidación, asegurando que cero unidades de producto terminado finalicen como residuos.

### **Precios**

#### **Análisis del precio con respecto a la competencia**

El precio de ÁCRONOS se fijará en el rango inferior del segmento de moda lenta en Medellín, alineándose con Pepa Pombo y Manuela Álvarez y estando ligeramente por debajo de Nueve Once en prendas comparables.

#### **Posicionamiento**

El precio no debe ser el más bajo, sino que debe reflejar el Costo de la Conciencia, sin embargo hay prendas que no implican tantos costos a pesar del cero desperdicios, inclusive puede requerir menos procesos.

### **Justificación**

El precio se justifica por la ventaja competitiva no negociable del Patronaje Cero Desperdicios y la Transparencia del Salario Digno. Esto posiciona a ÁCRONOS como el máximo referente de inversión ética en el mercado.

### **Rango Estimado**

Entre \$100.000 COP y \$350.000 COP por pieza superior o inferior, validando la alta capacidad de gasto del nicho.

### **Precio de lanzamiento**

El precio de lanzamiento debe ser el precio final y estratégico de la marca, evitando promociones profundas.

### **Estrategia**

Se utilizará una Estrategia de Precio de Prestigio (o Descrème). El precio de lanzamiento será consistente desde el primer día.

### **Motivo**

Esto comunica inmediatamente la calidad de inversión y la exclusividad de las prendas de ÁCRONOS, evitando la percepción de que el valor de la prenda es negociable. El precio debe ser un reflejo directo de la estructura de costos éticos y la dificultad técnica del cero desperdicios.

*Punto de equilibrio Pesos (costos fijos/(1-costos variables/ingresos)), unidades (costos fijos/precio de venta - costo variable) ( margen de contribución)*

### **Cálculo Conceptual**

El precio de venta debe ser lo suficientemente coherente para generar un margen de contribución robusto, que pueda cubrir los costos fijos (administración, e-commerce, taller/showroom) con un volumen de ventas bajo.

### **Implicación del Modelo**

Dado que el costo variable por unidad es alto (debido a los materiales y el salario digno), el precio de venta debe ser superior al costo variable para que el margen de contribución sea viable. La dependencia de ÁCRONOS del e-commerce y del showroom en el taller ayuda a mantener los costos fijos controlados.

### **Condiciones de pago**

Las condiciones de pago deben alinearse con la facilidad de compra digital y el mercado premium.

### **E-commerce Tarjeta de Crédito / Débito**

Pago total a través de pasarelas seguras (ej. PayU, PSE, Mercado Pago).

### **Crédito Alternativo**

Inclusión de plataformas de Buy Now, Pay Later (ej. Addi, Sistecredito, Nequi Préstamo), lo cual es crucial para el consumidor colombiano, permitiendo al cliente diferir el costo de inversión.

### **Consignación/Showroom**

Se aceptarán los mismos medios de pago con la posibilidad de financiación sin intereses (a cargo del cliente) a través de los sistemas bancarios.

### **Impuesto a las ventas (a que régimen pertenece la empresa)**

#### **Régimen General**

Una empresa que opera en el sector de moda premium y vende directamente al consumidor final con ingresos significativos debe pertenecer al Régimen Común (o Régimen Responsable de IVA).

#### **Impuesto**

El precio final de las prendas de vestir de ÁCRONOS deberá incluir el Impuesto al valor agregado (IVA) vigente en Colombia para el sector textil (generalmente el 19%). La marca actuará como agente recaudador y declarante.

### **Estrategias a utilizar frente a una guerra de precios**

ÁCRONOS, como marca de lujo lento, no participará en una guerra de precios ya que esto destruiría su posicionamiento ético.

### **Estrategia Diferenciadora de Valor**

Refuerzo de la Narrativa: Si la competencia baja precios, ÁCRONOS aumentará su comunicación sobre la transparencia de su precio (salario digno, cero desperdicios), invitando al cliente a cuestionar cómo la competencia logró reducir sus costos.

### **Colecciones Cápsula Exclusivas**

Crear ediciones limitadas para reforzar la exclusividad y la escasez, lo cual es inmune a las reducciones de precios.

### **Método utilizado para la definición del precio**

ÁCRONOS empleará un método híbrido que prioriza la justificación del valor.

### **Costo Ético + Margen**

Se calcula el costo total (incluyendo materia prima, mano de obra ética y costos fijos). A este costo se añade un margen de ganancia necesario para asegurar la viabilidad y la reinversión en sostenibilidad.

### **Precio Basado en el Valor Percibido**

Este método ajusta el precio para que sea ligeramente superior al de los competidores directos (Nueve Once, Manuela Álvarez). El cliente paga una prima por el "Valor de la Solución" (la prenda que le permite ser 100% coherente con sus valores ambientales), no solo por la tela.

## **Promoción**

### **Descuentos por volumen o pronto pago**

La política de ÁCRONOS es estrictamente restrictiva con los descuentos para proteger el precio ético y evitar la percepción de consumo masivo. Los incentivos económicos se centrarán en la compra estratégica y la planificación, no en el volumen.

### **Descuentos por volumen**

Se descartan los descuentos por volumen tradicionales. En su lugar, se implementará un incentivo para la compra de cápsula completa.

### **Incentivo Estratégico**

Si el cliente adquiere un conjunto funcional de 3 o más piezas (la "Cápsula de Inversión"), recibirá un servicio de valor añadido gratuito (ej. un obsequio upcycled), en lugar de un descuento directo. Esto fomenta la funcionalidad del armario sin devaluar la pieza individual.

### **Descuentos por Pronto Pago**

El pronto pago se incentivará a través de la Pre-Venta de las nuevas colecciones.

### **Incentivo Estratégico**

Los clientes que compren durante el periodo de pre-venta no recibirán un descuento monetario, sino el beneficio de la exclusividad y la garantía de stock (ej. un 10% de descuento en el siguiente accesorio upcycled o el free shipping). Esto apoya la planificación de la producción Zero Waste al medir la demanda antes del corte final.

### **Manejo de clientes especiales**

El programa de fidelización debe premiar la lealtad y la coherencia ética del cliente, reforzando la identidad de "Consumidor Consciente".

### **Membresía**

Membresía exclusiva para clientes recurrentes que en el año hayan comprado 20 prendas o más.

**Acceso Prioritario**

Previsualización y acceso a la compra de las colecciones cápsula antes que el público general.

**Experiencia Exclusiva**

Invitación a eventos privados en el Taller/Showroom (visitas guiadas, workshops sobre sostenibilidad), reforzando la transparencia del proceso productivo.

**Costo de la promoción de lanzamiento**

El costo de la promoción de lanzamiento se centrará en la producción de contenido de alto valor y el performance marketing para generar tráfico al e-commerce.

**Tabla 2**  
*Costos de lanzamiento*

Item	Componente del Costo	Justificación Estratégica	Costos
1.	<b>Producción de Contenido Digital</b>	Fotografía y videos de alta calidad (estética <i>premium</i> ) centrados en la narrativa cero desperdicios, el impacto social (salario digno) y la versatilidad de las prendas transformables.	1,000.000
2.	<b>Performance Marketing</b>	Inversión en publicidad pagada (Meta/Google Ads) dirigida al <b>segmento psicográfico</b> específico ("Consumidor Consciente", profesionales con alto poder adquisitivo e interés en sostenibilidad).	1,500,000
3.	<b>Relaciones Públicas (RR.PP.)</b>	Envío de colecciones de prensa y kits de experiencia a influencers alineados con la sostenibilidad, para generar prueba social orgánica.	1'000.000

4.	<b>Material Promocional (Digital)</b>	Diseño gráfico y desarrollo de la secuencia de <i>e-mail marketing</i> para educar a los suscriptores sobre la propuesta de valor.	1'000.000
----	---------------------------------------	--	-----------

Nota. costos de lanzamiento conceptual

**Descripción de la promoción para motivar la venta**

La promoción de lanzamiento debe ser una oferta de valor incomparable que justifique el precio premium e invite a la acción inmediata.

**Mecánica de la Promoción**

Por la compra de la primera pieza (o la "Cápsula de Inversión"), el cliente recibirá:

**Experiencia de Valor Añadido**

Una sesión de asesoría de styling virtual (o presencial en el Showroom-Taller) de 30 minutos, donde un asesor guía al cliente sobre cómo integrar la nueva pieza de ÁCRONOS en su guardarropa existente y cómo aprovechar su funcionalidad transformable.

**Comunicación y publicidad**

**Definir las estrategias de difusión del producto o servicio**

La estrategia de difusión de ÁCRONOS se basará en el marketing de contenido y transparencia, buscando educar al consumidor y construir una comunidad en torno a la inversión ética, en lugar de la venta rápida. El canal principal serán las redes sociales (Instagram, TikTok) y el e-commerce.

**Estrategia de Transparencia Radical (Storytelling Ético)**

El foco principal de la comunicación será mostrar el "detrás de cámaras" del proceso. Publicar el costo ético de la prenda (desglose de salario digno y materia prima), documentar el patronaje cero desperdicios, mostrando la eficiencia y la complejidad de diseño.

**Estrategia de Contenido Educativo (moda lenta)**

Posicionar a ÁCRONOS como un experto en consumo consciente generando contenido sobre la funcionalidad de las prendas transformables, cómo construir un armario cápsula y el impacto negativo de la moda rápida.

**Estrategia Experiencial Exclusiva**

Reforzar el posicionamiento premium y la inversión realizando Showroom en el taller como un evento exclusivo para que los clientes sientan, toquen y vean la coherencia de la marca en persona.

**Medios y tácticas de comunicación a utilizar**

Se seleccionarán medios digitales y de nicho que permitan la segmentación precisa del "Consumidor Consciente" y la transmisión de mensajes complejos.

**Tabla 3**  
*Canales de comunicación*

Item	Medio de Comunicación	Táctica Clave	Objetivo Estratégico
1.	<b>Medios Digitales (E-commerce)</b>	<b>Blog/Newsletters:</b> Publicación semanal de artículos sobre sostenibilidad, funcionalidad y styling de las prendas.	<b>Educación y Lealtad:</b> Mantiene al cliente informado y refuerza el valor de la inversión.
2.	<b>Redes Sociales (Meta Ads/Instagram)</b>	<b>Performance Marketing Segmentado:</b> Publicidad pagada dirigida a audiencias basadas en psicografía (intereses en ESG, sostenibilidad, moda de diseño) en lugar de demografía amplia.	<b>Adquisición:</b> Generar tráfico altamente calificado al e-commerce.
3.	<b>Relaciones Públicas (PR)</b>	<b>Colaboraciones con Micro-Influencers Éticos:</b> Trabajar con figuras que realmente promueven el consumo consciente, en lugar de celebridades masivas.	<b>Credibilidad:</b> Generar prueba social auténtica que valide la promesa ética.

4.	<b>Medio Directo (Taller/Showroom)</b>	<b>Eventos por Cita:</b> Invitaciones personalizadas a clientes especiales para experimentar la marca y el proceso productivo en el taller.	<b>Conversión y Fidelización:</b> Fortalecer el vínculo emocional y generar ventas de alto valor.
----	--	---	---

Nota. Medios digitales para segmentar el consumidor consciente

**Costos de la estrategia a utilizar**

Dado que no hay cifras financieras exactas se dará un aproximado, el presupuesto de comunicación se enfocará en la calidad del contenido y la precisión de la segmentación, minimizando el gasto en medios masivos.

**Tabla 4**  
*Cifras de las estrategias a utilizar*

Item	Componente de Costo	Razón de la Inversión (Prioridad)	Costo	Periodicidad
1.	<b>Contenido (Producción Fija)</b>	<b>Prioridad Alta:</b> Fotografía y videografía de alta calidad. El contenido debe reflejar el precio <i>premium</i> y el diseño.	1,000.000	<b>Trimestral</b>
2.	<b>Performance Marketing (Costo Variable)</b>	<b>Prioridad Máxima:</b> Es el motor de ventas del <i>e-commerce</i> . La mayor parte del presupuesto variable se destinará a la segmentación precisa del nicho.	1,500,000	<b>Trimestral</b>
3.	<b>Relaciones Públicas y Micro-Influencers</b>	<b>Prioridad Media:</b> Costos relacionados con el envío de producto y la gestión de <i>kits</i> de prensa (embalaje de alto valor, <i>free shipping</i> ).	1'000.000	<b>Trimestral</b>
4.	<b>Plataforma Tecnológica (Fijo)</b>	Costos de mantenimiento del <i>e-commerce</i> , <i>hosting</i> y herramientas de <i>e-mail marketing</i> (esenciales para el canal principal).	1'000.000	<b>Semestral</b>

Nota. los valores expuestos en esta tabla son aproximados

El 70-80% del presupuesto de comunicación se destinará a medios digitales (performance y contenido), mientras que el 20-30% se enfocará en la experiencia directa y la prueba social para validar la transparencia.

## **Servicios**

### **Procedimientos para otorgar garantías y servicios post ventas**

La política de garantías y postventa de ÁCRONOS está diseñada para reflejar el valor de inversión a largo plazo y apoyar activamente la circularidad del producto, evitando que la prenda termine en desecho.

### **Garantía de Calidad (Defectos de Fabricación)**

## **Alcance**

La garantía cubrirá cualquier defecto de confección o anomalía en la materia prima que afecte la funcionalidad o apariencia de la prenda durante un periodo de seis meses (plazo superior al legal) desde la fecha de compra.

## **Procedimiento**

El cliente deberá notificar el defecto a través del formulario en el e-commerce o el e-mail de servicio al cliente. Tras la recepción y verificación de la prenda en el Taller/Showroom, ÁCRONOS procederá con la reparación gratuita. Si la reparación no es posible, se ofrecerá la sustitución por una prenda idéntica u otra a elección del cliente.

## **Mecanismos de atención a clientes**

Los mecanismos deben ser transparentes, ágiles y coherentes con la imagen de marca premium y de alto contacto ético.

## **Formulario Online Centralizado Taller de Servicio**

Formulario en el e-commerce diseñado específicamente para solicitudes de Garantía y Posventa.

### **Eficiencia y Trazabilidad**

Permite documentar cada solicitud y hacer seguimiento a la vida útil de la prenda.

### **Chat en Vivo / WhatsApp Business Resolución Inmediata de Dudas**

Uso de un chatbot simple para dudas frecuentes (tallas, materiales, envíos) con opción de escalar a un asesor en horario comercial.

### **Agilidad**

Atender las consultas de compra directa (E-commerce) de manera rápida y profesional.

### **E-mail Dedicado a Soporte Detallado y Comunicación Ética**

Canal para preguntas complejas sobre la trazabilidad, el costo ético, o para coordinar el retorno de prendas para upcycling.

### **Transparencia**

Permite una respuesta documentada y detallada sobre la filosofía de la marca.

### **Presupuesto de la mezcla de mercados**

El presupuesto de ÁCRONOS se construye priorizando la inversión de valor (calidad y ética) y la eficiencia digital (Plaza y Promoción), lo que implica una estructura de costos fijos controlados y costos variables altos.

### **Costos de Producto**

El rubro del producto es donde se concentra la máxima inversión de ÁCRONOS, ya que impacta directamente la promesa de valor de inversión y la ética social.

### **El Costo Variable por Unidad es intrínsecamente alto debido a dos factores**

La adquisición de Materia Prima certificada, que es más costosa que los insumos convencionales; y el pago de la Mano de Obra (Salario Digno), un pilar no negociable de la

transparencia social. En cuanto a los costos fijos, se presupuesta la inversión en Diseño y Patronaje para desarrollar los patrones cero desperdicios, una etapa compleja que define la ventaja competitiva y la funcionalidad de la prenda.

### **Costos de Precio**

Los costos asociados al precio se centran en el sacrificio de margen para justificar el precio premium y la promesa de posventa. Se presupuesta un Margen de Circularidad, que implica una reducción en el margen de ganancia para financiar la garantía del upcycling que extiende la vida útil de la prenda. Además, se incluye el costo fijo del Estudio de Costeo Ético necesario para asegurar que el precio de prestigio cubra de manera transparente el alto. Finalmente, el Seguro de Mercancía es un costo variable obligatorio por unidad, dado el alto valor de inversión de las prendas que deben ser aseguradas al 100% durante el despacho.

### **Costos de Plaza**

La estrategia de plaza minimiza los costos fijos al operar primariamente en línea. La inversión fija principal recae en la Plataforma E-commerce y Mantenimiento, ya que esta es la única "tienda" de ÁCRONOS. Los costos variables de envío incluyen el gasto en Embalaje Circular (cartón y papel reciclado, más costoso que el plástico) y el costo absorbido del Envío Gratuito (para pedidos que superen un umbral), lo que incentiva un ticket promedio más alto. Los costos fijos de Taller/Showroom (alquiler y servicios) son eficientes, ya que el espacio centraliza producción, inventario y la experiencia premium por cita, evitando el costo de una locación comercial separada.

### **Costos de Promoción**

El presupuesto de promoción es el motor de la adquisición de clientes digitales. El costo más alto y variable es el Performance Marketing, que incluye la inversión en publicidad pagada (Meta/Google Ads) dirigida a la segmentación psicográfica precisa del "consumidor consciente".

Le sigue en prioridad la Producción de Contenido Premium, un costo fijo y variable esencial para el storytelling ético y la justificación visual del precio. Finalmente, se incluyen los costos variables de Incentivos de Posventa (valor de los servicios gratuitos de reparación o upcycling a clientes especiales) y los costos fijos de Relaciones Públicas (RR.PP.) para gestionar la prueba social y la credibilidad con medios y micro-influencers éticos.

### **Estrategia de aprovisionamiento de materias primas**

#### **Formas de aprovisionamiento**

La estrategia de aprovisionamiento de ÁCRONOS se basa en la adquisición directa y selectiva de insumos certificados, priorizando la trazabilidad sobre el costo y el volumen:

#### **Adquisición Directa y Certificada**

La mayor parte de las fibras principales se adquieren directamente de proveedores mayoristas o molinos certificados a nivel nacional o internacional. Esto es crucial para verificar los sellos de sostenibilidad y asegurar que el origen ético no se comprometa (Fabricato, Sutex, Lafayette).

#### **Proveedores Nacionales de Nicho**

Para insumos secundarios o fibras como el lino colombiano, se establecerán alianzas estratégicas con pequeños productores que garanticen el comercio justo, reforzando la cadena de valor local y ética.

#### **Precios de adquisición**

La política de precios de adquisición de ÁCRONOS acepta un sobre costo como un imperativo ético y de calidad.

#### **Aceptación del Costo Ético**

El precio de adquisición será consistentemente más alto que el de las fibras convencionales. Este sobre costo se acepta y presupuesta como parte del Costo Variable por

Unidad. El precio de la materia prima nunca será el factor principal de decisión; la certificación y la trazabilidad son prioritarias.

### **Estabilidad y Compromiso**

Se buscarán acuerdos de suministro a largo plazo para negociar precios más estables. Esto brinda seguridad al proveedor ético (muchos son pequeños) y permite a ÁCRONOS gestionar mejor el precio premium de venta final.

### **Política crediticia**

La política de crédito refleja el compromiso de ÁCRONOS con el comercio justo y la salud financiera de sus proveedores.

### **Términos de Pago Rápidos (Net 30 Máximo)**

La política de ÁCRONOS será pagar a sus proveedores en plazos Net 30 días como máximo. En la medida de lo posible, se buscará el pronto pago (Net 15 o incluso pago de contado para pequeños productores nacionales) para apoyar su flujo de caja, lo cual es vital para mantener la integridad ética de la cadena de suministro.

### **Transparencia Crediticia**

ÁCRONOS mantendrá un historial crediticio impecable para asegurar que siempre pueda acceder a los mejores insumos éticos y reforzar su reputación como un socio comercial confiable y responsable.

### **Descuento por pronto pago o volumen**

La estrategia de descuentos se priorizará en la eficiencia financiera sobre el volumen de compra, lo cual es coherente con la producción lenta de la marca.

### **Descuento por Pronto Pago**

Se priorizará la negociación de descuentos por pronto pago (ej. 2% de descuento si se paga en 10 días). Este descuento financiero es más compatible con el modelo de producción en lotes pequeños y moda lenta, ya que recompensa la eficiencia financiera sin forzar la compra de grandes cantidades de stock (lo que iría en contra del cero desperdicios).

### **Descuento por Volumen**

Se buscarán descuentos por volumen solo para insumos con demanda constante y menor riesgo de obsolescencia (ej. hilos de costura, avíos recurrentes). Para las fibras, los descuentos por volumen son secundarios, ya que el objetivo principal es evitar el sobre-inventario.

### **Plazos que se tienen para otorgar los pagos**

La política de plazos de pago de ÁCRONOS prioriza la rapidez y la transparencia para fortalecer las relaciones con proveedores éticos y certificados, y asegurar la salud financiera de la cadena de suministro.

### **Plazo Estándar (Net 30)**

El plazo máximo estándar para el pago de facturas de materia prima será de 30 días netos (Net 30) a partir de la fecha de emisión de la factura. Este plazo es común en la industria, pero ÁCRONOS lo gestionará de manera rigurosa para evitar demoras.

### **Plazo Preferencial (Net 15 o Pronto Pago)**

Se priorizará el pago en 15 días netos (Net 15) o incluso pago de contado a los pequeños productores nacionales de insumos especializados. Este trato preferencial actúa como un apoyo financiero directo a las comunidades éticas, reforzando la fidelidad del proveedor y la transparencia social de la marca.

### **Aprovechamiento de Descuento**

La gestión de tesorería buscará activamente aprovechar cualquier descuento por pronto pago (ej., 2% de descuento si se paga en 10 días), ya que esta es la forma más coherente con el modelo de moda lenta de reducir costos sin comprometer el volumen de compra.

## **Proyección de Ventas**

### **Método utilizado para la Proyección de Ventas**

El método más adecuado para la proyección de ventas de ÁCRONOS es el de Potencial de Mercado y Cuota de Mercado. Este enfoque es coherente con el modelo de negocio, ya que ÁCRONOS se dirige a un nicho altamente específico ("Consumidor Consciente", mujer profesional de medio-alto poder adquisitivo) y su producción es limitada por el modelo moda lenta y el patronaje cero desperdicios. Se estima el tamaño del nicho geográfico (principalmente Medellín y Bogotá) y se proyecta una cuota de mercado inicial baja y conservadora (ej. 0.5% al 1% en el Año 1). El crecimiento de las ventas se proyectará de forma lineal y moderada (ej. 15% a 20% anual), evitando proyecciones agresivas que contradigan la filosofía de producción lenta y controlada de la marca.

## **Política de Cartera**

La política de cartera de ÁCRONOS es extremadamente rigurosa y busca minimizar el riesgo de cuentas por cobrar para mantener un flujo de caja sólido que soporte las compras de materia prima ética.

## **Venta Directa (E-commerce / Showroom)**

La política es Caja / Contado. Todas las ventas se realizan bajo pago inmediato a través de tarjetas de crédito/débito o plataformas de pago electrónico. No se otorga crédito directo al consumidor final.

## **Venta por Consignación (Minoristas B2B)**

Se otorga un período de crédito corto y estricto (ej. Net 30 o Net 45 días) exclusivamente a los minoristas multimarca, y solo después de que la prenda consignada haya sido vendida al consumidor final.

**Proyección**

La proyección numérica se basará en las siguientes suposiciones conceptuales, reflejando el precio premium y la producción en lotes pequeños de la marca. La proyección se realizará trimestralmente por tres años.

**Estrategia de Unidades**

La producción inicial se limitará a la capacidad eficiente del taller, la cual se estima en 100 unidades por mes o 300 unidades por trimestre en el primer año. La proyección incluye un crecimiento moderado del 5% trimestral basado en la aceptación del nicho y el éxito del e-commerce.

**Estrategia de Precios**

El Precio Promedio Ponderado (PPP) de la unidad de venta se fija en \$100.000 COP para prendas cero desperdicios básicas, \$230.000 COP para las prendas cero desperdicios más complejas y \$70.000 COP para prendas básicas con patronaje tradicional reflejando el costo del material certificado y el salario digno.

**Tabla 5**  
*Proyección anual*

Item	Período (Trimestre)	Unidades Vendidas cero desperdicios Complejas Proyectadas	Precio Promedio Ponderado (PPP)	Ingresos Proyectados (\$)
1.	Año 1 - T1	100	\$230.000	23.000.000
2.	Año 1 - T2	115	\$230.000	26.450.000
3.	Año 1 - T3	131	\$230.000	30.130.000
4.	Año 1 - T4	148	\$230.000	34.040.000

5.	<b>Total Año 1</b>	<b>494</b>	\$230.000	113.620.000
----	--------------------	------------	-----------	-------------

Nota. Proyección primer año diferido en 4 trimestres

**Tabla 6**

*Proyección anual*

Item	Período (Trimestre)	Unidades Vendidas cero desperdicios Básicas Proyectadas	Precio Promedio Ponderado (PPP)	Ingresos Proyectados (\$)
1.	Año 1 - T1	150	\$100.000	\$15.000.000
2.	Año 1 - T2	165	\$100.000	\$16.500.000
3.	Año 1 - T3	181	\$100.000	\$18.100.000
4.	Año 1 - T4	198	\$100.000	\$19.800.000
5.	<b>Total Año 1</b>	<b>694</b>	\$100.000	<b>\$69.400.000</b>

Nota. Proyección segundo año diferido en 4 trimestres

**Tabla 7**

*Proyección anual*

Item	Período (Trimestre)	Unidades Vendidas Básicas tradicionales Proyectadas	Precio Promedio Ponderado (PPP)	Ingresos Proyectados (\$)
1.	Año 1 - T1	50	\$70.000	\$3.500.000
2.	Año 1 - T2	65	\$70.000	\$4.550.000
3.	Año 1 - T3	81	\$70.000	\$5.670.000
4.	Año 1 - T4	98	\$70.000	\$6.860.000
5.	<b>Total Año 1</b>	<b>294</b>	\$70.000	<b>\$20.580.000</b>

Nota. Proyección tercer año diferido en 4 trimestres

**Posición Arancelaria de Importación / Exportación**

La asignación de la posición arancelaria (o Código SA/HTS) es un requisito de cumplimiento que depende de la composición específica de la materia prima de cada prenda. Es vital para definir aranceles, impuestos y restricciones aduaneras.

### **Base de Clasificación**

La clasificación se realiza dentro del Arancel de Aduanas de Colombia (basado en la Nomenclatura Común del MERCOSUR - NCM). Las prendas de vestir caen generalmente en el Capítulo 62 (Prendas y accesorios de vestir, excepto los de punto).

### **Dependencia de composición**

El código específico (ej. los 8 o 10 dígitos varía si la prenda es de lino (fibra vegetal), Tencel™ (fibra celulósica regenerada) o una mezcla, y su porcentaje de predominancia. Por ejemplo, una prenda de vestir de más del 85% de fibras celulósicas (Tencel) tendrá un código diferente a una de lino puro.

### **Ejemplo Conceptual**

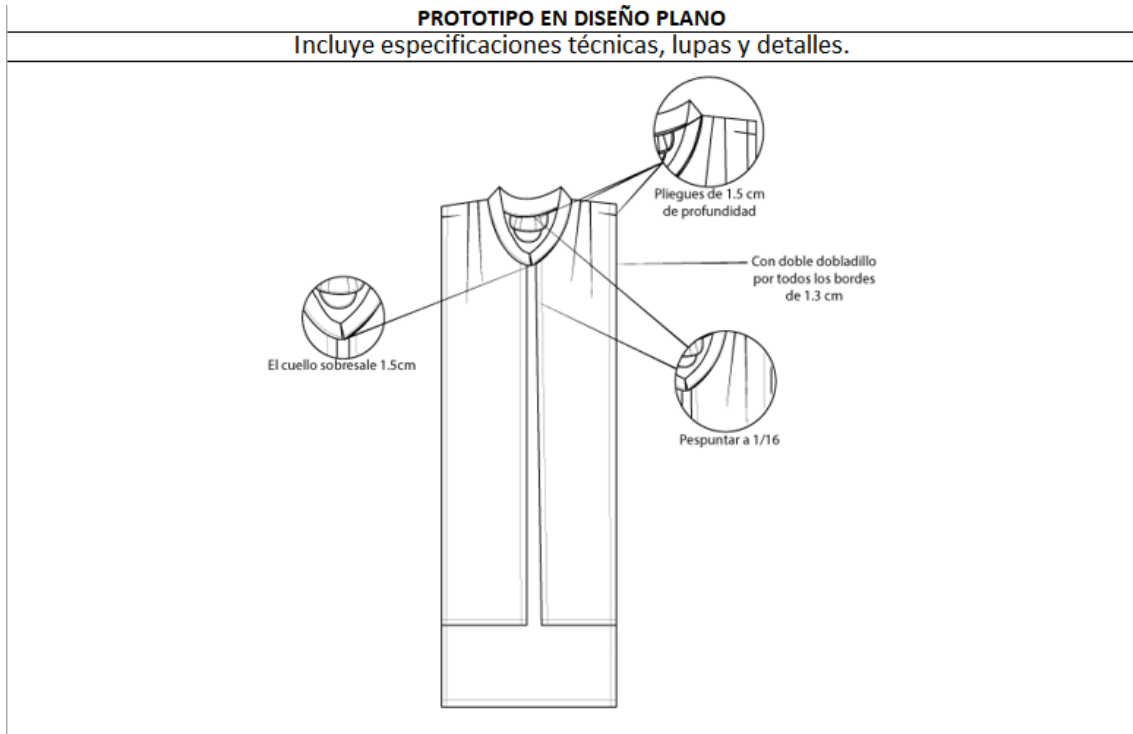
Para un Vestido de Lino (tejido plano), el código podría iniciar con 6204.4. El arancel específico de importación para las materias primas debe ser conocido para calcular el costo de adquisición.


## **Módulo Operativo**

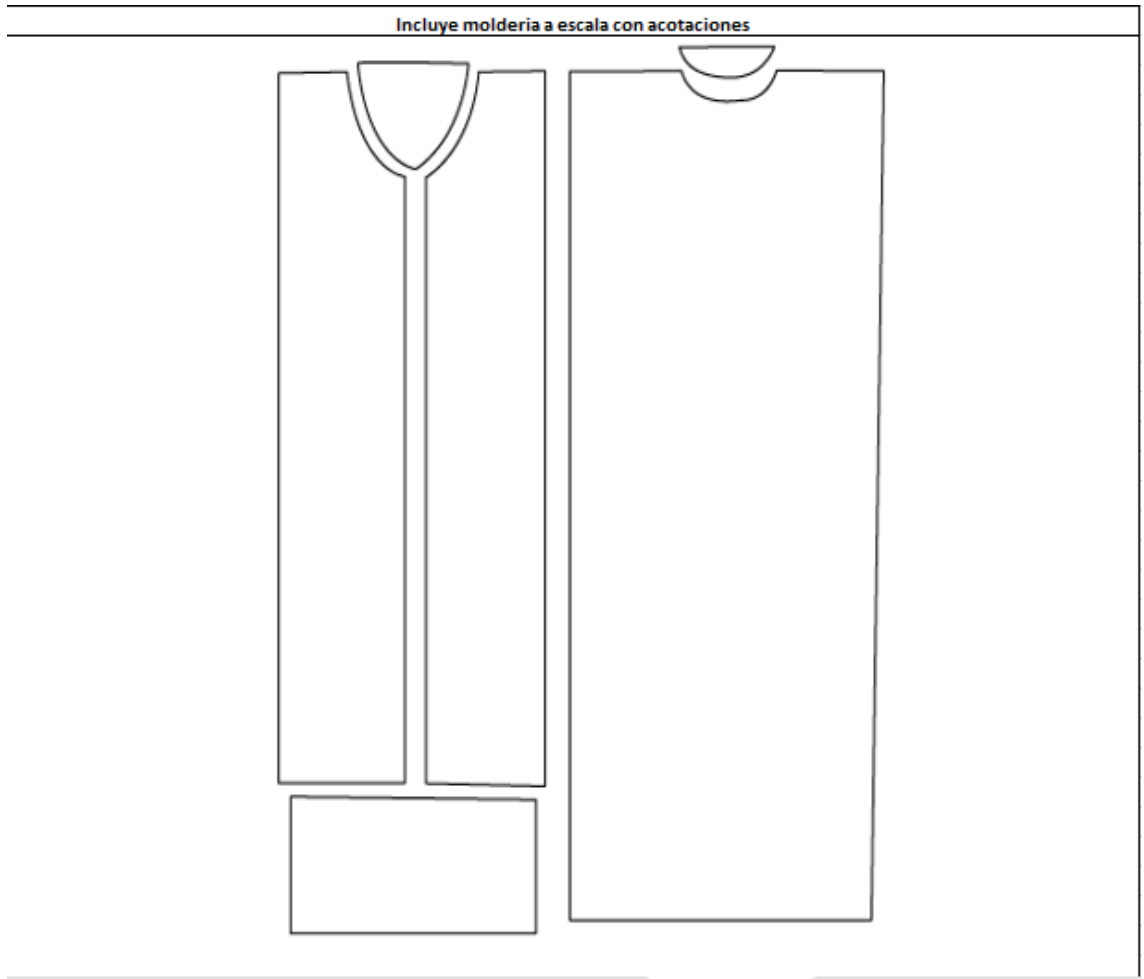
### **Operación**

#### **Figura 1**

*Ficha Técnica del Producto ó Servicio*



<b>OPCIONES DE COLOR</b>				<b>MEDIDAS:</b>	
				<b>CONTORNO DE PECHO</b>	114
				<b>CONTORNO DE CINTURA</b>	114
			<b>CONTORNO DE CADERA</b>	114	
			<b>ANCHO DE PECHO</b>	50	
			<b>ANCHO DE ESPALADA</b>	64	
			<b>LARGA DE TALLE</b>	44	
			<b>LARGO DE HOMBRO</b>	14	
			<b>LARGO DE LA CAMISA DELANTERO</b>	100	
			<b>LARGO DE LA CAMISA POSTERIOR</b>	120	
		<b>LARGO DE LA MANGA</b>	No aplica		



ORDEN OPERACIONAL / FLUJOGRAMA					
SIMBOLOGIA					
No.	SIMBOLO	PROCESO	MÁQUINA	TIEMPO EN MINUTOS	PRODUCCIÓN POR HORA
1		realizar pliegues en hombros	plana	10	6
2		unir hombros delanteros con posteriores	plana	10	6
3		Dobladillar bordes externos	plana	10	6
4		Dobladillar bordes internos	plana	5	12
5		realizar pliegue 3 cm debajo de hombros delanteros y posteriores	plana	12	5
6		poner cortes de cuellos en posterior dando la forma del cuello	plana	15	4
7		pespuntar cortes del cuello	plana	5	12
8		poner cuello	plana	12	5
9		pespuntar cuello	plana	5	12
10		hacer dobladillos en delantero y posterior	plana	5	12
11		poner tiras en costados	plana	5	12
12					

**PROTOTIPO FINAL**



Nota. Ficha técnica de uno de los diseños propuestos. Elaboración propia

**¿Cuál es el valor agregado que puede generar a sus clientes?**

El valor agregado de Ácronos es la promesa de un lujo sin culpa, que trasciende la prenda y convierte al cliente en un *Pionero Consciente* que invierte en un futuro ético.

**Diseño Transformable y Modular**

La prenda no es solo una pieza, sino una solución 2 en 1 (ej. chaqueta convertible en chaleco o vestido ajustable). Este diseño inteligente asegura la máxima funcionalidad y longevidad de la inversión, permitiendo que la prenda se adapte a diversas necesidades.

### **Estatus de Pionero Consciente**

El cliente adquiere el estatus de pertenecer a una élite que, con su compra, está financiando la justicia social (Salario Digno) y eliminando el desecho textil. La comunicación de la marca se centra en este sentido de orgullo y pertenencia.

### **Garantía de Circularidad**

Este programa reemplaza el servicio de reparación. Al final de la vida útil de la prenda (cuando ya no es usable o deseada), el cliente tiene el derecho de devolverla a la marca, teniendo como beneficio un crédito de inversión para la compra de una nueva cápsula.

### **Experiencia del Taller/Showroom**

La atención por cita previa en el taller refuerza la exclusividad y la transparencia. El cliente tiene la oportunidad única de ver (o al menos estar cerca) del lugar donde se confeccionó su prenda, lo cual es un servicio de conexión emocional invaluable.

### **Estado de Desarrollo**

ÁCRONOS se encuentra en la etapa de Nacimiento/ Lanzamiento del ciclo de vida del producto.

### **Avance**

El proyecto está en la fase de prototipado y validación del proceso cero desperdicios, habiéndolo desarrollado y testeado los patrones de corte de la Cápsula de Inversión 1. Se cuenta con muestras físicas que prueban la funcionalidad.

### **Ciclo de Vida**

La marca está en la fase de introducción/nacimiento, enfocada en establecer la narrativa ética y educar al nicho de mercado a través del E-commerce..

**Descripción del Proceso:**

**Tabla 8**

*Descripción del Proceso*

<b>Item</b>	<b>Etapas</b>	<b>Actividad y Procedimiento</b>	<b>Responsabilidad</b>
<b>1.</b>	<b>Aprovisionamiento</b>	Compra de Materia Prima	Director General
<b>2.</b>	<b>Diseño y Patronaje</b>	El patronista diseña la prenda asegurando que cero desperdicio quede fuera del patrón. Se utiliza optitex para simulación y optimización.	Patronista/Diseñador
<b>3.</b>	<b>Corte</b>	El operario corta la tela siguiendo el patrón optimizado.	Subcontratación
<b>4.</b>	<b>Confección</b>	Ensamblaje y Costura de las piezas, asegurando el cumplimiento del salario digno.	Subcontratación
<b>5.</b>	<b>Acabado y Control de Calidad</b>	Planchado final e inspección minuciosa de la funcionalidad.	Auxiliar logístico
<b>6.</b>	<b>Logística y Almacén</b>	Etiquetado. Almacenaje en <i>stock</i> en el Taller/Showroom y preparación para despacho en Embalaje Circular.	Auxiliar logístico

Nota. El proceso aquí expuesto es de mi autoría

**Tabla 9**  
Necesidades y Requerimientos

Item	Requerimiento	Unidad de Medida	Consumo Estimado por Unidad	Producción Trimestral (300 uds)	Costo unitario	Costo total
1.	Algodón	Metros Lineales (m)	1.30m (Aprox.)	390 m	30.000	11.700.000
2.	Drill	Metros Lineales (m)	1.30m (Aprox.)	390 m	30.000	11.700.000

Nota. los materiales aquí expuestos son aquellos con los que se ha realizado prototipos

La inversión en tecnología es esencialmente de precisión para ejecutar el patronaje cero desperdicio y de soporte digital para el *e-commerce*.

Software : Optitex 21 licencia \$250.000 mensual, suite adobe \$250.000

**Mano de Obra Operativa Especializada Requerida**

El recurso humano de ÁCRONOS debe ser altamente especializado, ya que la confección cero desperdicio exige precisión y habilidad superior a la producción en serie.

**Cuantificación del presupuesto Requerido (Conceptual)**

El presupuesto para cubrir estas necesidades se divide en Inversión Fija (Activos) y Capital de Trabajo (Insumos y Operación).

**Costo aproximado de fabricación**

El costo total de fabricación de la referencia 001 es de aproximadamente \$60.000 COP contando solo el material requerido y mano de obra de fabricación a 2025.

**Tabla 10**

*Costos y prioridades de la empresa ÁCRONOS*

Item	Rubro de Presupuesto	Tipo de Costo	Composición	Prioridad/Costo
1.	<b>Inversión Fija (Activos Fijos)</b>	Capital	Maquinaria, Mobiliario de Taller/Showroom, Licencias de Software.	Máxima (Necesario para iniciar producción muestras).10.000.000 COP
2.	<b>Capital de Trabajo (Insumos)</b>	Variabl e	Compra del <b>primer lote</b> de Materia Prima Ética, Empaque	<b>Máxima</b> (Financia el primer lote de venta). 23.000.000
3.	<b>Mano de Obra Operativa</b>	Fijo	Salarios (Salario Digno) 4 empleados (3 meses).	<b>Alta</b> (Soporte Social).34.500.000
4.	<b>Mantenimiento/Actualización</b>	Fijo	Costos anuales del <i>hosting</i> del <i>e-commerce</i> y mantenimiento preventivo de máquinas de muestreo	<b>Media</b> (Asegura la continuidad operativa).2.000.000

Nota. Estimación Conceptual de elementos y servicios necesarios para empezar a operar

### **Plan de Producción**

El Plan de Producción de ÁCRONOS está diseñado para ser conservador, eficiente y directamente ligado a la demanda proyectada, evitando el riesgo de sobreproducción y desperdicio (coherencia cero desperdicio). Se tomará como referencia el Plan de Ventas y un horizonte de tres años de crecimiento controlado.

### **Políticas de Inventario y Producción**

#### **Política de Inventario de Producto Terminado**

Inventario Mínimo de Seguridad (Stock Cero/Lento). El stock de seguridad se limitará a un máximo de 15 días de ventas proyectadas. El inventario se mantendrá centralizado en el Taller/Showroom. Esta política es vital para evitar la obsolescencia, lo cual es la meta principal de la gestión Zero Waste más allá del corte.

#### **Política de Inventario de Materia Prima**

Se mantendrá un inventario de seguridad para tres meses de producción proyectada. Esto asegura el flujo operativo ante demoras en la importación de fibras certificadas, pero evita la inmovilización excesiva de capital.

**Naturaleza del Negocio**

La producción se realiza por Lotes de Colecciones Cápsula (ej. 5 prendas clave).

**Programa de Producción (Cuantificación de Unidades por trimestre)**

Se proyecta un crecimiento constante y moderado, basado en la tasa de crecimiento anual del 20% definida en la Proyección de Ventas, manteniendo la coherencia con el modelo de moda lenta.

**Tabla 11**  
*Proyección de crecimiento del 20% anual*

Item	Período	Unidades Vendidas Proyectadas	Inventario Final Deseado (15 días)	Unidades a Producir (Lote)	% Incremento Trimestral
1.	Año 1 - T1 (Lanzamiento)	300	15	315	Base
2.	Año 1 - T2	315	16	316	0.3% (Estabilización)
3.	Año 1 - T3	331	17	332	5.0%
4.	Año 1 - T4	348	17	348	5.0%
5.	<b>Total Año 1</b>	1,294	-	<b>1,311</b>	<b>6.5% promedio</b>
6.	Año 2 - T1	374	19	374	7.5%
7.	Año 2 - T2	402	20	403	7.5%
8.	Año 2 - T3	432	22	433	7.5%
10.	Año 2 - T4	464	23	465	7.5%
11.	<b>Total Año 2</b>	1,672	-	<b>1,675</b>	<b>27.8% promedio</b>

12.	Año 3 - T1	500	25	<b>501</b>	7.5%
13.	Año 3 - T2	538	27	<b>538</b>	7.5%
14.	Año 3 - T3	578	29	<b>578</b>	7.5%
15.	Año 3 - T4	621	31	<b>621</b>	7.5%
16.	<b>Total Año 3</b>	2,237	-	<b>2,238</b>	<b>33.6% promedio</b>

Nota. Incremento de la Producción a 3 años

El incremento del volumen de producción en ÁCRONOS es deliberadamente lento, priorizando la calidad y la gestión de la cadena ética sobre la velocidad:

**Primer Año (1,311 unidades)**

Crecimiento cauteloso, enfocado en la validación del proceso cero desperdicio a nivel industrial y en la capacitación de la mano de obra especializada.

**Segundo Año (1,675 unidades)**

Aumento de la capacidad instalada y consolidación de la eficiencia del patronaje cero desperdicio. El incremento es constante (7.5% trimestral) para reflejar la expansión controlada del nicho "Inversor Consciente".

**Tercer Año (2,238 unidades)**

Se logra la estabilización del proceso y se alcanza una producción que permite comenzar a explorar la exportación a mercados de moda lenta en el extranjero.

Este programa asegura que la producción no exceda la capacidad de la mano de obra ética ni comprometa la política de mínimo desperdicio de inventario.

**Plan de Compras**

**Tabla 12**

*Materia prima para empezar a operar*

Item	Insumo	Cantidad Requerida por Unidad	Cantidad Requerida Trimestral (315 uds)	Justificación y Sistema de Registro
1.	Tejido Algodón	1.30 metros	390 metros	<b>Justificación:</b> El consumo por unidad es alto (1.30m) debido al diseño y al patronaje, pero el desperdicio es <b>cero</b> (0%).
2.	Drill	1.30 metros	390 metros	<b>Justificación:</b> El consumo por unidad es alto (1.30m) debido al diseño y al patronaje, pero el desperdicio es <b>cero</b> (0%).

Nota. La materia prima aquí justificada es con la que se ha realizado prototipos iniciales

Por lo general los insumos son tela, ya que para ÁCRONOS evita la combinación de materiales para poder darle la disposición adecuada al final de su vida útil.

**Costos de Producción**

Los costos de producción de ÁCRONOS se caracterizan por tener un costo variable por unidad debido a la prioridad ética.

**Costos Variables por Unidad**

**Costo de las Materias Primas**

Se define el precio por unidad de medida (ej. \$30.000 COP algodón). Los precios actuales son altos en comparación con el mercado de moda rápida. El comportamiento esperado es estable o con ligero aumento, lo que se justifica por los contratos de aprovisionamiento a largo plazo con proveedores éticos, minimizando la volatilidad.

**Costos de los Materiales de Empaque**

El costo por unidad de medida es alto (ej. \$5.000 COP/caja de cartón reciclado), reflejando la inversión en embalaje circular.

### **Costo de Transporte de Productos Terminado**

Se establece un valor promedio de \$/ por unidad de medida (ej. \$15.000 COP/unidad). Este costo es frecuentemente implícito de manera indirecta en la prenda, convirtiéndola en un costo variable de venta.

### **Costos Fijos de Producción Mano de Obra Directa (MOD)**

Costo de Mano de Obra Directa en Horario Normal: El costo por período (mensual) debe reflejar el Salario Digno (mayor al mínimo legal), incluyendo prestaciones sociales y parafiscales oscila entre 2.000.000 y 3.500.000 COP

### **Estacionalidad / Horas Extras**

No existe estacionalidad significativa en la MOD operativa en la fase inicial, ya que la producción es constante y lenta. No se presupuestan horas extras para ser coherentes con la política de trabajo ético.

### **Mano de Obra Indirecta (MOI)**

Costo por período (mensual) del Patronista/Diseñador y el Gerente de Producción/Logística 3.500.000.

### **Arrendamiento**

Costo mensual fijo del arrendamiento de las instalaciones (Taller/Showroom de 50 m<sup>2</sup>). 400.000 al ser interno en una habitación de una casa.

### **Servicios Públicos (CIF)**

Costo estimado de electricidad (para maquinaria), agua y gas asociados al componente de producción (ej. planchado y maquinaria). 300.000

**Infraestructura**

La infraestructura se centrará en el Taller/Showroom (espacio combinado) y las herramientas necesarias para el diseño, muestreo y gestión de calidad. Todos los elementos listados a continuación se consideran Inversiones Fijas (adquisición).

**Tabla 13**

*Costos de maquinaria y mobiliario necesario para empezar a operar*

Item	Máquina, Mobiliario o Equipo	Función en la Producción / Servicio	Costo Unitario Estimado (COP)
<b>Maquinaria de Muestreo (Activos Fijos)</b>			
1.	Máquina Plana Industrial	Costura de uniones, pespuntos y acabados. Esencial para la confección de prototipos y muestras.	\$2.500.000
2.	Máquina Fileteadora ( <i>Overlock</i> )	Acabados de bordes y costuras de seguridad. Uso exclusivo en prototipos y control de calidad.	\$1.500.000
3.	Máquina Recubridora ( <i>Coverstitch</i> )	Confección de bajos y ruedos en prendas de punto y elastizadas. Uso exclusivo en prototipos y muestras.	\$3.000.000
<b>Mobiliario de Taller y Diseño</b>			
4.	Mesa de Corte	Soporte clave para la optimización del patronaje, permitiendo manipular la tela completa	\$2.000.000
5.	Sistema de Cómputo / Licencia optitex	Diseño, patronaje, optimización de la anidación y gestión de la trazabilidad.	\$200.000
6.	Herramientas	metro, alfileres, tijeras, cortadora, tizas, reglas entre otras	\$1.000.000

Nota. Esta información puede variar ya que constantemente los precios suben y bajan

**Tabla 14**

*Costos del mobiliario y los equipos necesarios para tener el showroom a disposición del cliente*

<b>Mobiliario Showroom / Gestión Comercial</b>			
1.	Mobiliario de Exhibición ( <i>Premium</i> )	Percheros, estantería y vitrinas para la exhibición de las cápsulas y control de inventario.	\$2.000.000
2.	Espejo de Cuerpo Entero y Vestidor	Experiencia de venta por cita en el <i>showroom</i> (Atención a clientes).	\$800.000
3.	Adecuaciones	adaptaciones del espacio, fuentes eléctricas.	1.000.000
<b>Equipos Administrativos</b>			
1.	Equipo de Cómputo (Administración)	Gestión del <i>e-commerce</i> , facturación, contabilidad y soporte administrativo.	\$5.500.000
2.	Teléfono/Impresora Multifuncional	Comunicación y gestión documental.	\$700.000

Nota. Esta información puede variar ya que constantemente los precios suben y bajan

**Tabla 15**

*La eficiencia del diseño y la gestión de calidad del cero desperdicio*

<b>Item</b>	<b>Parámetro Técnico Especial</b>	<b>Descripción</b>	<b>Meta Operacional ÁCRONOS</b>
1.	<b>Tasa de Desperdicio de Tela</b>	Porcentaje de tela desechada después del corte del patrón.	<b>0%</b> (El pilar del modelo cero desperdicio).
2.	<b>Tasa de Defectos de Muestreo</b>	Porcentaje de prototipos fallidos que requieren rehacerse antes de enviar la muestra a tercerización.	<b>&lt; 5%</b> (Minimizar el tiempo de desarrollo de producto).
3.	<b>Eficiencia de la Tercerización</b>	Porcentaje de la producción tercerizada que pasa el control de calidad final de ÁCRONOS.	<b>&gt; 98%</b> (Depende de la calidad del taller externo).

4.	<b>Adecuaciones Locativas Requeridas</b>	La instalación de las tres máquinas (plana, fileteadora, recubridora) requiere tomas de corriente estables. La mesa de corte exige un área despejada mínima de 3m x 1.5m. Además, es crucial que el taller cuente con buena iluminación natural y ventilación para proteger la fibra natural y mejorar la precisión del muestreo.	<b>100%</b> dependen de prestador de servicios para dejar el trabajo a satisfacción
----	--	---	---

Nota. Los porcentajes son aproximados ya que como está en fase inicial puede haber variación

### Módulo Organizacional

#### Estrategia Organizacional

##### ¿Qué es una oportunidad?

Las oportunidades son tendencias externas que favorecen el desarrollo de ÁCRONOS. La más relevante es el Crecimiento del Consumidor Consciente, un fenómeno global que incrementa el potencial del nicho "Consumidor Consciente" con impacto alto positivo. La estrategia es aprovechar este crecimiento mediante la inversión en Marketing dirigido a audiencias con intereses en criterios ASG (Ambientales, Sociales y económicos). Otra oportunidad es la Innovación en Fibras, con el desarrollo de nuevos biomateriales. Esto es Medio Positivo, ya que permite diversificar el producto sin comprometer los valores. Se debe aprovechar mediante el establecimiento de alianzas con startups de biomateriales.

##### ¿Qué es una amenaza?

Una amenaza crítica es el Greenwashing de la Competencia, donde marcas masivas adoptan el discurso sostenible superficialmente. El impacto es Alto Negativo, ya que puede diluir el mensaje de ÁCRONOS. La estrategia es controlar este riesgo mediante la transparencia radical, demostrando la autenticidad. La Ciberseguridad también representa una amenaza Medio Negativa, dada la dependencia total del e-commerce. Se controla invirtiendo en seguridad robusta y eligiendo plataformas de alta disponibilidad.

##### ¿Qué es una fortaleza?

Las fortalezas son los pilares fundamentales que cultivan la demanda del producto. La principal fortaleza es la Exclusividad Zero Waste, que se traduce en un cero desperdicio de material de corte. Esta diferenciación genera un alto positivo en el valor percibido, reforzando la promesa ambiental de la marca. La estrategia para conservar esta ventaja es la comunicación activa de la transparencia con el Certificado de Inversión. Una segunda fortaleza crítica es el salario digno y transparencia, asegurando el pago ético a los operarios. Esto tiene un alto positivo, atrayendo talento especializado y construyendo una credibilidad ética. La estrategia es mantener esta política salarial y utilizar la transparencia de los costos como un punto de venta.

### **¿Qué es una debilidad?**

Las debilidades internas limitan la capacidad de crecimiento rápido. La principal es el alto costo de producción, impulsado por el precio de las fibras certificadas y el Salario Digno. El impacto es alto negativo, ya que limita la flexibilidad en los precios y la escala. La estrategia es mitigar este efecto enfocando la venta en la diferenciación de valor (Inversión) y no en el precio, mientras se optimiza la eficiencia de la tercerización. Otra debilidad es la Producción Lenta y en lotes pequeños, lo que genera un Medio Negativo al limitar la capacidad de respuesta a la demanda. Esto se mitiga posicionando la escasez como exclusividad en la comunicación de marketing (listas de espera).

El análisis DOFA confirma que ÁCRONOS posee una sólida viabilidad estratégica cimentada en sus fortalezas internas: la innovación cero desperdicios y la transparencia del Salario Digno. Estos elementos son su principal barrera de entrada contra la competencia, alineándose perfectamente con la oportunidad de un mercado de lujo consciente en expansión. Sin embargo, el éxito depende de la gestión rigurosa de su vulnerabilidad financiera. El alto costo variable por unidad, inherente a la ética de la marca, exige una estrategia de comunicación impecable que posicione el producto no como una prenda costosa, sino como una inversión

moral y económica. La conclusión es que ÁCRONOS está posicionado para liderar un nicho de alto valor, siempre y cuando se ejecute una estrategia que convierta la producción lenta en exclusividad y utilice la trazabilidad radical como defensa contra el greenwashing, garantizando así la rentabilidad de su modelo holístico de sostenibilidad.

### **Organismos de Apoyo**

Actualmente ningún tercero viene apoyando el proceso ni la empresa, sin embargo se ha analizado varias entidades que pueden apoyar el crecimiento de forma económica y/o estratégica. Se identifican organismos esenciales para la validación y crecimiento de la empresa:

#### **Cámaras de Comercio Locales**

Apoyo en la fase de definición e implementación para la constitución legal y registro mercantil. En la fase de operación, ofrecen acceso a programas de fortalecimiento empresarial.

#### **Bancos de Desarrollo**

Previsto para la fase de implementación y operación, permitiendo el acceso a líneas de crédito verde o financiación para la adquisición de maquinaria especializada y capital de trabajo.

#### **Programas Alcaldía de Medellín**

Se busca su apoyo en la definición y operación a través de mentorías especializadas en e-commerce y procesos de diseño sostenible.

#### **Unidad de Emprendimiento**

Unidad de Emprendimiento de la Institución Universitaria del Pascual Bravo la cual tiene como objetivo apoyar a iniciativas empresariales en los componentes técnicos, financieros, comercial y de mercado.

#### **Estructura Organizacional:**

La estructura organizacional de ÁCRONOS es ligera y plana, optimizada para la tercerización de la producción y el modelo digital directo al consumidor.

El equipo inicial se compone de cuatro empleados base:

**Nivel Directivo**

El Fundador / Gerente General (1 empleado) se encarga de la estrategia, finanzas y gestión de la cadena de suministro ética.

**Nivel Administrativo**

El Gestor de Contenido y E-commerce (Tercerizado) maneja la plataforma digital, el marketing de contenido y la atención al cliente.

**Nivel Operativo**

El Patronista / Diseñador Líder (1 empleado) dirige el diseño Zero Waste, realiza el muestreo y el control de calidad. Es clave para el proceso. El Auxiliar de Logística y Taller (1 empleado) gestiona el inventario, el embalaje circular y la atención en el showroom por cita.

**Junta Directiva**

La Junta Directiva en la fase inicial estará conformada por los 3 empleados anteriormente mencionados y se buscará la inclusión de un Asesor Externo con experiencia en sostenibilidad y el servicio tercerizado en e-commerce. La participación de los miembros está orientada a la supervisión del cumplimiento del impacto (social y ambiental) y la aprobación de la estrategia de precio y expansión de las cápsulas de inversión.

**Aspectos Legales**

Se conformará como una Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), debido a su flexibilidad en la estructura accionaria y la limitación de la responsabilidad de los socios. El estado legal actual es la Fase Preoperativa (constitución legal en curso).

**Normativa Laboral y Protección Social**

Se dará cumplimiento riguroso del Código Sustantivo del Trabajo, asegurando seguridad social y, fundamentalmente, el pago del Salario Digno (compromiso ético interno).

**Normativa Ambiental**

Se aplicará la legislación de Residuos Sólidos y manejo de sustancias químicas.

### **Normativa de Propiedad Intelectual**

Se registrará de la Marca (Ácronos) ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC).

### **Normativa Tributaria**

Cumplimiento con la DIAN y el régimen tributario de la SAS.

### **Política de Distribución de Utilidades**

La política busca el equilibrio entre la rentabilidad y la sostenibilidad futura. Un porcentaje fijo de las utilidades (ej. 70%) se destina a la reinversión y distribución, mientras que el 30% restante se canaliza al Fondo de Capital de Trabajo Circular y la investigación en nuevas fibras, asegurando la continuidad del modelo circular.

## **Costos Administrativos**

### **Gastos de Personal**

Se registran los gastos mensuales estimados, incluyendo el costo de las cargas sociales (prestaciones, subsidios, parafiscales), para el primer año de operación.

- El Gerente General cobra honorarios estimados en \$3.500.000 COP/mes.
- El Patronista/Diseñador (CF) tiene un costo total estimado (salario + prestaciones) de \$3.500.000 COP/mes.
- El Gestor de E-commerce (CF) tiene un costo total estimado de \$2.500.000 COP/mes.
- El Auxiliar de Logística (CF) tiene un costo total estimado de \$2.000.000 COP/mes.
- Dotaciones: El costo es mínimo, ya que se utiliza stock de la propia producción de ÁCRONOS como uniforme para el personal operativo, reforzando la marca.

### **Gastos de Puesta en Marcha**

Estos gastos son incurridos antes del inicio de la operación:

#### **Registros y Certificados**

Constitución legal de la SAS, registro mercantil, y obtención de permisos iniciales (\$2.500.000 COP estimado).

#### **Registro de Marca**

Trámite ante la SIC (\$1.000.000 COP estimado).

#### **Puesta en Operación E-commerce**

Inversión en el desarrollo inicial de la plataforma (\$1.000.000 COP estimado).

Total Estimado de Gastos de Puesta en Marcha: \$4.500.000 COP.

### **Gastos Anuales de Administración**

Se registran los gastos fijos valorados anualmente:

#### **Servicios Públicos (Administrativos)**

Consumo anual de agua e internet para la gestión comercial y oficina (\$3.600.000 COP).

#### **Arrendamiento (Administrativo)**

La porción del alquiler del Taller/Showroom destinada a la gestión administrativa (\$4.800.000 COP).

#### **Asesoría Contable/Legal**

Honorarios anuales por el servicio fijo de contabilidad y asesoría legal básica (\$1.500.000 COP).

Total Estimado de Gastos Anuales de Administración: \$9.900.000 COP.

### **Módulo Financiero**

#### **Ingresos**

**Fuentes de Financiación:** Aportes de Socios Fundadores (Capital Propio)

**Cuantía**

Se definirá la participación porcentual y monetaria de los propietarios del proyecto. Este aporte es fundamental para la credibilidad inicial.

**Tipo de Recursos**

Los recursos se aplicarán tanto a la etapa de Implementación (adquisición de Activos Fijos como maquinaria de muestreo y licencias CAD) como a la etapa de Operación (Capital de Trabajo para la compra del primer lote de Materia Prima).

**Forma**

Se puede dividir en recursos en efectivo (para liquidez y pagos) y aportes en bienes o servicios (ej. software o equipos de cómputo personales aportados al patrimonio).

**Recursos de Crédito (Deuda)****Información Básica del Crédito (Conceptual)**

Se proyecta un crédito bancario para cubrir la parte restante de la Inversión Fija.

**Destinación**

Los recursos se destinarán a la adquisición de maquinaria especializada (Plana, Fileteadora, Recubridora) y la remodelación del Taller/Showroom.

**Plazo y Tasa**

Se buscará un plazo de pago moderado (ej. 3 a 5 años) con una tasa de interés preferencial (Tasa Efectiva Anual, TEA) mediante líneas de crédito verde o de fomento empresarial.

**Tasa de Rentabilidad (Tasa de Descuento)**

Se requiere definir la Tasa de Rentabilidad Efectiva Anual (TEA) a la que aspiran los socios fundadores. Esta tasa actúa como la Tasa Mínima Atractiva de Retorno (TMAR) y se utilizará para calcular el Valor Presente Neto (VPN) en la evaluación financiera.

### Formatos Financieros

Los formatos financieros se proyectarán en un horizonte de tres años, lo cual es un período adecuado para el lanzamiento de un negocio de moda lenta y la consolidación de la marca.

### Balance Inicial y Proyectado

Detalla la composición del activo (Inversiones Fijas, Capital de Trabajo) y el pasivo más patrimonio (Fuentes de Financiación) al inicio de operaciones y en los años proyectados.

### Estado de Resultados Proyectado

Muestra la rentabilidad (Utilidad) del negocio anualmente, comparando los ingresos proyectados con los costos de producción y los gastos administrativos.

### Flujo de Caja Proyectado

El formato más crítico, ya que muestra el movimiento de efectivo (entradas y salidas) en periodos mensuales y trimestrales, esencial para asegurar la liquidez del Capital de Trabajo.

### Egresos

**Tabla 16**

*Egresos fijos desde que se comienza a operar*

Item	Rubro Principal	Concepto Detallado	Tipo de Costo	Costo Estimado (COP)	Observación
1.	Inversión Fija	Máquinaria de Muestreo (Plana, Fileteadora, Recubridora)	Adquisición	\$7.000.000	Esencial para prototipado y control de calidad.
		Mobiliario Operativo (Mesa de Corte, Estantería)	Adquisición	\$3.200.000	Necesario para optimización de materia prima.

		Tecnología (Cómputo y Licencia <i>Software</i> CAD)	Adquisición	\$6.200.000	Requerido para el diseño de patronaje de alta eficiencia.
		Remodelación Locativa y Adecuaciones Eléctricas	Adecuación	\$1.000.000	Adaptación del Taller/Showroom.
2.	<b>Inversión Diferida</b>	Puesta en Marcha Legal (SAS, Registro de Marca, Permisos)	Amortizable	\$3.500.000	Gastos preoperativos y de constitución.
		Desarrollo Inicial de la Plataforma E-commerce y <i>Hosting</i>	Amortizable	\$1.000.000	Canal de venta principal.
3.	<b>Capital de Trabajo</b>	Materias Primas Éticas	Variable	\$25.000.000	Compra inicial de telas.
		Mano de Obra Directa (MOD) (3 meses)	Fijo/Variable	\$34.500.000	Salario Digno para personal operativo.
4.		Mano de Obra Indirecta (MOI) (3 meses)	Fijo	\$10.500.000	Salarios y honorarios de gestión y administración.
		Gastos Fijos Operativos (Arriendo, Servicios, Seguros - 3 meses)	Fijo	\$3.000.000	Costos operativos del Taller/Showroom.
	<b>TOTAL EGRESOS INICIALES</b>			<b>\$94.900.000</b>	

Nota. Costo total requerido para el lanzamiento y 3 meses de operación.

## **Capital de Trabajo**

### **Recursos de Financiamiento**

El Capital de Trabajo para ÁCRONOS debe ser suficiente para cubrir, al menos, tres meses de costos operativos y de producción, dados los largos plazos de adquisición de las materias primas certificadas.

### **Destino de los Recursos:**

- Adquisición de la Materia Prima Ética.
- Pago de la Mano de Obra Directa (MOD) y la indirecta (MOI) por el período preoperativo.
- Costos de Transporte, servicios públicos, y materiales de empaque.

El cálculo se determinará restando los pasivos corrientes (cuentas por pagar, Net 30) de los activos corrientes (efectivo, inventario). El Capital de Trabajo final será la cuantía mínima necesaria para que ÁCRONOS pueda operar sin interrupciones y cumplir con su compromiso de pago ético a sus proveedores.

## **Plan Operativo**

### **Cronograma de Actividades (Gantt Conceptual)**

El cronograma registra las actividades clave desde la implementación hasta el inicio de la operación de venta (Horizonte de 6 meses). Se divide en fases lógicas y se asocia a los recursos necesarios.

Cronograma de Actividades: Es la herramienta que permite registrar las actividades, recursos y tiempos en el cual se desarrollará el plan de negocio, a través de esta herramienta se podrá hacer seguimiento a los avances, utilización de los recursos y gestión, con el fin de

observar en forma clara la realización del proyecto. Para cada actividad registre las metas a lograr y los requerimientos de recursos por período.

**Cronograma de Actividades (Gantt)**

El cronograma registra las actividades clave desde la implementación hasta el inicio de la operación de venta (Horizonte de 6 meses). Se divide en fases lógicas y se asocia a los recursos necesarios.

**Tabla 17**  
*Registro de actividades durante 6 meses*

Item	Fase	Actividad	Meta a Lograr	Período (Semanas)	Recursos Clave Requeridos
1.	Legal y Financiamiento	Constitución SAS y Registro de Marca (SIC)	Obtener la matrícula mercantil y el registro de la marca ÁCRONOS.	1-4	Capital Propio (Socios Fundadores), Abogado.
2	Logística y Tecnología	Adecuación Taller/Showroom e Instalación de Maquinaria	Finalizar la remodelación y tener las máquinas de muestreo operativas.	5-8	Crédito Bancario (para Activos Fijos), Contratista.
3.		Desarrollo y Lanzamiento del E-commerce	Plataforma de venta operativa, con pasarela de pagos funcional y seguridad.	5-10	Inversión Diferida (Software/Hosting), Diseñador Web.
4.	Diseño y Aprovisionamiento	Compra del Primer Lote de Materia Prima Certificada	Asegurar 3 meses de stock	6-12	Capital de Trabajo, Gerente General.
5.	Prototipado y Producción	Diseño, Muestreo y Aprobación de la Cápsula 1	Validar la eficiencia del Patronaje Zero Waste en 5 piezas.	9-14	Patronista/Diseñador, Maquinaria de Muestreo.
		Producción del Lote de Lanzamiento (Tercerización)	Confección de 300 unidades listas para la venta.	15-20	Taller de Confección Externo, Capital de Trabajo (pago a proveedores).

6.	Marketing y Lanzamiento	Producción de Contenido Premium	Fotografía, video y copy para la comunicación del "Salario Digno" y el Zero Waste.	16-22	Presupuesto de Marketing, Fotógrafo Especializado.
		Lanzamiento y Venta	Alcanzar la meta de 300 unidades vendidas en el T1.	23 en adelante	Equipo Completo (Administrativo, E-commerce).

Nota. Este cronograma tiene un aproximado ya que los tiempos pueden variar según disposición de materias primas y adquisición de máquinas, mobiliario y herramientas.

### Metas Sociales

#### Enmarcado en el Plan Nacional de Desarrollo (PND)

El proyecto se enmarca en el eje de "Sostenibilidad Ambiental y Transición Energética" y "Convergencia Regional". Ácronos contribuye al PND promoviendo la economía circular y un modelo de producción de bajo impacto ambiental.

#### Plan Regional de Desarrollo

Se alinea con el fomento del Clúster Textil y de Confección, incentivando la innovación en procesos y la formalización del empleo digno en la región.

ÁCRONOS se asociará al Clúster de Moda y Textil de Alto Valor. Su aporte es innovar en la sub-cadena de Moda Sostenible y Lujo Lento, diferenciándose de la producción masiva al enfocarse en el diseño de bajo impacto (Zero Waste) y la ética laboral.

#### Empleo Generado y Características de la Población

ÁCRONOS generará empleo de alta calidad, enfocado en el pago del Salario Digno (superior al mínimo legal + prestaciones) para atraer y retener talento calificado.

#### Empleos Directos

##### Patronista/Diseñador Líder (1)

Alto nivel de especialización en patronaje CAD y técnicas alternativas.

### **Auxiliar de Logística y Taller (1)**

Responsable de la gestión de inventario y e-commerce.

### **Gestor de Contenido (1)**

Perfil administrativo y de marketing tercerizado.

### **Gerente General (1)**

Dirección y estrategia.

### **Empleo Indirecto**

Se generará empleo indirecto a través de la tercerización de la confección (generación de horas de trabajo estables y mejor pagadas en talleres externos) y la contratación de proveedores de servicios (fotografía, mensajería, contabilidad).

### **Impacto económico**

El impacto económico se centra en la generación de valor a través de la diferenciación y la inversión consciente.

### **Ventas Nacionales y Consolidación**

La proyección es alcanzar, en el primer año de operación, ingresos por ventas nacionales superiores a los \$203.600.000 COP. Este ingreso se logra a través de la estrategia de Precio Premium (Inversión), demostrando que un modelo de negocio ético y lento puede ser financieramente viable y rentable.

### **Inversión en la Cadena de Suministro**

Se garantiza un pronto pago y una relación comercial estable con 3 a 5 proveedores especializados en materias primas certificadas, asegurando la liquidez en la base de la cadena ética.

### **Generación de Capital para la Circularidad**

Se establece el Fondo de Capital de Trabajo Circular, creando un mecanismo económico auto-sostenible.

### **Exportaciones**

Aunque no se proyectan en la fase inicial, el alto valor agregado del producto y su narrativa de lujo lento preparan a la marca para incursionar en el nicho de mercado de exportación de EE. UU. y Europa a partir del tercer año.

### **Impacto Regional**

Se manifiesta a través del fortalecimiento del capital humano y productivo local.

### **Fortalecimiento del Clúster Textil**

Ácronos se asocia al Clúster de Moda y Textil de Alto Valor de la región, aportando innovación en procesos limpios (Patronaje Zero Waste) y sirviendo como referente para la transición hacia modelos de producción de mayor valor.

### **Formalización de Empleo Calificado**

Se dignifica el oficio de la confección mediante la generación de empleo formal y estable con el compromiso del Salario Digno, lo que contribuye a elevar el estándar laboral en el sector.

### **Proveedor de Servicios Locales**

Se prioriza la tercerización controlada con talleres de confección y el uso de servicios logísticos locales para el empaque y despacho, incentivando la economía circular en la zona de influencia del Taller/Showroom.

### **Impacto Social**

Es el pilar de la propuesta de valor y se comunica a través de la transparencia.

### **Generación de Empleo Directo Ético**

Se crean entre 3 y 4 empleos directos formales (Patronista, Gestor, Auxiliar de Logística y Gerencia) en la fase inicial, todos con remuneración que excede el mínimo legal y garantiza el bienestar del trabajador.

### **Cobertura de Población Objetivo y Educación**

Se cubre a la población objetivo de "Consumidores Conscientes", proyectando la fidelización de más de 1.200 clientes en el primer año. La marca tiene un rol educativo al promover una cultura de consumo de inversión y longevidad del producto, desafiando el ciclo de la moda rápida.

### **Transparencia Radical**

Se utiliza muestra en las redes sociales los procesos de producción para cuantificar el aporte social, permitiendo al consumidor conocer el costo del Salario Digno y la procedencia de la fibra.

### **Impacto Ambiental**

Se enfoca en la mitigación radical del desecho textil y la contaminación.

### **Eliminación del Desperdicio de Corte**

El principal resultado es la implementación rigurosa del Patronaje Zero Waste, lo que significa cero desperdicio de tela en la fase de corte de la materia prima. Este parámetro técnico crítico elimina la mayor fuente de contaminación en la producción de moda.

### **Cierre del Ciclo de Vida del Producto**

Mediante el Programa Legacy, se garantiza que las prendas ÁCRONOS no terminen en los vertederos. El costo de esta corrección ambiental (el reciclaje especializado de las prendas devueltas) se financia con el fondo circular de la empresa.

### **Manejo de Insumos LimpioS**

La selección de fibras certificadas reduce la huella hídrica y química asociada a la producción textil tradicional.

**Mitigación Cuantificable**

Se genera un impacto positivo cuantificable al desviar el flujo de residuos de los vertederos, gracias a la devolución controlada de productos al final de su vida útil.

## Referencias

- Balances y proyecciones. (2024) Informe de Gestión y Proyecciones. ANDI.  
<https://www.andi.com.co/Uploads/Balance%202024%20y%20Perspectivas%202025%20-%20-%20V%20enero.pdf>
- Barrios. (2012) El impacto ambiental del fash fashion pronta moda.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5654048>
- Coomeva. (2024) Informe Anual y Balance Social Coomeva. Centro del Pensamiento Coomeva.  
<https://repositorio.coomeva.com.co/items/f146a26a-2bbb-46c8-b0e7-319fd40145d7/full>
- DANE. (2018) Censo Nacional de población y vivienda.  
DANE <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivenda-2018>
- Econexia. (2025) El futuro de la industria textil: tendencias, innovación y sostenibilidad.  
<https://econexia.com/es/contenidos-articulo/moda-y-confeccion/1571/Industria-textil-tendencias-y-sostenibilidad>
- Hernandez, A. (2024) El gasto de los hogares colombianos en moda cerró el primer semestre de 2024 con cifras en aumento. Mundo Textil.  
<https://mundotextil.com.co/el-gasto-de-los-hogares-colombianos-en-moda-cerro-el-primer-semestre-de-2024-con-cifras-en-aumento/>
- Icontec. (2018). Normas técnicas colombianas para el sector textil y confección. Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación. Icontec. <https://www.icontec.org/>
- Intextil. (2024) La Evolución de los Textiles en la Moda Colombiana. Intextil.  
<https://www.intextil.com.co/la-evolucion-de-los-textiles-en-la-moda-colombiana/>
- Luna, P. (2023) El sector Moda en Colombia ¿Es sostenible?. Código Malva  
<https://codigomalva.com/2023/02/12/el-sector-moda-en-colombia-mas-sostenible/>
- Muñoz Restrepo, M. (2023). Estudio del comportamiento del consumo de ropa de las mujeres de Medellín y el Área Metropolitana en tiempos de pandemia y post pandemia (Doctoral dissertation, Universidad EAFIT).  
[https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/32739/Mariana\\_MunozRestrepo\\_2023.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/32739/Mariana_MunozRestrepo_2023.pdf?sequence=2&isAllowed=y)
- Observatorio. (2025) Observatorio de moda Marzo. Inexmoda.  
<https://inexmoda.org.co/investigaciones/observatorio-inexmoda-marzo-2025/>
- Procolombia. (2024) Informe de Gestión del Sector Comercio, Industria y Turismo. Procolombia. <https://procolombia.co/transparencia/informes-de-gestion>

RADDAR (2025). Gasto de los hogares en Colombia: crecimiento sostenido con señales de fatiga. RADDAR.

<https://raddar.net/wp-content/public-reports//10.-RADDAR-REPORTS-OCTUBRE-2025.pdf>

Salazar, C. (2025) Tendencias para el 2025 y cómo llevarlas. El TIEMPO.

<https://www.eltiempo.com/eltiempoplay/tendencias-para-el-2025-y-como-llevarlas-3423485>

Sistema B. (2020). Empresas B: Medición de impacto y estándares para modelos de negocio con propósito. Sistema B Internacional. Sistema B.

<https://www.sistemab.org/evaluacion-de-impacto-b/>