

Trabajo de grado modalidad de emprendimiento:

Modelo de negocio para una marca atemporal con enfoque sostenible que fusiona los universos del resort y casualwear, dirigido a mujeres de 25 a 45 años de la ciudad de Medellín mediante el uso del modelo Canvas y Benchmarking para investigar el mercado

Nombre del estudiante

Laura Estefanía Cuervo Rúa

Nombre del docente

Duverney Gomez Aguirre

Institución Universitaria Pascual Bravo

Profesional en Diseño de Vestuario

GUÍA INFORME FINAL MODALIDAD EMPRENDIMIENTO PLAN DE NEGOCIOS	Código: GDO- GU - 2
	Versión: 01
	Página: 1 de 1

1. Plataforma Estratégica

1.1 Misión

Realizar un proceso de observación y análisis de tendencias, así como las estrategias de marcas nacionales, con el fin de diseñar un cronograma de trabajo que oriente el desarrollo del proyecto y permita cumplir los objetivos planteados.

1.2 Visión

Ser una marca referente en Medellín y el valle de Aburrá en la categoría de lujo consciente, donde cada prenda es valorada por su diseño exclusivo, calidad y sus procesos de producción sostenibles.

1.3 Objetivos

Objetivo general.

Proponer un modelo de negocio para una marca atemporal con enfoque sostenible que fusiona los universos del resort y casual wear, dirigido a mujeres de 25 a 45 años de la ciudad de Medellín mediante el uso del modelo Canvas y Benchmarking para investigar el mercado

Objetivos específicos.

1. **Investigar el mercado local** para definir con precisión el público objetivo (mujeres de 25 a 45 años en Medellín) e identificar oportunidades y necesidades como base para el desarrollo del modelo de negocio.
2. **Analizar marcas referentes** en los sectores de resort y casual wear mediante la herramienta de Benchmarking, con el fin de identificar oportunidades de diferenciación y posibles ventajas competitivas.
3. **Diseñar una colección cápsula inicial** que represente la identidad visual de la marca, a través de prendas atemporales, exclusivas y sostenibles, elaboradas con materiales ecológicos y alineadas con los valores de consumo consciente.

1.4 Valores Corporativos

- Esencia: Conexión entre el diseño y la intención de crear con propósito
- Autenticidad: Identidad propia y capacidad de mostrar una marca honesta sin caer en exageraciones
- Cumplimiento: Asegura que la marca comunica su propósito, diseño e impacto positivo de forma real y transparente.

2. Módulo de Mercados

2.1 Justificación o Planteamiento del problema.

Este proyecto tiene como propósito abordar la creación de un modelo de negocio para una marca de moda que combine los universos del resort y casual wear bajo un enfoque sostenible y atemporal. En la actualidad el tema de la moda sostenible cobra cada vez más relevancia debido a la creciente conciencia ambiental y social que atraviesa la industria textil, lo que ha impulsado nuevas formas de consumo y producción responsables.

En este contexto la propuesta no solo responde a una necesidad del mercado, sino que también contribuye al ámbito académico al integrar herramientas metodológicas y estratégicas aplicadas al diseño de negocios sostenibles en el sector moda. Desde lo metodológico, se destaca el enfoque mixto el cual permite comprender fenómenos complejos mediante la integración de datos cuantitativos y cualitativos (Molina Azorín, Fábregues Feijóo, & Escalante Barrios, 2024). Por su parte en el campo del diseño de modelos de negocio, se propone el uso del modelo Canvas como una herramienta visual y funcional para estructurar propuestas viables (Osterwalder & Pigneur, 2010). Y de manera complementaria utilizar el método Design Thinking el cual promueve la innovación centrada en el usuario y facilita soluciones creativas y funcionales (Brown, 2009).

¿Cómo proponer un modelo de negocio para una marca atemporal con enfoque sostenible que fusiona los universos del resort y casual wear dirigido a mujeres de 25 a

45 años de la ciudad de Medellín mediante el uso del modelo Canvas y Benchmarking para investigar el mercado? A partir de esta pregunta se va desarrollar la justificación y para responderla, se adopta un enfoque mixto el cual permite obtener resultados más integrales al combinar técnicas cuantitativas y cualitativas (Creswell & Plano Clark, 2018). Además se aplica la metodología Design Thinking que estructura el proceso en cinco fases: empatizar, definir, idear, prototipar y testear (Brown, 2009), facilitando una comprensión profunda del usuario y el desarrollo de soluciones coherentes. Esta metodología permite finalmente cumplir con el propósito central del proyecto: proponer un modelo de negocio para una marca atemporal con enfoque sostenible, dirigida a mujeres de Medellín, que integre estratégicamente el modelo Canvas y el benchmarking como herramientas clave de investigación y diseño.

2.2 Antecedentes del problema.

En los últimos años, la industria de la moda ha sido cada vez más cuestionada por su impacto negativo en el medio ambiente y en la sociedad, debido a que contribuye a la contaminación, la explotación laboral y por último al consumo desmedido.

El fast fashion ha sido señalado por su elevado impacto ambiental, generado por una producción intensiva y el uso de materiales no sostenibles, lo que contribuye a una significativa huella ecológica (Niinimäki, y otros, 2020) . Este sistema de sobreproducción está vinculado no solo a la contaminación, sino también a la precarización laboral, por lo tanto se propone que la educación de las nuevas generaciones juegue un papel clave en la promoción de un consumo más consciente (Heredia Ordoñez, Jaramillo Tovar, & Mc Causland Peláez, 2021) Además, el consumismo actual, caracterizado por la compra excesiva y rápida de productos a menudo innecesarios, tiene raíces históricas en el colonialismo. Durante esta época, las potencias europeas establecieron un sistema de explotación de recursos naturales y mano de obra barata en territorios colonizados. Esta lógica de apropiación y explotación laboral persiste en la industria global actual, especialmente en la moda, donde el sur global produce a bajo costo para los mercados del norte, sosteniendo un modelo de

producción masiva y moda rápida basado en materiales baratos y mano de obra precaria (Aja, 2021). Sin embargo, la moda tiene el potencial de convertirse en una herramienta de empoderamiento, especialmente cuando se construye desde la autenticidad y se aleja de la superficialidad impulsada por el consumo acelerado (Bedoya Gómez, 2020). Así los consumidores que optan por el slow fashion no solo valoran la estética, sino también el compromiso social y ambiental de las marcas, por lo que la transparencia se vuelve esencial (Nuria, 2022) (Gutiérrez Aragón, Gassiot-Melian, & Nebot López, 2022)

En este sentido la reutilización de materiales, el reciclaje, la ropa de segunda mano juega un papel fundamental al permitir la creación de prendas atemporales y extendiendo la vida útil de las prendas fomentando la circularidad (Guillén Serrano & Angüisaca Barreto, 2021), (Vargas Gutierrez & Castillo León, 2022), (García Valdés & López Mendoza, 2024); (Gómez Torres & Rodríguez Cáceres, 2024). El uso de bio textiles que son materiales textiles fabricados a partir de organismos vivos, subproductos biológicos o mediante procesos biológicos, buscando alternativas más sostenibles a los textiles convencionales ayudan a reducir el impacto ambiental desde el origen de la prenda (Romina, 2023). Las prendas versátiles y multifuncionales, adaptables a distintos estilos de vida también se perfilan como una solución hacia un consumo más consciente y duradero (Moreno, 2023). En el ámbito del lujo sostenible, se destacan motivaciones clave para adoptar prácticas circulares. En primer lugar, la motivación económica juega un papel importante si bien el lujo tradicionalmente se relaciona con precios elevados, algunos consumidores valoran las opciones circulares como una forma inteligente y racional de consumo. En segundo lugar, la búsqueda de unicidad también es un factor clave, pues la circularidad facilita el acceso a piezas únicas, ediciones limitadas o artículos discontinuados, lo cual resulta atractivo para quienes buscan autenticidad. Finalmente, el compromiso con la sostenibilidad, impulsa a los consumidores de lujo a optar por la circularidad, buscando reducir su impacto ecológico. (Holmqvist, Berger, De Keyser, & Verleye, 2025).

La sostenibilidad requiere una transformación profunda del sistema de producción, comercialización y consumo, un proceso que debe integrar los aspectos ambientales, sociales y económicos (López Ardao, 2023). A su vez el conocimiento ambiental y el

acceso a opciones sostenibles se presentan como elementos clave para fomentar comportamientos circulares, impulsando así un cambio cultural en la industria (Singh & Kumar, 2025).

En este sentido, la moda busca no solo minimizar los daños al medio ambiente, sino también restaurar ecosistemas y comunidades a través de prácticas justas, materiales eco eficientes y procesos respetuosos (Vargas Gutierrez & Castillo León, 2022), (Safia, 2022). Esta visión más profunda plantea una ética de justicia total que reconoce la interdependencia entre seres humanos, animales y el planeta, promoviendo un respeto integral (Hakansson, 2023).

Ahora bien, la digitalización optimiza los procesos y fortalece la transparencia empresarial, así que los modelos de negocio que combinan la digitalización y circularidad son cada vez más relevantes (Theuerkauf, Stockmann, & Bussgang, 2022); (Pérez Galindo & Ortega Gutiérrez, 2023). Además de mejorar la trazabilidad y la eficiencia en la industria textil ya que permite obtener un seguimiento detallado de los productos textiles a lo largo de toda la cadena de suministro. Esto se logra mediante tecnologías como los pasaportes digitales como los códigos QR de productos que contienen información sobre el origen de los materiales, procesos de fabricación y datos ambientales, facilitando la transparencia y permitiendo a los consumidores y empresas tomar decisiones informadas. (Wynn & Wiegand, 2025).

La industria de la moda está avanzando hacia una transformación estructural, impulsada por la adopción de prácticas regenerativas, tecnologías limpias y diseños con propósito. Este cambio de paradigma redefine el rol del consumidor, del diseñador y del sistema productivo global, posicionando la sostenibilidad como un pilar fundamental de la moda del futuro.

La innovación en sostenibilidad y tecnología está impulsando transformaciones significativas en diversos sectores, desde el textil hasta la publicidad. Empresas como Qmilch GmbH han desarrollado fibras a base de leche no apta para el consumo humano, el proyecto de indumentaria urbana sostenible propone alternativas ecológicas mediante el uso de fibras vegetales. Por su parte, la inteligencia artificial está redefiniendo el

ecosistema publicitario, introduciendo nuevas formas de automatización y personalización. El artículo La innovación tecnológica en la transformación hacia modelos de negocios socio-productivos y sostenibles destaca cómo la adopción de tecnologías emergentes está orientando a las empresas hacia modelos más responsables. Finalmente, la tesis doctoral La relación entre innovación y desempeño en las Mipymes de países emergentes en América Latina propone un modelo metodológico integral que evalúa el impacto de la innovación en producto y procesos de negocio en Mipymes combinando técnicas cuantitativas y cualitativas para obtener una visión más completa

La empresa Qmilch GmbH ha desarrollado una fibra textil sostenible a partir de leche no apta para el consumo humano, mediante un proceso libre de químicos, el cual consiste en primer lugar extraer la caseína, que es la proteína principal de la leche. A continuación, mezcla con plastificantes naturales como el agua luego se mezcla con plastificantes naturales, como agua o glicerol, y se somete a temperaturas entre 30 °C y 140 °C, bajo estrés mecánico, esta mezcla plastificada se introduce en un extrusor, donde se calienta y se presiona a través de una hiladora para formar hilos finos. Finalmente, estos hilos formados se secan a temperatura ambiente, permitiendo obtener un textil antibacteriano e hipo alergénico, ideal para pieles sensibles. Esta propuesta destaca por su enfoque ambiental, de salud y aprovechamiento de residuos. Sin embargo, enfrenta fallas al escalar su producción, debido a la dificultad en la recolección segura de leche vencida, riesgos microbiológicos, dependencia del sistema lácteo y posibles barreras de aceptación en el mercado por su asociación con residuos alimentarios. (Alemania Patente n° EP2012072422, 2013)

Por otro lado, el proyecto de grado “Diseño de Indumentaria Urbana Sostenible a partir de la incorporación de Fibras Vegetales” propone diseñar indumentaria urbana sostenible mediante la incorporación de fibras vegetales derivadas de fuentes naturales como el algodón, el lino, el cáñamo y el bambú, presentan numerosas ventajas en términos de sostenibilidad. Impulsando el uso de materiales ecológicos, la valoración del diseño multifuncional y la propuesta de un vestuario atemporal. Una posible limitación del proyecto radica en la viabilidad industrial y comercial a gran escala ya que estos materiales aún enfrentan retos de disponibilidad local, costos elevados de

producción y resistencia en el mercado frente al precio competitivo del fast fashion. (Valle Bustillos , 2023).

En relación con la transformación digital, el artículo "*Smart Advertising*" muestra cómo la inteligencia artificial transforma el ecosistema publicitario mediante tres innovaciones clave: la publicidad sintética (automatización de anuncios), la computacional (análisis y decisiones en tiempo real) y la inteligente (personalización a partir de grandes datos), abarcando todas las fases del proceso publicitario. Estas innovaciones permiten niveles inéditos de automatización y eficacia. No obstante, se presentan algunas fallas como el riesgo a la privacidad por el uso masivo de datos personales, la dependencia tecnológica que implica inversiones elevadas inaccesibles para muchas pymes. (Martínez Martínez, Aguado Terrón, & Sánchez Cobarro, 2022)

En complemento, el artículo “La innovación tecnológica en la transformación hacia modelos de negocios socio-productivos y sostenibles”, resalta la importancia de la adopción de tecnologías emergentes para mejorar la eficiencia y sostenibilidad empresarial. Sin embargo, una limitación es que este proceso de transformación puede ser costoso y desafiante para pequeñas empresas que no tienen acceso a los recursos necesarios para implementar dichas tecnologías. Esto podría generar una brecha entre las grandes y pequeñas empresas en términos de competitividad y sostenibilidad. (Albarrasin Reinoso, Jacome Alarcon, Mora Carpio, & JimenezGonzales, 2023)

De manera complementaria, la tesis doctoral “La relación entre innovación y desempeño en las Mipymes de países emergentes en América Latina” propone un modelo metodológico integral para medir el impacto de la innovación de producto y de procesos de negocio en el desempeño organizacional, económico, comercial y productivo de Mipymes del sector confección en Perú y Colombia. Este modelo se basa en un enfoque de métodos mixtos, combinando análisis cuantitativo y cualitativo. Específicamente, en la fase cuantitativa se emplea el Modelo de Ecuaciones Estructurales mediante Mínimos Cuadrados Parciales para evaluar las relaciones entre las variables de innovación y desempeño, mientras que en la fase cualitativa se realiza un análisis temático de contenido utilizando el software Atlas.ti.22. Como resultado, se concluye que la innovación en procesos de negocio (como gestión organizacional,

marketing y TIC) tiene mayor efecto en el desempeño económico y comercial que la innovación de producto. Una limitación es la escasa vinculación de las Mipymes con el ecosistema de innovación, ya que muchas empresas innovan de manera aislada, sin recibir apoyo externo ni colaborar con universidades ni instituciones especializadas. (Larios Francia, 2023)

En síntesis, las innovaciones en sostenibilidad y tecnología están abriendo nuevas posibilidades para el sector textil y publicitario. A pesar de ello, existen obstáculos como la aceptación del mercado, los costos elevados y la falta de colaboración con el ecosistema de innovación.

2.3 Análisis del Sector

Generalidades

El sector textil y de confección constituye un pilar del Producto Interno Bruto (PIB) manufacturero de Colombia, con Medellín y el Valle de Aburrá como centro de producción y creatividad. En los últimos tres años, el valor del mercado ha mostrado un crecimiento sostenido, pasando de aproximadamente COP \$27.7 billones en 2021 a una proyección optimista de hasta COP \$35.02 billones para 2024, impulsado por el gasto de los hogares en moda. No obstante, este crecimiento se ha moderado en términos reales debido a la inflación, lo que ha generado una cautela en el consumidor y una fase de ajuste sectorial (2023-2024). Para proteger la producción nacional, el gobierno ha mantenido un arancel a las importaciones, lo que posiciona a las marcas que optan por la producción local como más competitivas.

En este contexto, la estrategia de las marcas debe enfocarse en la diferenciación, la calidad y la sostenibilidad, pilares clave para competir contra el producto importado. El consumidor en Medellín, en particular, demuestra una preferencia marcada por la durabilidad, el consumo inteligente y la economía circular, lo que se refleja en que la ciudad es el segundo mayor centro de consumo de ropa de segunda mano en el país.

El sector colombiano está utilizando la innovación tecnológica como motor de la sostenibilidad. El desarrollo ya no es solo estético, sino ético, centrado en la trazabilidad y la eficiencia. Las áreas clave incluyen la Innovación Textil (uso de fibras de bajo impacto ambiental como EcoMade o residuos agrícolas) y la Digitalización del Proceso (uso de software de diseño virtual e inteligencia artificial para reducir prototipos y desperdicio). Adicionalmente, se están implementando sistemas de Trazabilidad Ética

para garantizar la Transparencia del proceso, un requisito fundamental para el lujo consciente.

El Resort Wear se ha sofisticado en Colombia gracias a su liderazgo en moda de vacaciones, encontrando un nicho en Medellín, una ciudad que atrae turismo de lifestyle y profesionales que buscan elegancia en la comodidad. Esta expansión crea una demanda de piezas elegantes que, a su vez, se fusionan con el Casual Wear para satisfacer las necesidades diarias. El Casual Wear es la categoría dominante, impulsada por el cambio en los entornos laborales (business casual y trabajo remoto) buscando prendas que les permitan transitar sin esfuerzo desde un evento informal elevado hasta el entorno profesional, maximizando la durabilidad y la inversión.

Tendencias de consumo que destacan:

1. Auge del Lujo Consciente y la Atemporalidad: El consumidor migra de la moda rápida hacia prendas de calidad duradera que son vistas como una inversión, buscando diseños que trasciendan temporadas.
2. Funcionalidad y Versatilidad: La tendencia exige que una misma prenda deba servir para múltiples ocasiones (del resort a la oficina), lo cual valida la fusión de estilos de tu propuesta como una solución de vestuario inteligente.
3. Compromiso con la Sostenibilidad: El sector reconoce la sostenibilidad como el motor del futuro, consolidando la economía circular y un fuerte aprecio por el diseño con enfoque local y el uso de materiales ecológicos y artesanales.

2.4 Análisis del Mercado

Diagnóstico

Resort wear:

Se refiere a colecciones de moda diseñadas originalmente para vacaciones, climas cálidos y destinos de lujo o descanso. Es la ropa que se utiliza en cruceros, hoteles boutique o resorts exclusivos, ofreciendo una estética que combina comodidad fluida con elegancia elevada.

- Su uso está ligado al placer y el lifestyle. Las prendas son versátiles para el día y la noche en un entorno vacacional, cubriendo desde ropa de playa sofisticada (swimwear y beachwear) hasta vestidos ligeros y conjuntos de lino para cenas informales elevadas. En Colombia, el segmento ha evolucionado para incluir una alta calidad artesanal y fibras naturales.
- Se usa principalmente en zonas de alto flujo turístico y clima cálido, como Cartagena, las islas del Caribe o Miami. En ciudades como Medellín y Bogotá, se utiliza para la planificación de viajes, y la compra ocurre en boutiques premium antes de las vacaciones.

Casual wear:

Es la categoría dominante que define la moda en la mayoría de los mercados globales. Se refiere a las prendas diseñadas para la cotidianidad, la comodidad, la conveniencia y la funcionalidad. Prioriza la facilidad de movimiento y la durabilidad sobre la tendencia efímera.

- Su uso principal es el diario y profesional. Está impulsado por el cambio en los entornos laborales, donde los códigos de vestimenta se han vuelto business casual o se ha adoptado el teletrabajo, donde se busca que la ropa se adapte sin esfuerzo desde una reunión en la oficina hasta una salida informal.
- Se usa en centros de población como Medellín, Bogotá y Cali. Se consume en centros comerciales y canales e-commerce. El consumo se centra en la inversión en piezas de funcionalidad superior que resistan el uso frecuente y garanticen la libertad de movimiento.

Diagnóstico Actual del Comportamiento

El comportamiento del mercado **Resort Wear** en Colombia se define por ser de inversión y evento, lo que lo hace resistente a la volatilidad económica diaria.

- Las compras en este nicho están ligadas a la planificación de viajes, vacaciones y asistencia a eventos sociales de alto nivel, por lo que la demanda es impulsada por el deseo de aspiración y la necesidad de piezas que se ajusten a un código de vestimenta elevado y a un clima cálido.
- El principal motor de crecimiento es el continuo Auge del Turismo y el Lifestyle de Lujo en ciudades principales y zonas costeras, que atrae a profesionales de alto poder adquisitivo y nómadas digitales que exigen una moda funcionalmente elegante.

- El comportamiento del consumidor se centra en el diseño único y la atemporalidad, buscando prendas que no solo sean bonitas, sino que proyecten un estilo de vida de lujo y descanso.
- La estructura de la competencia, dominada por diseñadores nacionales, se basa en la exclusividad del diseño, la confección artesanal y la reputación de Colombia en moda de vacaciones.

El comportamiento del mercado **Casual Wear** está marcado por la necesidad diaria y el consumo consciente. El nicho es impulsado por una fuerza funcional:

- El cambio en los entornos laborales (teletrabajo y la adopción generalizada del código business casual), que ha hecho que la comodidad y la versatilidad sean tan importantes como la apariencia.
- El comportamiento de compra está experimentando una migración masiva de la moda rápida hacia la durabilidad. El consumidor, especialmente la mujer profesional, está racionalizando su gasto e invierte conscientemente en piezas de mejor calidad que le ofrezcan una vida útil extendida, en lugar de comprar múltiples artículos de bajo costo.
- Importancia de la funcionalidad, la libertad de movimiento y la facilidad de mantenimiento.
- La sostenibilidad se ha convertido en un factor de compra determinante para el segmento Premium de Casual Wear, ya que el cliente busca trazabilidad ética y un menor impacto ambiental como parte de la inversión total en la prenda.

Canales de Venta y Distribución

- Canales de Venta y Distribución del Casual Wear

El Casual Wear, en todas sus categorías (incluyendo el segmento masivo, bridge y funcional), utiliza canales diseñados para la amplia cobertura geográfica y el acceso masivo:

- Tiendas Propias en Centros Comerciales: que capitalizan el alto flujo peatonal, ofrecen la prueba inmediata del producto y son esenciales para el volumen y el consumo masivo
- Grandes Superficies y Retail Multimarca: se utilizan para marcas de costo medio a bajo, priorizando la cobertura a nivel nacional
- El Comercio Electrónico (E-commerce) es un canal en crecimiento, fundamental para la venta directa al consumidor (DTC), permitiendo a las marcas Bridge y Premium mejorar sus márgenes al reducir intermediarios.
- Puntos de Venta Digitales y Marketplaces (como plataformas de grandes almacenes) aumentan la visibilidad y facilitan la logística para los actores más pequeños, siendo la estrategia clave la accesibilidad en los centros urbanos.

- **Canales de Venta y Distribución del *Resort Wear***

El *Resort Wear* emplea canales que validan su estatus de lujo y exclusividad, asociándolo directamente con el destino y el estilo de vida.

- Boutiques de Diseño de Autor, que ofrecen colecciones de edición limitada con una curación alta y una experiencia de compra personalizada.
- Tiendas en Zonas Turísticas y Hoteles de Lujo (Cartagena), donde la compra es inmediata para el uso vacacional.
- Retail Multimarca de Alta Curaduría en zonas Premium en ciudades como Medellín y Bogotá, se utiliza para captar al cliente que planifica sus viajes.
- Exportación Digital y Ferias Internacionales (como el Swim Week en Miami), aprovechando el prestigio de Colombia en la moda de vacaciones para una vitrina global. Su estrategia se basa en ser aspiracional y experiencial, con la distribución ligada a lugares de ocio y alto poder adquisitivo.

Estructura y segmentación del mercado

El *Resort Wear* en Colombia se distingue por ser un nicho de moda que se fundamenta en la experiencia vacacional y la alta costura ligera.

- **Estructura y Actores**

Este segmento tiene una estructura dominada por marcas nacionales debido al reconocimiento de Colombia como un hub latinoamericano en moda de vacaciones.

- Actores Primarios (Diseñadores): Marcas de diseño de alta gama que históricamente han enfocado sus colecciones en lino, sedas y fibras naturales para climas cálidos y destinos de lujo (Cartagena, San Andrés, México, Caribe). Su fuerza reside en la creatividad, la confección artesanal y la fuerte identidad de diseño.
- Actores Secundarios (Retail Especializado): Tiendas multimarca y boutiques de lujo que curan colecciones enfocadas exclusivamente en viajes y eventos de alto perfil.
- Canales de Venta: Predominio del retail físico exclusivo (tiendas en zonas turísticas o malls de lujo) y una fuerte presencia en canales internacionales, incluyendo e-commerce con enfoque exportador.

- Segmentación por Exclusividad y Diseño

El Resort Wear se segmenta por el nivel de exclusividad del diseño y el valor artesanal:

- Lujo Artesanal y Exclusivo: su enfoque son piezas únicas, edición limitada, alto costo de diseño, las cuales van dirigidas a coleccionistas y viajeros de muy alto poder adquisitivo. Se centra en el storytelling de origen y las fibras más costosas (lino bordado, sedas puras)
- Premium de tendencia : En el que destaca una alta calidad de confección, fuerte componente de moda (siluetas y colores de temporada), versatilidad para eventos, y esta dirigido a mujeres que viajan frecuentemente o asisten a *resorts*. Busca la pieza de diseño que sea funcional para el día y la noche
- Vacacional masivo: Enfocado principalmente en trajes de baño y salidas de baño (pareos), posee un menor componente de confección en las prendas externas. Compiten en precio y cobertura de destinos turísticos.

El Casual Wear es la categoría dominante por volumen en el mercado colombiano. Su estructura está impulsada por la necesidad de comodidad y funcionalidad diaria en el guardarropa femenino.

- Estructura y Actores

La estructura de este segmento es altamente competitiva y se define por el volumen y la capacidad de producción:

- Actores Dominantes (Masivos): Grandes cadenas nacionales e internacionales que compiten con precios bajos y una rápida rotación de inventario (Fast Fashion). Tienen la mayor cuota de mercado por volumen.
- Actores Intermedios (Bridge): Marcas nacionales que ofrecen un mejor balance entre calidad y precio, centrándose en el uso diario y business casual. Su foco es la durabilidad superior a la moda rápida.
- Actores de Nicho (Premium Consciente): Marcas que ofrecen un alto valor en la confección y la fibra. Compiten en la atemporalidad, el diseño ético y la funcionalidad elevada, posicionándose como una inversión.

- Segmentación por Precio y Funcionalidad

La segmentación del **Casual Wear** se define por la funcionalidad y el precio:

- El segmento Masivo (Low-Cost) se dirige a clientes sensibles al precio, con bajo énfasis en la durabilidad.
- El segmento Funcional (Bridge) se enfoca en la comodidad, el ajuste y la versatilidad para el trabajo (business casual) y la vida diaria, priorizando una durabilidad superior a la moda rápida.
- El Premium Sostenible se dirige a mujeres que buscan durabilidad, materiales ecológicos y diseño atemporal. Estas consumidoras invierten en piezas de alto valor ético para simplificar su guardarropa.

Geografía del Mercado

La geografía del **Casual Wear** está directamente ligada a los centros de población y la capacidad manufacturera, ya que es un mercado impulsado por el volumen, la conveniencia y la necesidad diaria.

- Centros de Producción y Diseño:
 - Medellín y el Valle de Aburrá: Es el núcleo principal de la producción y la innovación en Colombia (tanto en textiles como en confección). La infraestructura y el know-how de esta región la convierten en la fuente de la mayoría del Casual Wear nacional, incluyendo el segmento Premium.
 - Bogotá y Eje Cafetero (Parcialmente): Centros secundarios de confección y, sobre todo, de distribución y logística.
- Centros de Consumo:
 - Bogotá: Es el mayor mercado de consumo por tamaño absoluto en el país.

- Medellín: Destaca por tener un alto gasto per cápita en moda y por ser un mercado más abierto al diseño local de calidad y a las tendencias de sostenibilidad.
- Ciudades Principales e Intermedias: El consumo se distribuye ampliamente en los centros comerciales a nivel nacional, siendo un mercado accesible a la mayoría de la población colombiana.

La geografía del Resort Wear está ligada al lujo, el turismo internacional y los destinos de clima cálido, lo que hace que sus canales de venta sean más específicos.

- Centros de Producción y Diseño:
 - Medellín: la reputación de la ciudad permite que este Resort Wear se venda con una etiqueta de alta calidad colombiana.
- Canales de Distribución y Venta Exclusiva (Puntos Calientes):
 - Cartagena, Barranquilla, Cali (parcialmente) y San Andrés: Estas zonas costeras y turísticas son los mercados de venta física primaria y los escaparates naturales del Resort Wear, donde el cliente lo consume inmediatamente para su uso.
 - Bogotá y Medellín (Zonas Premium): Aquí se concentra la venta previa a los viajes. Tiendas de diseñador y boutiques de lujo en zonas como el norte de Bogotá o El Poblado en Medellín venden el Resort Wear a la población de alto poder adquisitivo que planifica viajes nacionales o internacionales.
- Geografía Internacional (Oportunidad):
 - El Caribe, Estados Unidos (Miami) y México son los mercados de exportación más importantes para el Resort Wear colombiano, dada su reputación internacional.

Mercado objetivo

El mercado objetivo se centra en mujeres residentes en Medellín, con edades comprendidas entre los 25 y los 45 años.

Este segmento demográfico es estratégico porque ha alcanzado la madurez profesional y posee un poder adquisitivo consolidado. Gracias a sus trayectorias laborales y profesiones, estas consumidoras pueden realizar compras conscientes y estratégicas, lo que no solo asegura la viabilidad del precio de las prendas premium, sino que también

establece un alto potencial de retención y recompra para una marca enfocada en la calidad y la durabilidad.

Este público trasciende la tendencia efímera. Son mujeres que, además de desear estar a la moda, valoran la conciencia y la ética en su consumo. Entienden la moda como una inversión funcional; por ello, buscan prendas que, además de ser estéticamente relevantes y elegantes, ofrecen versatilidad y durabilidad extendida. Este perfil está dispuesto a pagar por el valor agregado que fusiona el diseño con la responsabilidad ética y ambiental.

Estimación del mercado potencial

Para estimar el mercado potencial, se utiliza la proyección poblacional del Área Metropolitana del Valle de Aburrá (AMVA), que incluye a Medellín y sus municipios aledaños.

1. Población Total del Valle de Aburrá (Proyección DANE 2024): Aproximadamente 4.18 millones de habitantes.
2. Porcentaje de Mujeres: Las mujeres representan alrededor del 52% de esta población total.
3. Estimación del Mercado Potencial (Mujeres 25-45 años): Este rango de edad (25 a 45 años) constituye la cohorte con mayor participación económica y madurez en la inversión de consumo. Basado en la estructura de las pirámides poblacionales del DANE para el AMVA, se estima que el número de mujeres entre 25 y 45 años asciende a aproximadamente 380.000 a 420.000 personas.

Consumo aparente

Cifras Base (Total Mercado Nacional)

Gasto Total de los Hogares en Moda (2023): El mercado cerró 2023 con un consumo total de aproximadamente COP \$32.1 billones.

Casual Wear (incluyendo el segmento masivo y funcional) Se estima que el valor del consumo anual supera los COP \$16 billones a nivel nacional, siendo el pilar del consumo masivo y de la producción local. (INEXMODA & RADDAR. (2024).

El Resort Wear se ubica en el segmento de Lujo y Premium, se proyecta que este segmento alcanzará un valor de mercado de US \$1.250 millones para el año 2025.

Consumo per capita

- Gasto per cápita mensual en moda en Medellín, según el Observatorio Inexmoda (agosto 2025), el gasto per cápita mensual en moda para Medellín es aproximadamente COP \$110.133.
- Gasto mensual en noviembre de 2023
En ese mes Medellín registró un gasto per cápita de moda de COP \$74.331.
- Participación de Medellín en el mercado nacional
Medellín aporta cerca del 9,9 % al gasto nacional per cápita mensual en moda, siendo la segunda ciudad con mayor contribución después de Bogotá.

- **Estimación (mujer 25-45 años en Medellín)**

Usando los datos anteriores, podemos hacer una estimación razonable del gasto anual:

- Tomemos como base un valor entre los dos datos: COP 110.000 mensuales en moda
- Multiplicamos por 12 meses → COP \$1.320.000 anuales en moda por persona.

Perfil del consumidor

Susana es una consumidora que ha desarrollado un criterio de compra sofisticado gracias a su madurez profesional, estabilidad económica y a su exposición a un estilo de vida activo en Medellín. Se considera a sí misma como una inversora de moda

Decisión y Roles: Susana lleva una vida que se divide entre roles profesionales y una vida social activa (eventos culturales, viajes cortos de fin de semana, cenas). Lo cual le crea la necesidad de tener prendas elegantes y versátiles

Actitud Digital e Influencia: Compra en tiendas físicas para sentir la calidad de las fibras (lino, algodón, etc.). También Susana es altamente digital, le gusta descubrir e

investigar nuevas marcas en Instagram y Tik Tok, usa sus redes sociales para seguir personas que promueven el lujo silencioso y el consumo ético. Ella busca invertir en la prenda de diseño atemporal ya que sabe que puede usarla por mucho tiempo. Su mayor punto de dolor es la mala calidad, por lo que siempre se asegura de buscar las marcas que le garantizan diseño duradero y responsabilidad social.

Datos Demográficos Clave

Edad: 32 años (Rango clave: 25-45 años).

Ubicación: Medellín (residente en zonas de alto gasto como El Poblado, Envigado o Laureles).

Ocupación: Profesional (Empresaria, diseñadora de moda, ingeniera contable, arquitectas, abogadas, agente de viajes, empresarias).

Nivel de Ingresos: Ingresos Medios-Altos (suficientes para tomar decisiones de compra basadas en la inversión y la calidad, no en la necesidad de bajo costo).

Datos Psicográficos y Estilo de Vida

Motivación de Compra: Prioriza lo auténtico y sostenible. Busca prendas con diseño exclusivo y duraderas que simplifiquen su armario.

Valores Clave: Conciencia Ambiental, Autenticidad, Calidad.

Actitud hacia la Moda: Entiende la moda como una herramienta de identidad y funcionalidad, desea proyectar una imagen de elegancia discreta y sofisticación que no depende de tendencias fugaces.

Hábitos de Compra: Consciente y Selectiva: Investiga la marca, le gusta comprar online por comodidad o falta de tiempo, pero también compra en puntos físicos para verificar la calidad, las tallas y vivir la experiencia.

Desafíos y Necesidades

- Sentirse culpable cuando por falta de tiempo contribuye a el fast fashion o por no conocer el origen de las prendas que compra en algunos lugares
- Desmotivación al ver que la prenda en la cual invirtió, comienza a dañarse al poco tiempo de uso
- No encontrar diseños elegantes y atractivos que sean producidos de forma sostenible, ya que la mayoría de veces encuentra prendas, pero son básicas y sin estilo

Producto sustituto

El principal producto que desafía la propuesta de valor de la marca de fusión Resort/Casual Wear Premium es el Fast Fashion. Esta categoría se posiciona como una competencia indirecta crítica al capturar la demanda basada en la urgencia, el bajo precio y la accesibilidad inmediata, Aunque el mercado objetivo prioriza la durabilidad y la ética, existen puntos de fuga en su patrón de consumo como la necesidad inmediata de una prenda para un evento inesperado, la limitación presupuestaria temporal o la simple necesidad de cubrir una tendencia efímera sin comprometer una inversión mayor.

Este segmento compite no por calidad ni valor, sino por volumen y disponibilidad, representando un riesgo constante de que el consumidor se desvíe, lo cual amenazaría la rentabilidad del nicho Premium que promueve la atemporalidad y la inversión ética.

Producto complementario

Accesorios realizados en Macramé

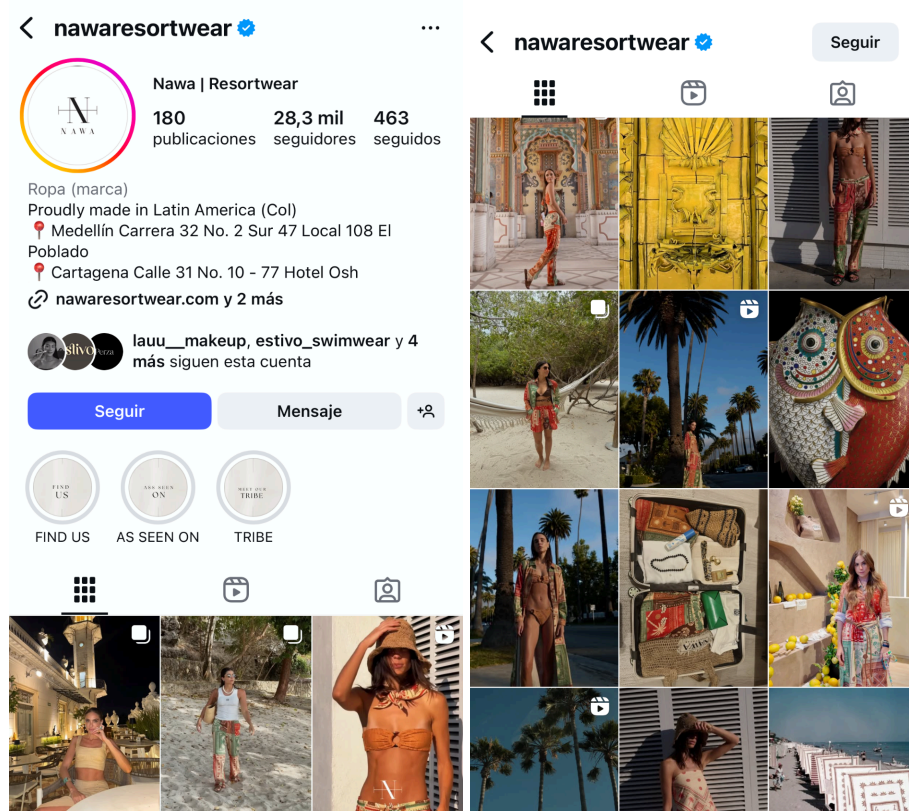
- Permite crear accesorios como bolsos, correas o detalles en cinturones con mayor rigidez y cuerpo. Esta estructura es fundamental para el uso diario y asegura que los bolsos mantengan su forma y sean verdaderamente funcionales.
- El macramé permite generar detalles únicos en acabados, cierres o asas. Estos pequeños lujos hechos a mano contribuyen a la narrativa de moda atemporal y de inversión, pues el accesorio se convierte en una pieza de colección.

- Los accesorios en macramé son un elemento distintivo. Al ser un material orgánico y texturizado, sella la identidad de la marca de fusión al introducir un elemento Resort en el outfit Casual

2.5 Análisis de la Competencia

1. Nawaresortwear:

Define su estilo como "Easy Elegance", el cual ofrece siluetas limpias, minimalistas y funcionales que transitan del día a la noche, ideal para la mujer que busca lujo discreto y comodidad.



- Productos y precios

Se enfoca en prendas de alto valor, principalmente fabricadas en lino (muchas veces de Estambul o mezclas de cáñamo y algodón)

- Vestidos: 380.000 – 490.000
- Pantalones: 380.000 – 495.000

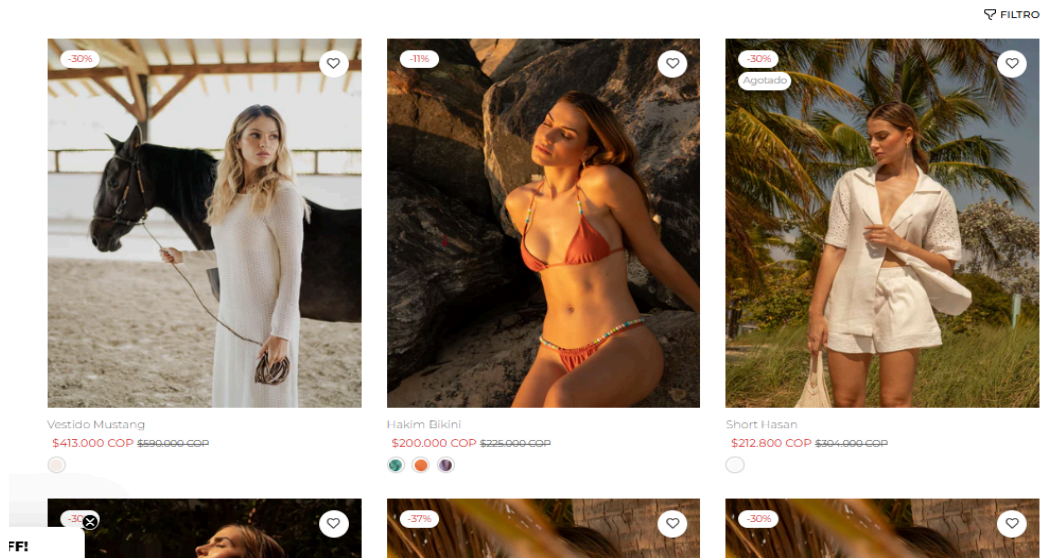
- Camisas y blusas: 380.000 – 410.000
- Sets: 439.920 – 680.000
- Chalecos: 305.000 – 550.000
- Blazers: 680.000
- Tops y bustiers: 220.000 – 395.000
- T shirt basicos: 150.000 – 190.000
- Shorts y faldas: 240.000 – 350.000
- Pañoletas: 59.500 – 120.000
- Cinturones: 220.000

- Plazos de pago

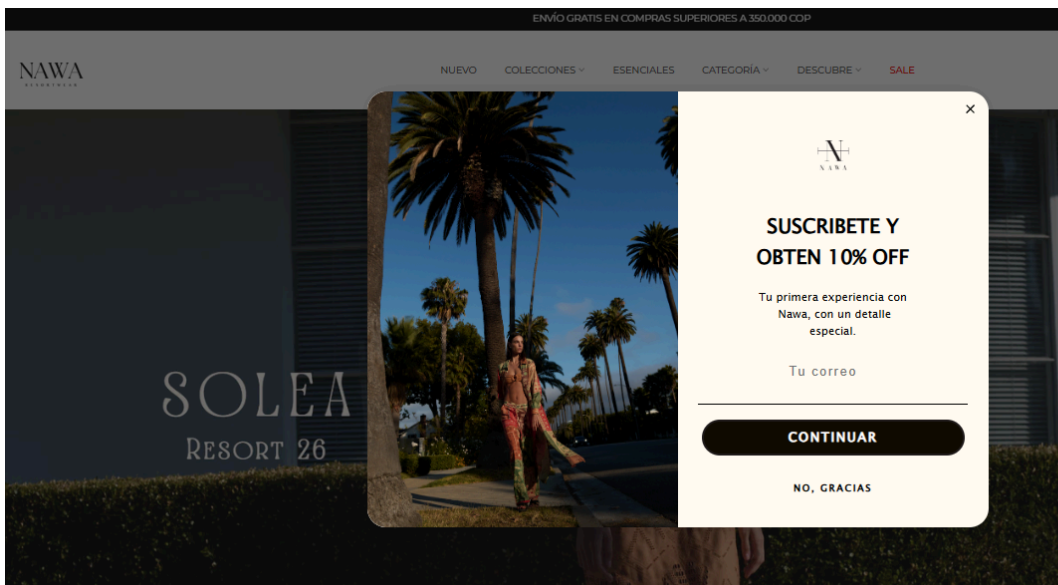
La marca no ofrece abiertamente sistemas de crédito directo o "Paga Después" (como Addi o Sistecrédito) en la información pública. Los medios aceptados son: Tarjeta de crédito (Visa, Mastercard, Amex) , Débito bancario a través de PSE y pagos en línea con PayU.

- Descuentos:

Tienen una sección fija de "Sale" con descuentos que oscilan entre -30% y -37% en colecciones o prendas específicas (ej. vestidos, sets y shorts). Estas ofertas son consistentes con el modelo slow fashion para dar salida a inventario fuera de temporada o best-sellers específicos, manteniendo una imagen de precio premium en la nueva colección.



Al inscribirse en su página web recibes un 10% de descuento



- Publicidad

Aspiracional: Muestra sus prendas en escenarios de alto valor (playas, resorts o entornos minimalistas y lujosos), conectando la ropa con un estilo de vida de descanso y bienestar.



No es tan activa en la plataforma de Instagram, tiene pocas historias destacadas, y no publica contenido en las historias de forma diaria.

- Materia prima:

Utilizan principalmente fibras naturales y orgánicas como lino, viscosa, cáñamo y algodón. Su compromiso se extiende a procesos productivos más responsables y al trabajo exclusivo con talleres locales, asegurando trazabilidad y ética en la confección.

- Nivel de satisfacción de los deseos del cliente:

Los comentarios de las publicaciones de Instagram son positivos. Además, algunos usuarios preguntan por la disponibilidad de algunas prendas, lo que indica que pueden ser potenciales compradores. En facebook la interacción es poca, no sobrepasan los 200 seguidores, y tampoco se evidencia comentarios en las publicaciones



INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA
PASCUAL BRAVO[®]
Vigilada Mineducación



nawaresortwear • Seguir ...

shadiafa 😍
37 sem 1 Me gusta Responder

renatadapenam 😍😍😍
37 sem 1 Me gusta Responder

callmecumbia • Wow
36 sem Responder

marianarestrepo_97 😍😍😍 espectacular
37 sem 1 Me gusta Responder

— Ver respuestas (1)

marciagomz Obsessed w this set! ❤️
29 sem 1 Me gusta Responder Ver traducción

👍 🗨️ 📌

162 Me gusta
23 de enero

Agrega un comentario... Publicar



carolinazapatag y nawaresortwear
Cartagena de Indias ...

melissaagudelo Está disponible?
7 sem 1 Me gusta Responder ...

roldancarito Hermosa siempre
7 sem 1 Me gusta Responder

— Ver respuestas (1)

maryduarte Hola, este vestido está disponible?
6 sem 1 Me gusta Responder

estefania_ocampo Divino ese vestido
7 sem 1 Me gusta Responder

— Ver respuestas (1)

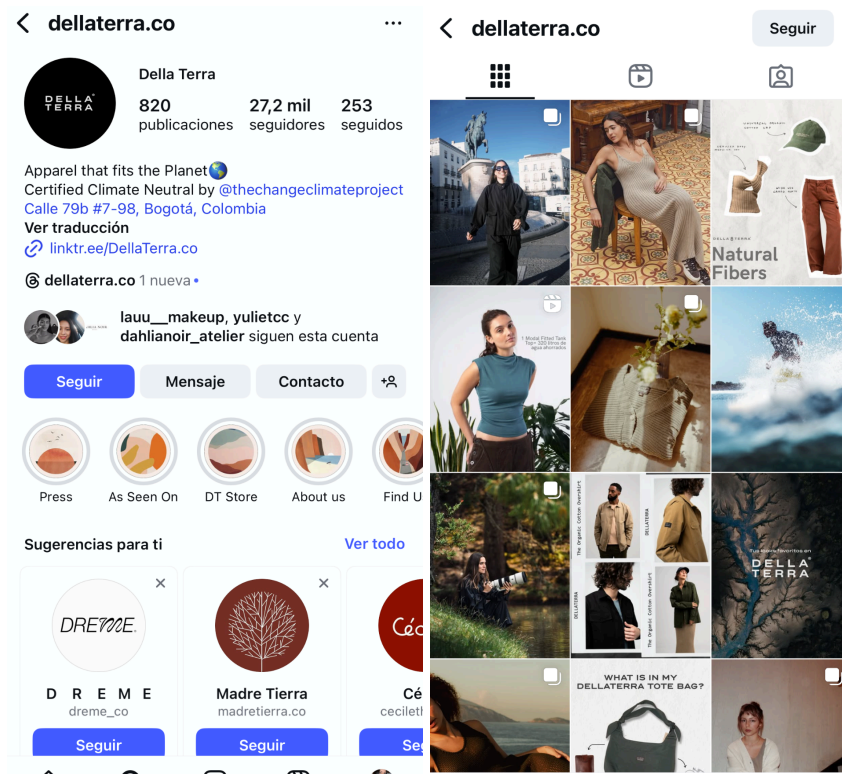
👍 🗨️ 📌

235 Me gusta
15 de agosto

Agrega un comentario... Publicar

2. Della Terra

Es una marca de moda colombiana para hombre y mujer que se posiciona en el segmento Medio-Alto/Premium con un enfoque radical en la sostenibilidad y la atemporalidad.



- **Productos y precios**

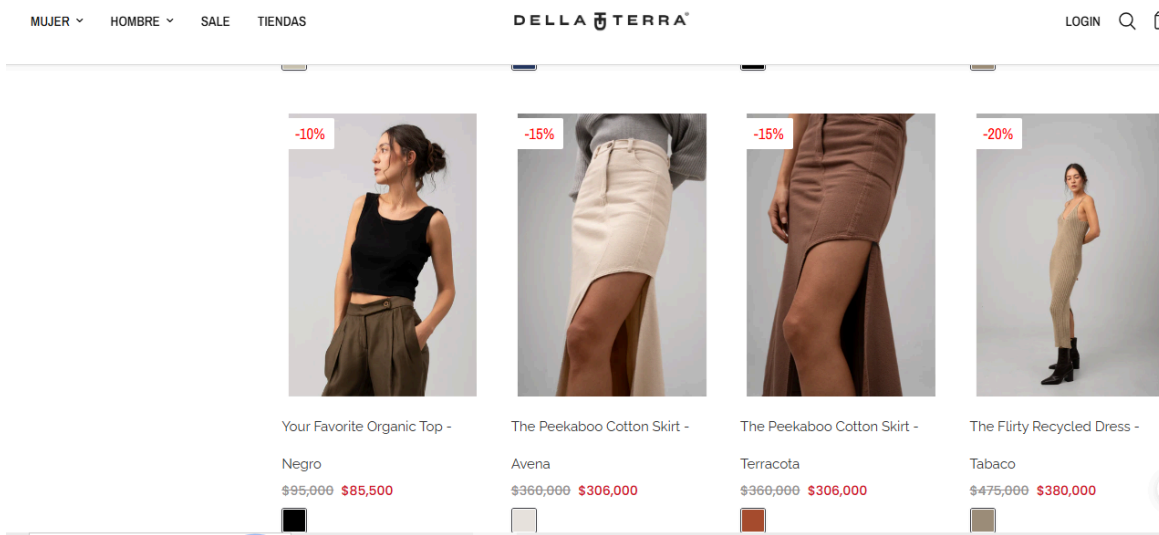
- Camisetas/Tops Básicos: \$90.000 - \$185.000 COP
- Pantalones/cargos/jeans: 240.000 - \$380.000 COP
- Camisas: \$178.000 - \$330.000 COP
- Abrigos/chaquetas: \$285.000 - \$460.000 COP
- Vestidos/ enterizos: \$285.000 - \$495.000 COP

- Plazos de pago:
 - Tarjetas de Crédito: Visa, Diners, MasterCard, American Express, Codensa.
 - Tarjetas Débito y PSE (transferencia bancaria).
 - Otros: Apple Pay, PayPal y Efecty
 - Pago Contra Entrega (Opción de pago al recibir el producto, un gran diferenciador en el eCommerce local).

- Descuentos:

Los descuentos son una parte importante de su estrategia comercial para promover la compra consciente de colecciones anteriores:

- Sección SALE/Ofertas: Mantienen una sección activa con descuentos del 30% al 50% OFF en referencias específicas o colecciones pasadas.
- Estrategia de Packs: La promoción más recurrente es la oferta de Packs o Sets que ofrecen un descuento sobre el precio individual. Esto incentiva al cliente a comprar más unidades de básicos de alta rotación.
- Incentivo Circular: El 10% de descuento ofrecido por devolver prendas para reciclaje es una herramienta de lealtad y marketing sostenible



ENTENDER EL PROBLEMA

fabricar prendas con materiales sostenibles no es suficiente y que debemos responsabilizarnos por la
 esto te sugerimos las siguientes practicas de uso y cuidado, y creamos nuestro programa de devolución
 y reciclaje.

Donar o reciclar

re solo piezas que ames y que

Si ya no deseas tener tus piezas, intercámbialos con amigos, dónalos a alguien que los necesite o devuélvenoslos para obtener un descuento del 10%. Nos aseguraremos de que terminen en manos adecuadas o se reciclen.

- Publicidad:

La publicidad de Della Terra es narrativa y educativa

- Carrusel y reels que muestran las prendas en movimiento. Se enfocan en la versatilidad y la funcionalidad, Colores neutros (terrosos, blancos, tonos de la naturaleza). Evitan poses de "moda rápida" y buscan la comodidad y la vida real.
- Contenido explícito sobre la materia prima: posts detallando qué es el Tencel, el Cupro, el Algodón Orgánico (BCI) o las fibras recicladas (Refibra). Justifican el precio premium a través de la ciencia del material y el menor impacto ambiental.
- Sostenibilidad y transparencia: Uso de BCome (plataforma tecnológica especializada en sostenibilidad para la industria de la moda, creada en España.) y otros certificados. Muestran el proceso de producción 100% en Colombia para reducir la huella de CO2. Hablan de la lucha contra el cambio climático y la responsabilidad social.
- Promoción de los Packs (ej. 3 camisetas) y la sección SALE, posicionándolos como oportunidades para unirse a la moda consciente ("Hacer que la moda consciente sea más cercana es parte de nuestra misión de reparación.").

Tienen muy buena presencia en Instagram, con publicaciones constantes y una frecuencia alta en historias. Los post incluyen fotos y videos elaborados profesionalmente, algunos con explicaciones en las imágenes que refuerzan la narrativa de la marca.



- Materia prima:

Fibras Variadas y Certificadas: Su compromiso se extiende más allá de una sola fibra, utilizando: Tencel, Algodón Orgánico (BCI), Lino, Cáñamo, Cupro, Fibras Recicladas (Refibra).

- Nivel de satisfacción de los deseos del cliente:
 - Los comentarios en Instagram son en su mayoría positivos; algunos usuarios preguntan por los tiempos de entrega, precios y los medios de compra.
 - En TikTok tiene pocos seguidores; se pueden evidenciar algunos "likes", pero carece de comentarios e interacción, al igual que en Facebook, que, aunque tienen más seguidores la interacción es poca, y tampoco se evidencia comentarios en las publicaciones.



INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA
PASCUAL BRAVO[®]
Vigilada Mineducación



dellaterra.co

dellaterra.co Where style meets sustainability: The Flirty Recycled Dress from our new Dellaterra collection 🌱

Explore more at www.dellaterra.co

44 sem Ver traducción

chigorodo Por favor cual.es el precio? ♥

36 sem Responder

lynett.su Boff 🙌🙌🙌🙌🙌 ♥

43 sem 1 Me gusta Responder

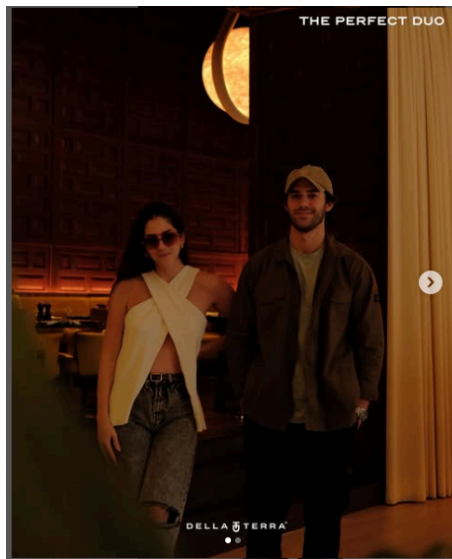
— Ver respuestas (1)

mpspataro 😊 ♥

44 sem 1 Me gusta Responder

50 Me gusta
30 de noviembre de 2024

Añade un comentario... Publicar



dellaterra.co

dellaterra.co The Perfect Duo with Dellaterra 🌱 Estilo y sostenibilidad en una sola elección 📄

www.dellaterra.com

48 sem

adrianacorredor13 Cuánto es el Tiempo de entrega xa Bogota ♥

48 sem Responder

— Ver respuestas (1)

adrianacorredor13 Donde puedo conseguir la blusa en bogota ♥

48 sem Responder

— Ver respuestas (1)

Les gusta a **rocketcourierco** y personas más
2 de noviembre de 2024

Añade un comentario... Publicar

3. Estrategias de Mercado

Mi marca esta en etapa de nacimiento porque se esta estructurando, para poder realizar el lanzamiento de producto al mercado

3.1 Concepto del Producto o Servicio:

Descripción básica:

El diseño asimétrico del top helios simboliza el equilibrio entre lo estructurado y lo libre, reflejando el concepto de armonía entre lo esencial y lo sofisticado, es una prenda de lujo discreto y atemporal.



Especificaciones:

El top tiene un escote asimétrico y un amarre estructural en el hombro, lleva un drapeado en la parte delantera, el cual crea un efecto fluido que realza la silueta femenina. La composición de la prenda subraya el compromiso con la sostenibilidad, está hecho a partir de poliéster sostenible (tela satín Ecosilk). Las propiedades de este tejido son clave para su concepto de "moda de inversión", ofreciendo una caída fluida, tacto sedoso, excelente adaptabilidad, alta resistencia al arrugado y secado rápido, haciéndolo ideal para climas cálidos.

Su proceso de confección se caracteriza por costuras internas ocultas, drapeado manual entre el busto y el hombro, y un elástico interno oculto en la parte inferior para garantizar un ajuste anatómico y seguro.

Ocasión de uso:

Su versatilidad de uso abarca desde el Resort Wear, ideal para cenas o eventos al aire libre en destinos cálidos, se puede combinar con faldas envolventes, pantalones fluidos o prendas de lino, aportando un aire sofisticado y relajado, hasta el Casual Wear urbano, elevando outfits con sastrería ligera y también en ocasiones especiales, logrando una elegancia silenciosa y duradera.

Diseño:

El diseño del top responde a los principios estéticos de la marca, que se centra en la creación de prendas atemporales con una elegancia sobria y funcional. Su estructura asimétrica y drapeado reflejan un enfoque de lujo discreto, donde el valor reside en la forma, el detalle y la calidad de los materiales.

La elección de un escote diagonal y un amarre en el hombro permite equilibrar sofisticación, pero manteniendo líneas limpias que se adaptan al cuerpo de manera natural. Creando una silueta versátil y coherente con el concepto de una moda que trasciende temporadas.

Para la clienta, el top ofrece una pieza adaptable a distintos contextos conservando una apariencia refinada. Su diseño minimalista facilita la combinación con otras prendas. También le permite ser una consumidora ética e inteligente al comprar una prenda de diseño que no sacrifica sus principios éticos.

Empaque

Es un tote bag, con cordón para ajustar y confeccionado en una lona de algodón orgánico crudo de alta calidad. Su textura y su color natural no solo refuerzan la filosofía de la marca en cuanto a materiales conscientes, sino que también la posicionan como una extensión funcional de la compra, evitando el desperdicio del cartón y el plástico. Esta bolsa es un accesorio versátil y resistente, ideal para llevar su toalla de playa, organizar prendas delicadas en el equipaje o para el uso diario, asegurando que el empaque tenga una segunda vida útil y extienda el valor de la inversión.



Fortalezas y debilidades de su producto frente a la competencia

Fortalezas

- Propuesta de Valor Diferenciada (Inversión)

No vendemos moda rápida, sino moda de Inversión basada en la calidad. Este mensaje atrae al consumidor consciente que busca maximizar el valor y reducir su huella de carbono, marcando una distinción inmediata en el mercado.

- Diseño de Producto Estratégico (Atemporalidad)

La marca se enfoca en siluetas atemporales con diseños estratégicos para crear prendas que son sofisticadas, pero no dependientes de la moda pasajera, haciendo que la inversión del cliente permanezca vigente por temporadas, no solo por meses.

Debilidades

- Falta de Posicionamiento de marca:

La marca es nueva y carece de reconocimiento. La construcción de confianza y credibilidad es lenta, especialmente en un segmento que promete "inversión" y calidad.

- Barrera del Precio de Entrada (Costo del Lujo)

Para cumplir con las promesas de durabilidad, calidad premium y procesos sostenibles, los costos de producción son altos. Esto se traduce en un precio final elevado

Materia prima que utiliza en el producto.

Tejido principal: poliéster sostenible (tela satín Ecosilk)

Distribución:

- Canal de venta directa: Se utilizarán las redes sociales, y página web con e-commerce

Métodos de despacho y transporte.

- Directa por parte del fabricante

Costos del transporte y seguros









- Interrapidísimo

CONSOLIDADO TARIFAS 2025 - 2026 INTER RAPIDÍSIMO S.A.

SERVICIOS

MENSAJERÍA EXPRESA	UNIDAD LIQUIDABLE	TRAYECTO				
		LOCAL	REGIONAL	NACIONAL	DIFÍCIL ACCESO	VEREDAS
<i>Servicio postal que garantiza la recolección, transporte y entrega de documentos, cartas, tarjetas impresas, periódicos, muestras de mercadería y pequeños paquetes.</i>	kilo inicial transporte	\$ 7.900	\$ 10.100	\$ 17.100	\$ 28.100	\$ 80.000
		\$ 3.400	\$ 4.000	\$ 4.400	\$ 12.000	\$ 13.800
			\$ 5.300	\$ 5.500	\$ 15.400	
			\$ 7.000	\$ 7.200	\$ 19.600	
				\$ 8.300		



-  Peso máximo de 5 kg.
-  Forma de pago: Contado, Crédito y Al cobro.
-  Atributos adicionales - Pago en Casa: 5% Sobre el valor comercial del producto a entregar.
-  Porcentaje de sobrefflete: 2% sobre el valor declarado.
-  Valor mínimo declarado \$45.000 por unidad de envíos hasta 2 kilos; \$60.000 por unidad de envíos de 2,1 kg a 5 kg.
-  Se mide el envío en centímetros (Alto x Ancho x Largo) el resultado se divide en 6.000. El peso a liquidar será el que resulte mayor entre el peso físico y el peso por volumen.
-  Tiempo de entrega: 24, 48 y 72 horas, a partir de las 6:00 p. m. del día en que se admite.
* Aplican condiciones y restricciones por fines de semana y frecuencias.
-  Cobertura: La totalidad de los municipios de Colombia.

Vigencia de tarifas 14 de julio de 2025 al 13 de julio de 2026








RAPIDÍSIMO AM	UNIDAD LIQUIDABLE	LOCAL	REGIONAL	NACIONAL		
		<p><i>Entregas antes del medio día de todos los envíos admitidos el día anterior antes de las 6:00 pm *Aplica para envíos de 0 a 10 kilos de peso.</i></p>		<p>kilo inicial transporte</p>		<p>\$ 11.600</p>
<p>Valores del kilo adicional dependiendo la distancia</p>		\$ 7.000	\$ 8.000	\$ 9.000		
			\$ 11.000	\$ 11.000		
			\$ 14.500	\$ 14.000		

-  Peso máximo de 10 kg.
-  Forma de pago: Contado, Crédito y Al cobro.
-  Atributos adicionales - Pago en Casa: 5% Sobre el valor comercial del producto a entregar.
-  Porcentaje de sobrefflete: 2% sobre el valor declarado.
-  Valor mínimo declarado \$45.000 por unidad de envíos hasta de 2 kilos; \$60.000 por unidad de envíos de 2,1 kg a 5 kg y \$75.000 por envíos de 6 kg en adelante.
-  Se mide el envío en centímetros (Alto x Ancho x Largo) el resultado se divide en 6.000. El peso a liquidar será el que resulte mayor entre el peso físico y el peso por volumen.
-  Entregas al siguiente día hábil antes de las 12 del mediodía, de los envíos admitidos antes de las 6:00 pm el día anterior.
-  Cobertura: En los municipios autorizados de acuerdo al sistema de información.








Vigencia de tarifas 14 de julio de 2025 al 13 de julio de 2026



RADICADO	UNIDAD LIQUIDABLE	TRAYECTO			
		LOCAL	REGIONAL	NACIONAL	DIFÍCIL ACCESO
<i>Servicio que garantiza firma de recibido del destinatario en la copia del documento entregado.</i>	kilo inicial transporte	\$ 12.100	\$ 16.600	\$ 23.600	\$ 32.600
	Valores del kilo adicional dependiendo la distancia	\$ 3.400	\$ 4.000	\$ 4.400	\$ 12.000
			\$ 5.300	\$ 5.500	\$ 15.400
			\$ 7.000	\$ 7.200	\$ 19.600
				\$ 8.300	

-  Peso límite: Establecido por Origen/Destino.
-  Forma de pago: Contado y Crédito.
-  Porcentaje de sobreflete: 2% sobre el valor declarado.
-  Valor mínimo declarado \$45.000 por unidad de envíos hasta de 2 kilos; \$60.000 por unidad de envíos de 2, 1 kg a 5 kg y \$75.000 por envíos de 6 kg en adelante.
-  Se mide el envío en centímetros (Alto x Ancho x Largo) el resultado se divide en 6.000. El peso a liquidar será el que resulte mayor entre el peso físico y el peso por volumen.
-  Tiempo de entrega: 24, 48 y 72 horas, a partir de las 6:00 p. m. del día en que se admite.
* Aplican condiciones y restricciones por fines de semana y frecuencias.
-  Cobertura: La totalidad de los municipios de Colombia.

CARGA TERRESTRE	TRAYECTO	TRAYECTO	
		Valor de 6 a 30 kilos	Valor Kilo Adicional
<i>Recolección en el domicilio del remitente sin recargo, transporte y entrega puerta a puerta de paquetes y cajas.</i>	Local	\$ 22.500	\$ 750
	Regional	\$ 33.000	\$ 1.100
		\$ 39.000	\$ 1.300
		\$ 42.000	\$ 1.400
	Nacional	\$ 48.000	\$ 1.600
		\$ 60.000	\$ 2.000
\$ 66.000		\$ 2.200	

-  Peso entre 6 a 60 kg.
-  Se mide el envío en centímetros (Alto x Ancho x Largo) el resultado se divide en 6.000. El peso a liquidar será el que resulte mayor entre el peso físico y el peso por volumen.
-  Atributos adicionales - Pago en Casa: 5% Sobre el valor comercial del producto a entregar.
-  Porcentaje de sobreflete: 1% sobre el valor declarado.
-  Valor mínimo declarado de la mercancía: \$170.000 por unidad de envíos.
-  Tiempo de entrega: 24, 48 y 72 horas, a partir de las 6:00 p. m. del día en que se admite.
* Aplican condiciones y restricciones por fines de semana y frecuencias.
-  Cobertura: De acuerdo a los municipios parametrizados en el sistema de información.

Política de inventario de producto terminado

- Política de Inventario Cero:

No mantenemos stock ni bodegas de almacenamiento, ya que cada prenda es confeccionada exclusivamente sobre pedido (Made-to-Order), lo que subraya nuestro compromiso con la moda de Inversión, la producción consciente y la reducción del desperdicio textil. Una vez realizado su pedido, garantizamos un plazo total de diez (10) días hábiles para la realización de la prenda y su posterior entrega.

Precios:

Competencia:

- **Nawa**



La Barra Bustier

\$350.000 COP



- Comparación de precios del top Helios y del top de la marca competencia Nawaresort

Top Helios						
Material	Unidad	cantidad	Valor unitario	Subtotal		
Tela Poliester reciclado crepe satinado	Metro	1.20	35000	42000		
Hilo poliester reciclado	Carrete	1	15000	15000		
Elastico algodón reciclado	Metro	60cm	2000	2000		
Hilo de Poliéster Texturizado	Carrete	1	15000	15000		
			Total	74000		
Proceso	Total por unidad					
Corte	10000					
Confección	20000					
Control de calidad	10000					
Total	40000					
			Total (Material y proceso)	114000		
			Costo de produccion	100000		
			Total Top Helios	214000		
Top Marca competencia	Precio top (precio base)	Diferencia absoluta	Porcentaje de cambio	Porcentaje para igualar	Porcentaje (63%) mas precio base	Total
Nawaresort	350000	136000	63,55140187	63%	134820	348820

3.4 Promoción

Descuentos

No se aplicará descuentos por volumen o pronto pago, ya que la producción se realiza bajo el modelo pre order, lo cual implica tiempos controlados y una producción consciente.

Cientes Especiales (Comunidad)

Se implementará una estrategia de fidelización, crear una comunidad exclusiva conformada por las clientas más recurrentes de la marca.

Su propósito es crear una relación cercana y personalizada que refuerce el sentido de pertenencia y confianza hacia la marca, obteniendo beneficios como:

- Acceso anticipado a pre-ventas: las integrantes recibirán, por correo o mensaje privado, el acceso a las nuevas colecciones 48 horas antes del lanzamiento oficial.
- Descuento de agradecimiento: un 10 % de descuento en su próxima compra dentro de los tres días posteriores al lanzamiento, como reconocimiento a su lealtad.
- Comunidad privada: se creará un grupo de difusión en WhatsApp y una lista de correo exclusiva, donde se compartirán adelantos de colección, recomendaciones de cuidado de prendas, inspiración estética y eventos de la marca.
- Invitación a experiencias: la marca proyecta organizar encuentros presenciales o virtuales (como cafés o charlas sobre moda consciente) que fortalezcan la conexión emocional con la comunidad.

Costo promoción de lanzamiento

Se colaborará con Kelly Alvarez, creadora de contenido, para producir un Reel y un TikTok de alta calidad estética, donde mostrará distintas ocasiones de uso del top Helios.

- Producción Top Helios: 90.600
- Pago creadora de contenido(Reel y Tiktok): 800.000
- Pauta digital (promoción segmentada por 10 días): 800.000
- Producción audiovisual (Video corto de historia, edición profesional): 600.000
- Producción fotográfica: 480.000
- Locación: 300.000
- Maquillaje y peinado: 250.000

Total costo de lanzamiento: 3.320.600

Kelly alvarez, es una creadora de contenido que tiene un estilo de vida activo. Es agente de viajes, apasionada por descubrir nuevos destinos, disfrutar del mar y conectar con experiencias auténticas, disfruta de probar nuevas marcas que reflejen propósito y elegancia, aprecia la calidad y la versatilidad en las prendas

El mensaje a transmitir a través de la creadora de contenido es:

“En medio del ritmo de la ciudad, aprendí a encontrar belleza en lo simple.
En los momentos que me invitan a respirar, a estar presente.
Hoy quiero mostrarles una historia que se mueve conmigo,
una prenda hecha con intención, que me acompaña durante el día”



3.5 Comunicación y publicidad

Las estrategias de difusión se concentrarán en el ámbito digital, utilizando sitio web y redes sociales como Instagram y TikTok para posicionar a la marca en la categoría de Lujo Consciente y Moda de Inversión. La comunicación se centrará en dos pilares: la publicación de Reels de storytelling para narrar la historia de la marca, el compromiso ético Bajo Pedido y la exclusividad, y el contenido de prueba social que muestra la versatilidad de la prenda de la colección en distintos ambientes y lugares. El Sitio Web funcionará como el canal de compras primario, donde los clientes podrán ordenar sus piezas y encontrar información detallada del producto.

La comunicación se centrará en la sinergia de la Razón y la Emoción:

La razón se enfocará en el valor real de la prenda, en mostrar calidad. Nuestro modelo bajo pedido, permite no tener altos porcentajes de desperdicios, lo cual genera una ventaja para invertir directamente en la mejor calidad de tela y en una confección de más alto nivel. Esto significa que la cliente está comprando una prenda que está diseñada para durar y verse elegante, justificando su precio como una compra inteligente y de largo plazo.

Mientras que la emoción se enfocará en elevar la experiencia de la mujer, demostrando cómo la prenda le permite proyectar una personalidad elegante y diferenciada, sintiéndose simultáneamente responsable y consciente de sus decisiones, sin sacrificar la moda.

En cuanto a los costos de estrategias, mensualmente se destinarán \$1.500.000 COP para la publicidad digital en redes sociales. Este monto se repartirá de forma estratégica para maximizar el impacto en su nicho de lujo consciente:

- El 40% (\$600.000 COP) se usará para campañas de Venta Directa, pautando anuncios de producto (fotos y videos cortos de alta calidad) a clientes que ya visitaron el sitio web.
- El 30% (\$600.000 COP) se invertirá en Credibilidad, pautando videos de storytelling que narran la historia de la marca y el proceso Bajo Pedido para justificar el precio.
- El 30% restante (\$300.000 COP) se destinará a Alcance Nuevo, pautando los videos más atractivos y aspiracionales de la versatilidad de la prenda, para atraer nuevos clientes potenciales en Medellín.

3.6 Servicios

Nuestro compromiso con la excelencia en la confección y materiales respalda la inversión de los clientes por eso, contaremos con una Garantía de Calidad de sesenta (60) días a partir de la entrega, un periodo que reafirma nuestro estándar premium. Esta cobertura aplica exclusivamente a defectos atribuibles al proceso de fabricación, lo cual incluye fallas evidentes en la costura. Si el defecto es menor como un botón flojo o un herraje suelto se le da prioridad en el taller para reparación y se obsequia un 10% de descuento para una futura compra

Por otro lado, la garantía será automáticamente anulada por mal uso y falta de conciencia en el cuidado, como el maltrato de la prenda, el contacto con químicos o el incumplimiento de las instrucciones de lavado. Para iniciar el reclamo, el cliente deberá enviar la evidencia (fotografía detallada y un video del defecto) al correo electrónico de la empresa para la evaluación de nuestro equipo de diseño. En caso de ser aprobada, la garantía no incluye la devolución de dinero, sino la sustitución de valor: se ofrecerá el reemplazo de la prenda por una de igual valor o, si lo prefiere, un crédito completo más un bono adicional del 10% para una nueva inversión en nuestra colección atemporal.

El mecanismo de atención al cliente se basará en una voz formal, pero cálida y empática, asumiendo el rol de una Asesora que prioriza la confianza y atención al detalle. En las redes sociales, cada interacción se iniciará con un saludo que reconoce y

valora la inversión de la clienta con un "Gracias por elegir invertir en nuestra marca". El protocolo de respuesta será proactivo y orientado a la solución, utilizando un lenguaje que eleve la calidad de la experiencia.

3.7 Presupuesto de la mezcla de mercados:

Estrategia	Costo
Top (proceso)	114000
Precio final del top	214.000
Envío (local)	7.900
Envío (regional)	10.100
Envío (nacional)	17.100
Publicidad digital (mensual)	1.500.000

3.8 Estrategia de aprovisionamiento de materias primas:

La marca opera bajo un modelo de tercerización total y no cuenta con bodega propia, pero se seleccionarán proveedores locales como Sutex o Lafayette, dada su capacidad de ofrecer telas certificadas y de alta calidad técnica necesarias para la longevidad de la colección cápsula, y la entrega rápida de insumos. Se mantendrá un stock mínimo de seguridad de insumos pequeños como herrajes, hilos y botones, para evitar retrasos en el taller de confección, con el objetivo de evitar cualquier retraso en el inicio de la producción.

Los precios de adquisición serán los establecidos por los catálogos mayoristas de Sutex y Lafayette, los cuales operan en un esquema de precios escalonados por volumen (precios que disminuyen a medida que se compran más metros). De acuerdo con la información pública disponible, ambas compañías ofrecen venta por metros y distintos rangos de cantidad. Sin embargo, los detalles de descuentos por volumen y condiciones de crédito no están públicamente especificados, para cotizar puntualmente existen canales de servicio al cliente para realizar las respectivas cotizaciones.

Es importante reconocer que, al ser una marca que apenas se lanza al mercado, no se cuenta con un historial de ventas ni con la capacidad de compra de volumen anual que las grandes textileras como Sutex y Lafayette exigen para otorgar créditos.

3.9 Proyección de Ventas

La proyección de ventas se realizará mediante el método cualitativo, debido a que la marca es nueva y carece de un historial de ventas previo que sirva como base para análisis cuantitativos. Por lo tanto, esta proyección se fundamentará en la opinión de expertos del sector de moda y se complementará con la recopilación y el análisis de datos e información de páginas y fuentes confiables, lo cual permitirá generar un pronóstico más aproximado y realista, alineado con las tendencias del mercado actual de Medellín.

La política financiera de la marca se define por un principio de cero endeudamiento inicial y máxima capitalización interna durante el primer año de operación. Esta decisión es estratégica, ya que el modelo Bajo Pedido exige el pago total y anticipado del 100% de la prenda por parte del cliente, lo que nos permite financiar las materias primas y la confección con ingresos propios. De esta manera, la marca puede capitalizar todas sus ganancias para validar su estructura de costos y demostrar su viabilidad en el mercado sin incurrir en deuda. Más adelante, una vez que el modelo esté consolidado y las ventas lo demuestren, se considerará el endeudamiento estratégico para propósitos de crecimiento y lanzamientos de colecciones más luxury.

4. Módulo Operativo

4.1 Operación

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



FICHA TÉCNICA DE DISEÑO	LINEA			REFERENCIA:		
	FEMENINA	MASCULINA	INFANTIL	LC01		
	X					
DISEÑADOR	Laura Cuervo		TIPO DE PRENDA:	Top	FECHA:	
MARCA.			UNIVERSO:	Resort wear	27/10/2025	
PROTOTIPO EN DISEÑO PLANO						
Incluye especificaciones técnicas, lupas y detalles.						
TALLAS:	SMALL / 8	MEDIUM / 10	LARGE / 12	TALLA BASE:	8	
		X				
OPCIONES DE COLOR				MEDIDAS:		
				CONTORNO DE PECHO	92	
				CONTORNO DE CINTURA	70	
				CONTORNO DE CADERA	98	
				ANCHO DE PECHO	25	
				ANCHO DE ESPALDA	34	
				LARGA DE TALLE	42	
			LARGO DE HOMBRO			
MATERIALES E INSUMOS						
REFERENCIA/ NOMBRE DEL INSUMO	DESCRIPCIÓN DEL INSUMO	UNIDAD DE MEDIDA	ANCHO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Tela	Poliéster reciclado crepe satinado	Metro	140	1,2	\$ 35.000	\$ 42.000
Hilo poliéster	Hilo de Poliéster T-24	Carrete		1	\$ 19.900	\$ 19.900
Hilo de Poliéster Texturizado	Hilo de Poliéster Reciclado Texturizado T-21	Carrete		1	\$ 15.000	\$ 15.000
Elastico OLASTIC	Elastico algodón reciclado 10 mm	Metro	10 mm	60 cm	\$ 2.000	\$ 2.000
					COSTO TOTAL	\$ 74.000
PROCESOS Y ACABADOS						
TIPO DE PROCESO	PROVEEDOR				COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Ploter	Scalando				\$ 2.500	\$ 2.500
					COSTO	\$ 2.500
ESPECIFICACIONES DE CONFECCIÓN						
TIPO DE OPERACIÓN	MÁQUINA	PUNTADAS / PULGADA	TIPO HILO / HILAZA	CLASE DE AGUJA	NUMERO DE AGUJA	
Unión de forro solo en laterales	Plana	Remate inicial y final.	Poliéster T-26	Punta bola	70/10	
Coser lazo decorativo de hombro	Plana	Remate inicial y final.	Poliéster T-26	Punta bola	70/10	
Drapeado en hombro y abdomen	Plana	Remate inicial y final.	Poliéster T-26	Punta bola	70/10	
Doblado	Recubridora		Poliéster T-28	Punta bola	70/10	
Unir forro al cuerpo por sisa y escote	Plana	Pespunte a 1/16" o 1/8"	Poliéster T-27	Punta bola	70/10	
Cerrar laterales	Fileteadora	seguridad o 4 Hilos.	Poliéster T-25	Punta Regular	70/10 o 75/11	
Pespunte de Asentamiento (Escote, Sisa)	Plana	Pespunte a 1/16" o 1/8"	Poliéster T-27	Punta bola	70/10	



No.	SIMBOLO	PROCESO	MÁQUINA
1		Union de forro solo en laterales	Plana
2		Coser lazo decorativo de hombro	Plana
3		Drapeado en hombro y abdomen	Plana
4		Dobladillo	Recubridora
5		Unir forro al cuerpo por sisa y escote	Plana
6		Cerrar laterales	Fileteadora
7		Pespunte de Asentamiento (Escote, Sisa)	Plana

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

1. Calidad premium

- **Experiencia Táctil y Visual:** se notará la calidad premium de la tela, el satín de poliéster reciclado ofrece una caída fluida y un brillo sutil que capta la luz con elegancia.
- **Confección impecable.** Que garantiza que el top mantenga su forma tras uso.
- **Impacto Sostenible:** su compra contribuye a la moda circular y reduce el impacto ambiental. Es una decisión de estilo con un propósito.

2. Versatilidad y estilo

- Su diseño asimétrico y el detalle del lazo dan un toque distintivo que eleva cualquier outfit

3. Servicio Excepcional

- **Soporte Personalizado:** Desde el momento de la consulta hasta la entrega, experimentará un excelente servicio que asegura una compra bien informada y satisfactoria. Nos aseguramos de que cada detalle de su experiencia sea tan Premium como la prenda misma.

- **Estado de Desarrollo:**

Actualmente, mi marca se encuentra en una fase de nacimiento. En este momento nos centramos en la conceptualización integral de la marca y la consolidación de su estrategia de posicionamiento. Nuestro enfoque principal es afianzar los pilares de valor: lujo, sostenibilidad y versatilidad, que diferenciarán nuestras prendas en el mercado. Si bien el lanzamiento comercial aún está pendiente, se está trabajando activamente en todo el proceso de los detalles de diseño, patronaje y demás procesos necesarios.

- **Descripción del Proceso:**



- **Plan de Producción:**

Plan de Stock Mínimo (Por Referencia y Talla)

Para la cápsula de lanzamiento, por cada referencia se va a tener un Stock Mínimo de 15 unidades distribuidas de la siguiente manera:

Talla S: 5- 30%

Talla M: 9 -50%

Talla L: 5- 20%

Total mínimo: 19 - 100%

- Enfoque en la Talla M (50%): Se mantiene la mitad del stock en la talla más vendida según el mercado, garantizando la capacidad de respuesta inmediata

- Tallas S, M, L: se puede ofrecer un envío inmediato (sujeto a disponibilidad de nuestro stock de seguridad), lo que permite cerrar ventas con clientes que quieren obtener la prenda de forma rápida, asegurando la liquidez inicial.
- Prueba de Mercado: Podemos obtener datos reales sobre qué talla (S, M, L) se vende más rápido
- Gestión de Imprevistos: Si una prenda producida bajo orden, tiene un defecto de calidad, se puede usar una prenda del stock de seguridad para reemplazarlo inmediatamente, permitiendo mantener la experiencia del cliente Premium.

4.2 Plan de Compras

Para la creación de una unidad del Top Helios se requiere:

REFERENCIA/ NOMBRE DEL INSUMO	DESCRIPCIÓN DEL INSUMO	UNIDAD DE MEDIDA	ANCHO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Tela	Poliéster reciclado crepe satinado	Metro	1.40	1,2	\$ 35.000	\$ 42.000
Hilo poliester	Hilo de Poliéster T-24	Carrete		1	\$ 19.900	\$ 15.000
Hilo de Poliéster Texturizado	Hilo de Poliéster Reciclado Texturizado T-21	Carrete		1	\$ 15.000	\$ 15.000
Elastico OLASTIC	Elastico algodón reciclado 10 mm	Metro	10 mm	60 cm	\$ 2.000	\$ 2.000
					COSTO TOTAL	\$ 74.000

5. Módulo Organizacional

5.1 Estrategia Organizacional

- **Análisis DOFA:**

Debilidades:

1. Capacidad limitada de producción inicial: al ser una marca nueva operando bajo un modelo con stock mínimo, la capacidad de respuesta a un pico de demanda masivo es limitada (máx. 10 días hábiles de entrega), lo que impide capturar grandes volúmenes de venta de forma inmediata.
2. Dependencia operacional de personal limitada: La marca es vulnerable a la ausencia de personal crítico y dificulta la replicación o delegación de tareas especializadas.

Oportunidades:

1. Crecimiento de la demanda por moda consciente/sostenible: Hay una tendencia de consumo global creciente y consolidada hacia productos que usan materiales reciclados y/o éticos, abriendo una puerta a un segmento de mercado dispuesto a pagar más por el valor ambiental.

2. alianzas estratégicas con marketplaces de lujo y diseño: oportunidad de ser incluido en plataformas de venta en línea o tiendas conceptuales que se especializan en diseño de autor y moda lenta, accediendo a un público Premium sin altos costos de alquiler físico.

Fortalezas:

1. filosofía de diseño atemporal: la marca se especializa en diseños statement que trascienden las temporadas, asegurando que el cliente adquiera una pieza de larga vida útil que no se devalúa con las tendencias.
2. Modelo de producción de cero desperdicios: la operación basada en el sistema de pre-orden y stock mínimo garantiza una gestión de inventario altamente eficiente, minimizando la sobreproducción y el desperdicio de materia prima, lo que respalda directamente el compromiso con la sostenibilidad.

Amenazas:

1. Vulnerabilidad de la cadena de suministro sostenible: Mayor riesgo de interrupción, retrasos o incremento de costos en la adquisición de materiales éticos y sostenibles (fibras orgánicas, reciclados,), cuya disponibilidad y precio son más volátiles que las materias primas convencionales.
2. Competencia de copias masivas (fast fashion): existe un riesgo de que los diseños sean rápidamente copiados por marcas de fast fashion a precios mucho más bajos, lo que diluye la percepción de exclusividad del diseño de la marca.

Estrategias:

Oportunidades

1. Utilizar la filosofía de diseño atemporal para capitalizar la demanda por moda consciente. posicionar cada compra no como un gasto, sino como una "inversión inteligente de largo plazo" que reduce la huella de carbono del guardarropa del cliente.
2. Presentar el modelo de cero desperdicios como un argumento de venta clave ante los marketplaces de lujo y diseño esto valida la exclusividad y sostenibilidad de la marca facilitando la inclusión prioritaria en estas plataformas.

Amenazas:

1. Planificación proactiva de insumos: aprovechar la previsibilidad del modelo de pre-orden para planificar las compras de materia prima sostenible con mayor antelación. Esto permite asegurar el stock de insumos críticos y negociar precios a volumen antes de que ocurra una Vulnerabilidad en la Cadena de Suministro
2. Combatir la competencia de copias masivas defendiendo la filosofía atemporal y el cero desperdicio demostrando que el precio de la marca se justifica en la calidad y la trazabilidad que el fast fashion no puede replicar.

Oportunidades:

1. Escalabilidad modular y alianzas: mitigar la capacidad limitada de producción identificando y capacitando talleres de confección especializados y alineados éticamente. Esto crea una capacidad de respuesta modular para atender grandes pedidos de Marketplaces de lujo sin comprometer el tiempo de entrega de 10 días
2. Contrarrestar la dependencia operacional documentando rigurosamente los procesos clave (ej. Fichas técnicas de materiales sostenibles, checklists de calidad). Esta estandarización permite delegar tareas y capitalizar el crecimiento de la demanda consciente al poder escalar procesos sin disminuir la calidad.

- **Organismos de Apoyo:**

- Ruta N

Innovación, Hard Science y Negocio: Brinda acompañamiento para la validación de modelos de negocio innovadores. Apoyo en escalabilidad y acceso a financiación y redes de inversión.

Proceso: Abren convocatorias anuales o semestrales. Se aplica online presentando un pitch y un modelo de negocio innovador.

Beneficio: Acompañamiento, espacio de coworking y acceso a líneas de crédito o inversión ángel.

- Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia (CCMA) Formalización, Mercadeo y Networking:

Ofrece programas de fortalecimiento empresarial, networking, ruedas de negocio, y asesoría para la exportación Es clave para la Formalización S.A.S.

Proceso: Acceso a servicios mediante la matrícula mercantil. Tienen programas de capacitación gratuita o a bajo costo.

Beneficio: "Cluster Textil/Confección, Diseño y Moda": Participación en eventos y acceso a información sectorial privilegiada.

- Inexmoda Sectorial y Tendencias: Entidad organizadora de Colombiamoda y Plataforma K. Es vital para la visibilidad y posicionamiento

Proceso: Aplicación a programas como "Épica" (Escuela de Emprendimiento e Innovación), que ofrece formación especializada y mentoring en moda.

Beneficio: Visibilidad: Oportunidades de showroom y contacto con compradores de alto nivel.

- Bancóldex Financiamiento: Banco de desarrollo empresarial colombiano. Ofrece líneas de crédito enfocadas en el crecimiento y la sostenibilidad.

Proceso: Buscar líneas de crédito con foco en Mipymes o Economía Naranja a través de intermediarios financieros (bancos comerciales).

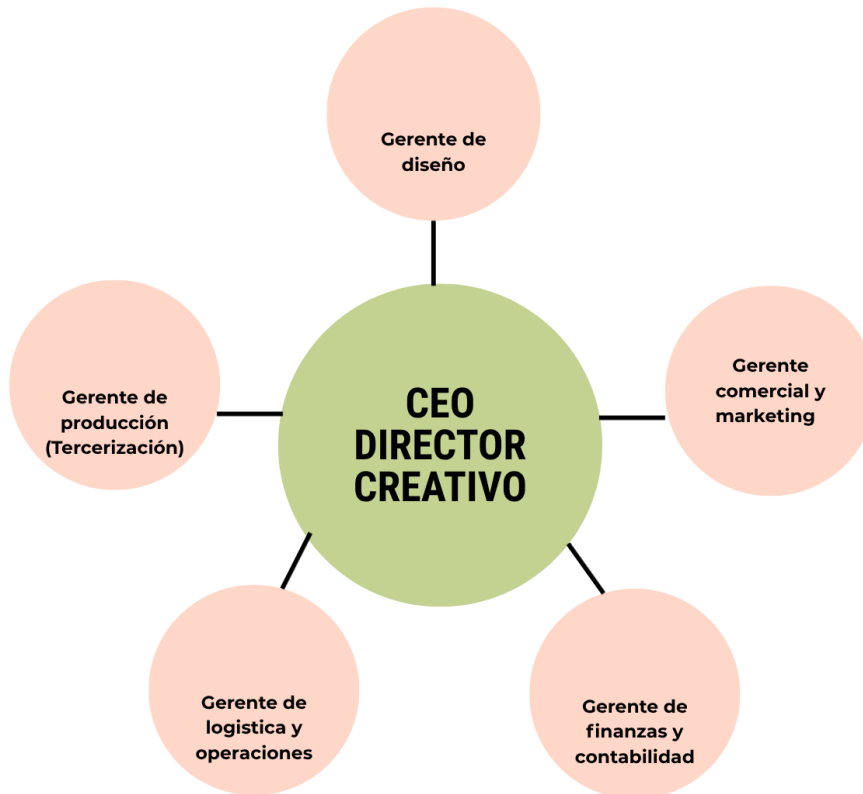
Beneficio: Crédito para Capital de Trabajo o inversión fija (ej. compra de software o maquinaria).

- SENA Capital Humano y Formación: tiene un programa Fondo Emprender.

Proceso: Presentación del plan de negocios a las convocatorias de Fondo Emprender (capital semilla condonable).

Beneficio: Recursos no reembolsables de capital semilla para la puesta en marcha.

5.2 Estructura Organizacional:



- CEO Director Creativo: Liderazgo estratégico y creativo central.
- Gerente de Diseño: Ejecuta la creación de patrones y la selección de insumos.
- Gerente Comercial y Marketing: Maneja la estrategia de ventas, pre-órdenes y comunicación digital.
- Gerente de Logística y Operaciones: Gestiona el stock mínimo, empaque y envíos.
- Gerente de Finanzas y Contabilidad: Maneja el control de costos y la contabilidad.
- Gerente de Producción: Representa la función de la empresa tercerizadora.

5.3 Aspectos Legales:

La Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.) es el tipo de sociedad comercial más conveniente para una marca de moda emergente en Colombia por las siguientes razones:

1. Responsabilidad Limitada (Protección Patrimonial)

- Esto significa que el patrimonio personal de la fundadora y los accionistas está protegido, y la responsabilidad legal de la empresa solo se extiende hasta el monto del capital que se ha aportado a la sociedad.
- Mitigación de Riesgos: Esto es vital para la marca al inicio, ya que mitiga el riesgo inherente de la Estructura de Costos Rígida y la Vulnerabilidad de la Cadena de Suministro.

2. Flexibilidad y Agilidad Operacional

- Objeto Social Indeterminado: Permite a la marca tener un objeto social amplio. Esto es crucial si la marca decide expandirse más allá de resort wear hacia otras líneas de producto o servicios, facilitando el pivote sin necesidad de reformar estatutos constantemente.
- Menor Formalidad: Se constituye mediante un documento privado (sin necesidad de escritura pública en la mayoría de los casos) y ofrece libertad en la organización interna. Esto reduce costos y tiempo.

3. Escalabilidad y Proyección (Visión a Largo Plazo)

- Atracción de Capital: La estructura basada en acciones facilita la captación futura de inversión y la incorporación de nuevos socios. Si la marca crece y necesita capital, la venta de acciones es un mecanismo ágil.

Normativa Legal Aplicable para Prendas Sostenibles en Colombia

Además de los requisitos comerciales generales (Registro Único Tributario - RUT, Registro en Cámara de Comercio), la marca debe tener en cuenta dos conjuntos de normas, con un enfoque especial en el etiquetado por su promesa sostenible:

1. Etiquetado de Confecciones (Requisito Obligatorio)

La marca debe cumplir con la Resolución 1950 de 2009 (o la Resolución 2109 de 2019, que la actualiza con el Reglamento Técnico Andino), que establece el Reglamento Técnico sobre Etiquetado de Confecciones.

Lo que debe cumplir en la etiqueta permanente:

- Composición de Materiales: Debe declarar la composición de las fibras (ej. 100% Poliéster Reciclado). Esto es crítico, ya que la trazabilidad es el punto fuerte de la marca
- Instrucciones de Cuidado: Símbolos e instrucciones para la conservación de la prenda.
- Identificación: Nombre del fabricante o importador.
- Talla y Dimensiones.
- País de Origen o Fabricación: (Ej. "Hecho en Colombia").

2. Ley 2232 de 2022 (Plásticos de un Solo Uso): Prohíbe y sustituye gradualmente productos plásticos de un solo uso. La marca debe asegurar que su packaging (bolsas, etiquetas colgantes) no contenga plásticos oxodegradables y, preferiblemente, utilice alternativas reutilizables o de ecodiseño.

5.4 Costos Administrativos

- **Gastos de Personal:**

Cargo	Salario basico	Auxilio transporte	Prestaciones sociales	Seguridad social	Parafiscales	Total salario
Gerente de Diseño	1.423.500	200.000	284.280	299.713	128.115	2.335.608
Gerente Comercial y Marketing	1.423.500	200.001	284.280	299.713	128.115	2.335.609
Gerente de logística y operaciones	1.423.500	200.002	284.280	299.713	128.115	2.335.610
Gerente de finanzas y contabilidad	1.423.500	200.003	284.280	299.713	128.115	2.335.611

CEO: 3.500.000 (Honorarios)

Prestación de Servicios (Independiente)

- **Gastos Anuales de Administración:**

Concepto	Calculo mensual	Gasto anual
Costo fijo personal	\$ 9.342.432,00	\$ 112.109.184,00
Honorarios CEO	\$ 3.500.000,00	\$ 42.000.000,00
Total gastos personal anual		\$ 154.109.184,00
Arriendo oficina	\$ 1.200.000,00	\$ 14.400.000,00
Servicios publicos	\$ 350.000,00	\$ 4.200.000,00
Internet	\$ 150.000,00	\$ 1.800.000,00
Software contable	\$ 100.000,00	\$ 1.200.000,00
Papeleria	\$ 50.000,00	\$ 600.000,00
Gastos contables (contador)	\$ 400.000,00	\$ 4.800.000,00
Total gastos administrativos		\$ 27.000.000,00
Gasto total anual		\$ 181.109.184,00

6. Módulo Financiero

6.1 Ingresos

- **Fuentes de Financiación:**

La fuente principal de capital para el lanzamiento de la marca será un préstamo familiar, que se caracteriza por ser una financiación de capital semilla blando, esta es una fuente de financiación propia y no dilutiva, lo que significa que no requiere ceder participación accionaria a cambio del capital, la principal ventaja es la ausencia de costo financiero (0% interés) y la flexibilidad en el pago, al no tener fechas límite estrictas para el retorno del capital, la marca puede priorizar la inversión en inventario rotativo y la construcción de marca sin la presión de una deuda bancaria inmediata.

Este préstamo se destinará para:

1. La inversión directa en producto (inventario inicial)

- Compra de materia prima de la colección cápsula: adquisición a volumen de poliéster reciclado y otras fibras sostenibles necesarias para fabricar el stock de seguridad y para las primeras pre-órdenes.
- Alistamiento e insumos: compra de todos los componentes menores: hilos, elásticos especializados, forros, cierres, y etiquetas de marca permanentes (que cumplen con la resolución de etiquetado).

2. Gastos de Producción y Confección

- Pago de la producción de la colección (corte, confección): en taller satélite. esto cubre la mano de obra especializada para el corte, la confección detallada y el control de calidad del primer lote de prendas.

3. Lanzamiento, Marketing y Experiencia del Cliente

- Marketing y Lanzamiento de Marca: inversión en la creación del contenido digital premium (sesión de fotos de la colección, videos de estilo de vida, branding en redes sociales) para comunicar la filosofía de la marca.
- Diseño de empaque (packaging): compra de los insumos de empaque de lujo (cajas o bolsas reutilizables, papel seda, aromatización y la tarjeta de agradecimiento de cortesía).

4. Capital de Trabajo Operacional Básico

- Insumos Operativos: Cobertura de los costos asociados a la logística inicial (guías de envío, papelería administrativa inicial) y software básico para el manejo de inventario y ventas.

- El préstamo se utilizará para cubrir dos meses de Gastos de Administración (servicios, arriendo, software y, principalmente, los costos fijos de personal).

6.3 Capital de Trabajo

Concepto	calculo mensual	total 2 meses
Materia prima top	74.000	148000
Proceso	40.000	80000
Producción	100.000	200000
Publicidad	1.500.000	3000000
Lanzamiento	3.320.600	3320600
Costo fijo personal	9.342.432	9342432
Arriendo oficina	1.200.000	2400000
Servicios publicos	350.000	700000
Internet	150.000	300000
Software contable	100.000	100000
Papeleria	50.000	50000
	Total:	19641032

7. Plan Operativo

- **Cronograma de Actividades:**

Modulo	Meta	Actividad operativa	Responsable	Duración	Días de ejecución
1. CREACIÓN Y VALIDACIÓN (Pre-Lanzamiento)	Colección lista para producción en lote 100% validada.				
1.1 Diseño	Finalizar prendas de la colección	Definición final de tejidos, colores y fichas técnicas.	Diseño	5	Días 1-5
	1.2 Muestreo	Confección y pruebas de ajuste del prototipo	Diseño / Operaciones	10	Días 6-15
1.3 Proveedores	Materia Prima adquirida	Compra a volumen de materia prima sostenible	Operaciones	10	Días 1-10
1.4 Producción	Taller Satélite (Socio de Producción) contratado	Firma de contrato y entrega de la muestra de patronaje al taller.	Operaciones / Admin.	5	Días 11-15



Modulo	Meta	Actividad operativa	Responsable	Duración	Días de ejecución
2. MARKETING Y COMUNICACIÓN (Pre-Venta y Lanzamiento)	600 seguidores en IG al final de la Semana 1 de Lanzamiento.				
2.1 Pre-Lanzamiento	200 seguidores orgánicos antes del lanzamiento (Día 15).	Creación de feed con la Filosofía Atempora	Marketing/Ventas	15	Días 1-15
2.2 Sesión de Fotos	Contenido visual y multimedia Premium 100% finalizado.	Sesión fotográfica de la Colección Cápsula (fotografía de producto y lifestyle)	Marketing/Ventas	3	Días 16-18
2.3 Estrategia Digital	Lograr 30% de Engagement en los 5 posts principales de lanzamiento.	Programación de posts de lanzamiento y presupuesto de pauta digital (ads).	Marketing/Ventas	5	Días 19-23
2.4 Lanzamiento	Meta: 600 seguidores en Instagram (Semana 1)	Publicación de la Colección Cápsula en redes y apertura de la página de pre-órdenes.	Marketing/Ventas	Continua	Días 24 en adelante

Modulo	Meta	Actividad operativa	Responsable	Duración	Días de ejecución
3. VENTAS Y SERVICIO AL CLIENTE	30-40 unidades vendidas en las primeras 2 semanas de pre-orden (Día 24 - Día 38).				
3.1 Plataforma	Plataforma de Pre-Órdenes (e-commerce) 100% funcional.	Configuración de pagos, logística y catálogo de la colección cápsula.	Marketing/Ventas / Admin.	10	Días 1-10
3.2 Pre-Venta	Recolección de 20 pre-órdenes en la primera semana (validación de demanda).	Apertura de canal de venta (e-commerce y WhatsApp Business)	Marketing/Ventas	7	Días 24-30
3.3 Seguimiento	100% de clientes de pre-orden informados sobre el estado de su pedido.	Implementar el protocolo de Servicio Post-Venta Premium (Notificación de producción y fecha de entrega).	Marketing/Ventas	Continua	Días 24 en adelante

Modulo	Meta	Actividad operativa	Responsable	Duración	Días de ejecución
4. PRODUCCIÓN Y LOGÍSTICA	Entregar el 100% de las pre-órdenes en el plazo establecido.				
4.1 Producción Lote 1	100% del Lote (Pre-órdenes) confeccionado y con Control de Calidad.	Inicio de la producción masiva y seguimiento diario al taller satélite para cumplir con la meta de 30-40 unidades.	Operaciones	15	Días 24-38
4.2 Empaque	100% de las órdenes empacadas con el Protocolo Premium.	Recepción de prendas, revisión final, y empaque con el protocolo de Experiencia del Cliente (incluye tarjeta personalizada).	Operaciones	5	Días 39-43
4.3 Despacho		100% de las órdenes entregadas.	Operaciones	Continua	Días 44 en adelante



Modulo	Meta	Actividad operativa	Responsable	Duración	Días de ejecución
5.GESTIÓN FINANCIERA	Estructura de Gastos Fijos (Personal y Operacionales)				
5.1 Tesorería	100% de los pagos de la producción y materia prima	Pago a proveedores y taller satélite.	Admin.	Continua	Días 1-45
5.2 Flujo de Caja	Cierre de caja mensual con proyección para el siguiente periodo.	Monitoreo del consumo de capital de trabajo y proyección de ingresos por ventas.	Admin.		2 Día 30 y Día 60

Social

- Fondo Ambiental: Destinar el 3% del beneficio neto generado por la venta de cada Colección Cápsula a proyectos de Recuperación de Zonas Hídricas en Medellín y el Valle de Aburrá.
- Incentivo al Cliente: Ofrecer un descuento del 10% en la próxima compra a clientes que devuelvan prendas de la marca para su Upcycling o Reciclaje (a partir del mes 12 de operación).

Plan Nacional de Desarrollo

- Seguridad Humana y Justicia Social- Empleo Digno y Formal: Generación de 4 empleos directos con todas las prestaciones legales, promoviendo la formalización laboral en el sector textil-confección.
- Internacionalización, Transición Energética y Acción Climática Transición Socioecológica: Uso de Materia Prima (Poliéster Reciclado rPET) y aplicación de la filosofía Cero Desperdicio (Zero-Waste). Contribución directa a la economía circular y a la reducción de la huella de carbono de la industria textil, promoviendo prácticas sostenibles en la cadena.
- Convergencia Regional y Estabilidad Macroeconómica: Economía Naranja/Popular: El diseño de moda de autor y el modelo de negocio premium se asocian al fortalecimiento de las industrias creativas y culturales de la región. Fomentamos la competitividad del diseño colombiano con valor agregado (sostenibilidad y tecnología),

Plan Regional de Desarrollo (Medellín y Antioquia)

- Medellín Valle del Software: Innovación en el Modelo de Negocio (MTO): El modelo de Pre-orden es una aplicación tecnológica que reduce el inventario y utiliza plataformas dig
- Especialización Inteligente (Cluster Textil): Mantenemos la producción en Medellín, dinamizando la economía local y exigiendo estándares de calidad que fortalecen la sofisticación de la cadena de valor textil/confección del Valle de Aburrá.

Cluster o Cadena Productiva Asociada

Este proyecto se asocia directamente con el Cluster Textil/Confección, Diseño y Moda de la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia (CCMA).

- Asociación: La marca participa en el diseño, la comercialización y la confección (a través de talleres satélite), eslabones clave de la cadena de valor de la moda en la región.
- Relevancia: Ser parte de este cluster facilita el acceso a networking (socioproductivos), conocimiento sectorial, oportunidades de exportación

Empleo a Generar y Caracterización

Empleo Directo a Generar

El proyecto generará un total de 5 Empleos Directos formales (contrato laboral, prestaciones sociales):

1. Diseñador/a de Moda
2. Community Manager/Estratega Digital
3. Asistente Administrativo/Contable
4. Gerente de Operaciones
5. Gerente de Producción

Empleo Indirecto a Generar

El modelo del proyecto está diseñado para fortalecer la base productiva local a través:

1. Taller Satélite de Confección
2. Servicios de Logística
3. Servicios Creativos (Maquillaje, fotógrafos)

Emprendedores

La marca tendrá asociación con emprendedoras artesanas especializadas en técnicas manuales, principalmente el tejido en crochet y macramé, como un componente distintivo del diseño de la colección cápsula y también con Pequeñas imprentas o diseñadores gráficos locales para el desarrollo y producción del empaque Premium (tarjetas, bolsas de tela reutilizables) con materiales reciclados.

- **Impacto Económico, Regional, Social y Ambiental:**

Mi marca está diseñada para generar un impacto positivo. En el ámbito económico, la marca dinamizará la economía local a través de la creación de empleos directos y formales, asociaciones con emprendedores artesanos en la cadena de suministro, priorizando el talento y los insumos nacionales. A nivel regional, al operar con un modelo de moda consciente basado en la trazabilidad y la calidad, mi marca impulsará a Colombia como un referente de moda lenta y ética en América Latina. El impacto social se enfoca en la dignificación de la cadena productiva, garantizando condiciones laborales éticas y tarifas justas para los talleres satélite y los artesanos especializados en técnicas como el crochet.

Finalmente, el compromiso ambiental se materializa en la promoción de la economía circular al utilizar telas sostenibles con un modelo de producción bajo pedido que elimina la generación de sobreinventario y destina un porcentaje de sus ganancias a la compensación de la huella hídrica local, asegurando un ciclo de vida responsable para cada prenda.