

Plan de negocios para Innato, Resortwear Premium

Nombre:

Daniela Granda Pedroza

Nombre del docente

VALENTINA ORREGO TRUJILLO

Institución Universitaria Pascual Bravo

Profesional en Diseño de Vestuario

Medellín

1. Plataforma Estratégica¹

1.1 Misión

INNATO existe para honrar lo natural, lo emocional y lo eterno, sin perder la elegancia. Nace del deseo de crear una experiencia que invite a detenerse, a habitar lo auténtico y a reconectar con la esencia de la vida, como cuando el mar nos envuelve y nos recuerda quiénes somos. Su propósito es inspirar bienestar y conexión, para que cada persona encuentre calma y fuerza al mismo tiempo, y pueda sentirse en armonía consigo misma y con lo que la rodea.

1.2 Visión

Ser una marca que evolucione más allá de la moda para consolidarse como un espacio integral de bienestar. Innato busca convertirse en un estilo de vida que reúna los diferentes placeres de la vida, integrando la moda con experiencias de hospitalidad, gastronomía y conexión sensorial. A través del lujo consciente y la preservación del trabajo artesanal, la marca proyecta un crecimiento sostenible que mantenga su esencia natural y eleve la forma de habitar, vestir y sentir.

1.3 Objetivos

Objetivo general. Consolidar a Innato como una marca de moda premium consciente que ofrezca experiencias auténticas y sostenibles, aportando valor estético, social y ambiental, mientras genera bienestar en sus clientes y diferenciación en el mercado.

Objetivos específicos.

1. Identificar el mercado premium consciente que busque la autenticidad, la conexión con la naturaleza.
2. Diseñar y producir prendas que integren calidad, elegancia y respeto por lo natural, priorizando materiales responsables con el medio ambiente, fomentando el desarrollo social y cultural a través del trabajo colaborativo con artesanos y comunidades
3. Posicionar la marca en el segmento premium consciente, construyendo una identidad sólida y diferenciada en el mercado nacional e internacional.

1.4 Valores Corporativos

¹ Carlos Villegas Profesional de apoyo a la Unidad de emprendimiento I.U.P.B

En Innato, los valores corporativos son la base que sostiene cada decisión, creación y relación. Reflejan una filosofía donde la moda se entiende como un acto de respeto y conexión: con la naturaleza, con las personas y con el tiempo. La marca busca trascender lo superficial para construir una cultura empresarial guiada por la conciencia, la autenticidad y la colaboración, donde lo premium se redefine desde lo ético y lo emocional. Estos principios no solo orientan su manera de crear, sino también la forma en que desea transformar su entorno y dejar huella a través de cada experiencia.

1. Respeto por la naturaleza
2. Valor por el trabajo humano
3. Autenticidad
4. Elegancia consciente
5. Colaboración y comunidad
6. Permanencia y significado

2. Módulo de Mercados

2.1 Justificación o Planteamiento del problema.

La motivación detrás de este proyecto surge de observar una situación problemática que está creciendo en el mercado de moda premium: un número considerable de mujeres está desarrollando reacciones alérgicas y problemas de piel relacionados con los vestidos de baño que compran de marcas prestigiosas. Esta realidad ha llamado especialmente la atención porque afecta principalmente a mujeres colombianas entre 25 y 35 años, un segmento que no solo invierte en productos exclusivos, sino que también valora mucho su bienestar personal y del medio ambiente.

La industria del *resortwear* de alta gama ha construido su reputación creando diseños impresionantes y únicos, apoyándose en materiales como poliéster, nylon y elastano por sus características técnicas superiores. Estos materiales pasan por múltiples etapas de procesamiento donde se aplican colorantes industriales, agentes químicos para suavizado y tratamientos especializados que les otorgan las propiedades finales deseadas.

El inconveniente radica en que estos procesos químicos, aunque efectivos para lograr las características del producto, pueden provocar irritaciones cutáneas importantes cuando entran en contacto prolongado con la piel, especialmente en condiciones de humedad y calor típicas del uso de estas prendas. He documentado casos donde mujeres han desarrollado desde irritaciones menores hasta cuadros de dermatitis que requieren intervención médica, lo cual obviamente afecta su relación con la marca y su disposición a seguir comprando estos productos.

Un aspecto que considero relevante es la evolución del comportamiento del consumidor de moda premium. Estas clientas han desarrollado un nivel de exigencia que va mucho más allá de la apariencia del producto. Investigan activamente sobre materiales, cuestionan los procesos productivos y evalúan tanto el impacto en su salud personal como las implicaciones ambientales de sus compras. Buscan productos que les permitan sentirse seguras y cómodas, no únicamente lucir bien.

Paradójicamente, cuando estas consumidoras buscan alternativas de vestidos de baño fabricados con materiales hipoalergénicos en el segmento premium, se encuentran con una oferta extremadamente limitada. Las opciones disponibles se concentran principalmente en el mercado masivo, careciendo del nivel de diseño, calidad constructiva y exclusividad que caracteriza sus expectativas de compra. Esta brecha entre demanda y oferta representa una oportunidad comercial significativa.

2.2 Antecedentes del problema.

La última década, la industria textil ha experimentado una transformación significativa, impulsada por la creciente demanda de productos que no solo sean estéticamente atractivos, sino también sostenibles y respetuosos con la salud del consumidor. En este contexto, los vestidos de baño premium han incorporado textiles hipoalergénicos, resultado de innovaciones tecnológicas que buscan ofrecer prendas que minimicen las reacciones alérgicas y maximicen el confort. La sostenibilidad se ha convertido en un pilar fundamental en la moda de playa. Materiales como el Piñatex, derivado de fibras de hoja de piña, ofrecen una alternativa vegana y biodegradable al cuero, siendo adecuados para personas con piel sensible. (Obryon, 2022) Asimismo, el uso de fibras de café molido reciclado en textiles proporciona propiedades anti olor y de secado rápido (Tanasa, 2023). Empresas como HeiQ han desarrollado tecnologías como *HeiQ Allergen Tech*, un acabado textil biobasado que reduce los alérgenos inanimados y puede aplicarse fácilmente durante el proceso de fabricación (HeiQ Materials AG, 2023).

La convergencia de la biotecnología y la nanotecnología ha dado lugar a textiles capaces de monitorear signos vitales y detectar agentes patógenos (Zhao, 2024). Estos avances permiten la creación de prendas que no solo protegen la piel, sino que también ofrecen funciones adicionales de salud y bienestar (Peng, 2020). Investigaciones recientes han explorado textiles que se adaptan a las condiciones ambientales y al cuerpo humano. Por ejemplo, el sistema ExoFabric utiliza hilos termoplásticos integrados mediante bordado computarizado, permitiendo la creación de prendas personalizadas que se ajustan a las necesidades del usuario (Lin, 2025) (Zühlke, 2023) desarrollaron sensores textiles semi elásticos para el monitoreo de contacto, mientras que (Oikonomou, 2021) trabajaron en acondicionadores textiles eco-amigables. Estos avances se suman a las investigaciones de (Ergoktas, 2020), quienes exploraron textiles adaptativos con grafeno.

El uso de materiales reciclados ha ganado popularidad en la industria de la moda. Por ejemplo, la marca Vitamin A lanzó una colección de trajes de baño fabricados con un nuevo tejido 100% reciclado desarrollado por Hyosung y Hung Yen Knitting & Dyeing (Vitamin A, 2024) Este tejido combina nylon regenerado de redes de pesca desechadas y spandex reciclado, ofreciendo una opción sostenible sin comprometer el rendimiento (WTiN, 2024). Además, marcas como Patagonia y Speedo han adoptado materiales como ECONYL, un nylon regenerado a partir de residuos plásticos

(Patagonia, 2023), (textiles Panamericanos, 2024) analiza las pruebas de biocompatibilidad aplicadas a estos materiales, mientras que (Innova, 2023) presentó una colección con contenido reciclado para trajes de baño. Además, la revisión de (Cui, 2021) sobre textiles funcionales destaca la importancia de integrar tecnologías sin comprometer la comodidad. (Martínez, 2023) destacan la aplicación de microcápsulas con ingredientes naturales, como aloe vera o caléndula, en textiles para mejorar la experiencia sensorial y dermatológica del usuario. (Kwon, 2023) investigaron tintes orgánicos derivados de algas y frutas, reduciendo la carga química sobre la piel. Por su parte, (BioCouture, 2024) desarrolló biotextiles a base de celulosa bacteriana para personas con sensibilidad cutánea extrema. En el ámbito académico, (Rodríguez, 2022) demostraron cómo los textiles inteligentes pueden aportar bienestar emocional mediante propiedades térmicas regulables. En esta línea, (Figuroa, 2024) diseñó tejidos biomiméticos que reaccionan al entorno, ideales para prendas con enfoque médico-preventivo. Finalmente, (Delgado, 2023) estudió acabados con enzimas naturales, compatibles con pieles atópicas y de bajo impacto ambiental.

El periodo 2020–2025 ha sido testigo de avances significativos en la integración de tecnologías en textiles hipoalergénicos para vestidos de baño premium. Se espera que esta tendencia continúe, con una mayor personalización de las prendas, integración de tecnologías inteligentes y uso de materiales sostenibles. A futuro, es probable que veamos prendas que no solo se adapten al cuerpo y al entorno, sino que también monitorean la salud del usuario. El uso de sensores biofísicos, fibras orgánicas tratadas con soluciones naturales y la fabricación personalizada mediante IA textil podrían definir el futuro inmediato del diseño textil aplicado al mercado premium consciente. Los próximos desarrollos estarán orientados a la creación de textiles inteligentes de cuarta generación, capaces de actuar de forma preventiva ante reacciones cutáneas, medir niveles de humedad o pH, e incluso ajustar su composición según las condiciones ambientales. Las prendas de baño de lujo dejarán de ser únicamente objetos de diseño estético para convertirse en plataformas funcionales de monitoreo corporal y bienestar, lo que implica una fusión definitiva entre la industria textil, la ciencia de los materiales y la salud pública. Así, el diseño de moda no solo responderá a criterios estéticos, sino también a parámetros biomédicos, marcando el inicio de una nueva era en la indumentaria especializada.

2.3 Análisis del Sector

El sector de la moda en Colombia ha crecido de manera significativa en los últimos años, consolidándose como un componente esencial dentro de la economía creativa. Las propuestas que integran diseño consciente, trabajo artesanal y marcas premium sostenibles se han convertido en una de las principales tendencias del mercado nacional. Este movimiento ha impulsado a muchas marcas a replantear sus procesos productivos, valorando lo hecho a mano como símbolo de exclusividad, identidad y conexión con la naturaleza.

En este escenario, ha aumentado el número de proyectos que incorporan técnicas tradicionales como el crochet, tintes naturales y procesos de bajo impacto ambiental. Estas prácticas demuestran que el verdadero mercado premium no está en la cantidad, sino en la historia y la intención detrás de cada prenda. El diseño colombiano se ha distinguido precisamente por su autenticidad, su raíz cultural y su capacidad para equilibrar lo ancestral con lo contemporáneo, un rasgo que lo diferencia en el panorama internacional.

De acuerdo con los registros de ProColombia y Inexmoda, el comportamiento del sector ha mostrado una recuperación constante, impulsada por el crecimiento de las exportaciones de moda, textiles y confecciones, así como por la consolidación de marcas que trabajan bajo valores de sostenibilidad, innovación y producción ética. Este dinamismo también refleja el creciente interés global por piezas únicas y colecciones con significado, en las que cada detalle cuenta una historia.

El reconocimiento internacional de la moda colombiana se ha hecho visible en eventos como *Miami Swim Week*, *SwimShow* y *Colombiamoda*, donde el trabajo artesanal del país ha sido destacado por su sofisticación natural y su compromiso ambiental. Marcas nacionales han logrado posicionarse por su enfoque humano y por reinterpretar el mercado premium desde la sostenibilidad.

Asimismo, iniciativas como Casa Colombiamoda, lideradas por Inexmoda, han abierto espacios para que diseñadores emergentes y consolidados participen en plataformas globales donde se valora la narrativa detrás de cada pieza: una fusión entre técnica, sostenibilidad y raíz latinoamericana. Por su parte, observatorios de tendencias como *Future Snoop* han identificado una dirección clara hacia lo emocional y sensorial, donde las prendas buscan reconectar al cuerpo con la naturaleza y rescatar oficios tradicionales para construir una identidad más consciente y duradera.

A futuro, se espera que el sector avance hacia modelos más sostenibles, digitales y colaborativos. En el corto plazo, se fortalecerá la relación entre diseñadores, artesanos y consumidores mediante herramientas tecnológicas; a mediano plazo, aumentará la participación de marcas colombianas en ferias internacionales; y a largo plazo, el país podría consolidarse como un referente mundial en moda artesanal premium, basada en la sostenibilidad y el valor del trabajo humano.

En síntesis, la moda colombiana está construyendo un lenguaje propio que respeta los recursos naturales, celebra la artesanía y redefine el concepto premium desde la honestidad y el propósito. Este es precisamente el camino que sigue Innato, una marca que entiende que cada textura, forma y detalle nace de la intención de crear belleza con sentido.

2.4 Análisis del Mercado

El mercado de la moda en Colombia, según Inexmoda ha mostrado un crecimiento constante durante los últimos años, con un tamaño estimado de 32,11 billones de pesos en 2023, consolidándose como uno de los sectores más dinámicos de la economía

creativa. Dentro de este panorama, ha surgido un consumidor más exigente que busca marcas con propósito, autenticidad y prácticas sostenibles. En este contexto, las propuestas que integran un mercado premium consciente, artesanía y sostenibilidad como la que representa Innato ganan relevancia y valor diferencial tanto en el mercado nacional como internacional

La moda colombiana ha ganado cada vez más reconocimiento internacional gracias a su calidad, diseño y fuerte conexión cultural. Esta proyección se evidencia en su participación en ferias especializadas como *Miami Swim Week*, *SwimShow* y *SOURCING at MAGIC*, donde diversas marcas del país han sido destacadas por su innovación y por la manera en que integran técnicas artesanales con el diseño contemporáneo. Según información divulgada por ProColombia y las bases de datos de los eventos internacionales, el crecimiento de la presencia colombiana en estas plataformas demuestra el posicionamiento del país como un referente de moda sostenible y creativa en América Latina.

El mercado objetivo de este tipo de propuestas se compone principalmente de mujeres entre los 25 y 45 años, con poder adquisitivo medio-alto o alto, que valoran la autenticidad, el origen de las piezas y el respeto por el entorno. Estas consumidoras no compran únicamente un producto, sino una experiencia emocional y estética alineada con sus valores personales. En Colombia, el principal público consumidor se concentra en ciudades como Bogotá, Medellín y Cartagena, donde existe una alta demanda por productos de moda de autor y propuestas sostenibles. A nivel internacional, los destinos más frecuentes de exportación para las marcas colombianas son Estados Unidos especialmente Miami, México, Perú, España y el Reino Unido, países que, según informes de ProColombia y publicaciones de *Forbes*, han mostrado un interés creciente por el diseño latinoamericano con enfoque sostenible y producción responsable.

El nicho de lujo artesanal o “lujo consciente” representa entre el 1 % y el 3 % del mercado total de la moda en Colombia, con un valor estimado que oscila entre 321.000 y 963.000 millones de pesos anuales, según información publicada por Inexmoda en sus más recientes estudios sectoriales. Aunque se trata de un segmento reducido, presenta un alto potencial de crecimiento, proyectado entre el 3 % y el 7 % anual, impulsado por la demanda internacional de productos con historia, transparencia y procesos responsables, de acuerdo con análisis de *The Business of Fashion*. En cuanto al consumo nacional, se reporta que el gasto promedio en moda en Colombia equivale aproximadamente a 628.000 pesos por persona al año, siendo considerablemente mayor en el segmento premium, especialmente entre consumidores de las principales ciudades del país. Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2025) durante el año 2024, las exportaciones colombianas de confecciones alcanzaron aproximadamente USD 510,4 millones FOB, destinando cerca del 41 % al mercado estadounidense, según los datos disponibles en la base estadística de Analdex. Este resultado evidencia el creciente potencial de internacionalización de las marcas nacionales. A ello se suma la participación activa de diseñadores y empresas del país en ferias internacionales especializadas como *Colombiamoda*, *Future Snoop* y *SwimShow*, reconocidas por ProColombia como espacios clave para fortalecer la presencia del diseño colombiano y generar alianzas con distribuidores y compradores globales. Este dinamismo demuestra que la moda en Colombia ha evolucionado de ser un sector

manufacturero a consolidarse como un campo estratégico y culturalmente influyente, caracterizado por su identidad artesanal y su compromiso con la sostenibilidad. En este contexto, Innato se inserta en un nicho que valora la conexión entre lo natural, lo emocional y lo estético. Su propuesta no solo responde a las tendencias actuales del mercado, sino que también se anticipa a una transformación más profunda en la forma de consumir moda: un modelo basado en el respeto por el entorno, la valoración del trabajo artesanal y la búsqueda de experiencias significativas. La combinación entre diseño, sostenibilidad y autenticidad permite proyectar a Innato como una marca con potencial de expansión local e internacional, coherente con la evolución de un sector que, cada vez más, asocia el lujo con la conciencia y la sensibilidad cultural.

2.5 Análisis de la Competencia

Dentro del sector de la moda consciente y artesanal en Colombia, Innato se encuentra en un entorno competitivo donde destacan marcas como **Entreaguas**, **Barú Swimwear**, **Punta Mar**, **Alika Swimwear** y **Mar Mara**, todas con un enfoque ligado a la sostenibilidad, el arte y el valor de lo hecho a mano.

Entreaguas es una de las marcas más consolidadas del país. Su propuesta combina arte, artesanía y sostenibilidad, con una fuerte presencia internacional en ferias como **Miami Swim Week** y colaboraciones con revistas de moda. Cuenta con talleres propios, procesos innovadores y un alto nivel técnico. Su comunicación se basa en redes sociales, campañas visuales y ferias internacionales, dirigidas a mujeres que buscan autenticidad y exclusividad. Su rango de precios está entre los Aproximadamente **COP \$123.000 a \$449.000** para bikinis/set de baño vistos en su web.

<https://entreaguas.com/?srsltid=AfmBOoo49fz55aB8plWkIbkViENR7X3JY6YBFC6elYnCIH8QmiFtYZjN>

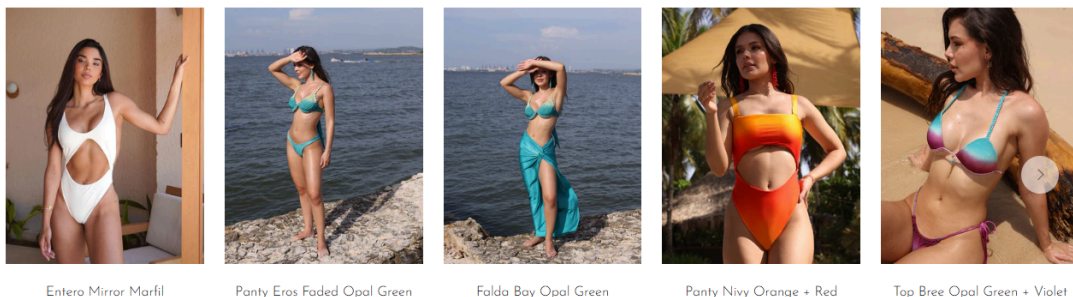


Figura 1: página web Entreaguas

Fuente:

<https://entreaguas.com/?srsltid=AfmBOoo49fz55aB8plWkIbkViENR7X3JY6YBFC6elYnCIH8QmiFtYZjN>

Barú Swimwear se enfoca en la inclusión social y la producción artesanal. Sus prendas son elaboradas por comunidades de mujeres en Colombia, integrando responsabilidad social y ambiental. Tiene tiendas en Medellín y Bogotá, además de su e-commerce. Su comunicación es cercana, emocional y visual, con presencia en redes sociales y colaboraciones con causas sociales. Su rango de precios está entre aproximadamente **COP \$150.000 a \$299.999** para bikinis/ sets.



Figura 2: página web marca Barú

Fuente:

https://baru-swimwear.com/?srsltid=AfmBOoqbbf-Idb169GvJVdqHGTISMHudj_s-i7lzi_-NwYguCmHaTmtB

Punta Mar combina sostenibilidad y estilo contemporáneo. Utiliza materiales reciclados y procesos responsables, con presencia en *showrooms*, tiendas multimarca y ferias de diseño. Exporta principalmente a Estados Unidos y Europa, lo que demuestra su capacidad técnica y visión internacional. Su rango de precios está entre aproximadamente **COP \$310.994 a \$855.471** para bikinis/ sets.

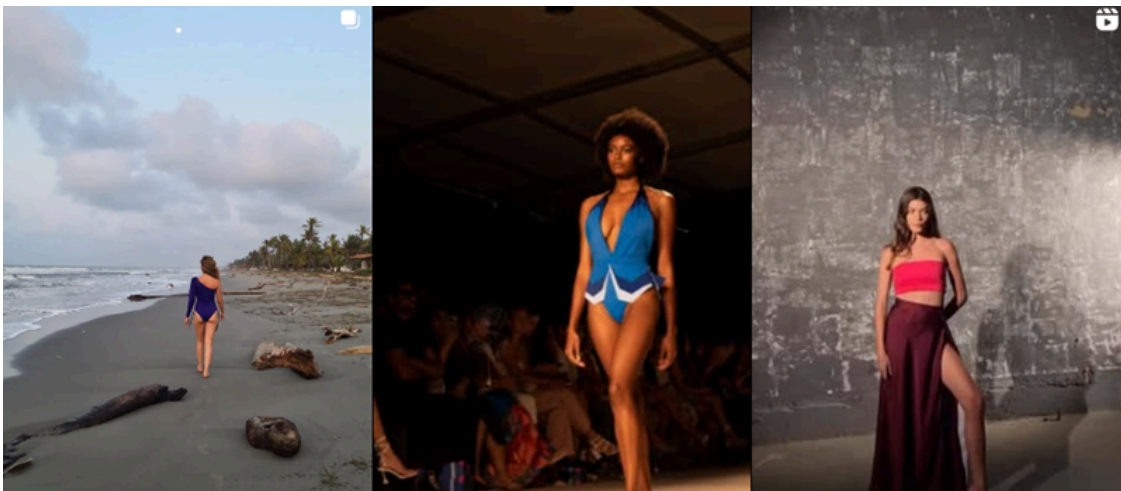


Figura 3: Instagram marca Punta Mar

Fuente: <https://www.instagram.com/puntamarooficial/>

Alika Swimwear trabaja desde un enfoque más artesanal y cultural, inspirándose en las técnicas Wayuu y en los tejidos tradicionales. Su producción es pequeña, enfocada en ferias locales y ventas digitales, manteniendo una conexión directa entre la marca y la artesanía colombiana. Su rango de precios está entre aproximadamente **COP \$100.000 a \$300.000** para bikinis/ sets.

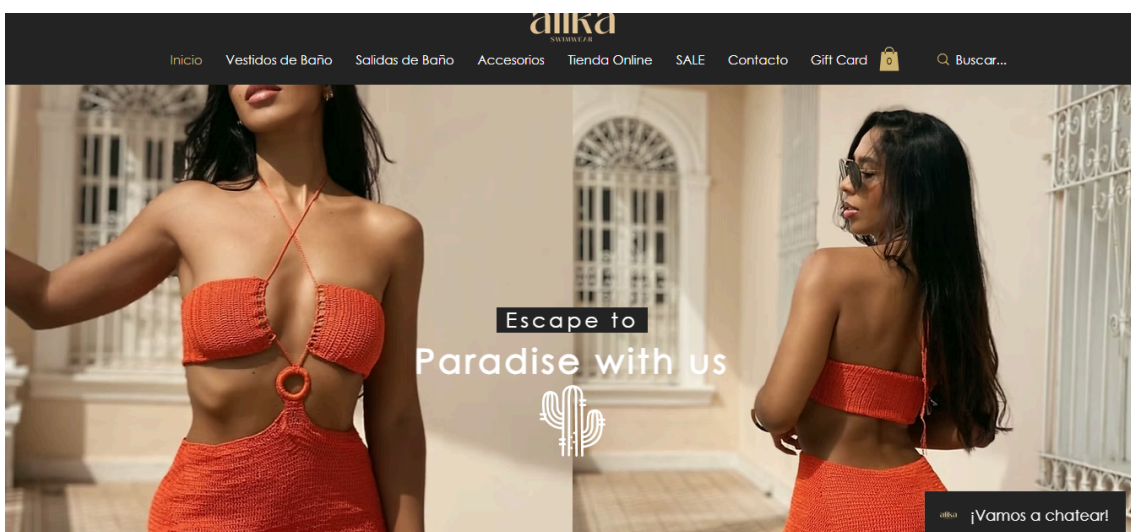


Figura 4: página web Alika Swimwear

Fuente: <https://www.alikaswimwear.com/>

3. Estrategias de Mercado

3.1 Concepto del Producto o Servicio:

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

3.1.1 Descripción básica

Surge de la necesidad de honrar lo natural, lo emocional y lo eterno, sin perder la elegancia. Desde ahí nace una experiencia que invita a detenerse, a habitar lo auténtico y a conectar con la esencia de la vida, como cuando el mar envuelve y recuerda quiénes somos. Lo que busca es que cada persona se sienta bien consigo misma, que encuentre en esta experiencia calma y fuerza al mismo tiempo, que se reconozca poderosa y en armonía. Su propósito es inspirar una forma distinta de vivir, en la que cada detalle tenga sentido y respete lo que nos rodea. Una experiencia que une lo íntimo con lo sofisticado, lo simple con lo profundo, y que conecta a las personas con algo que va más allá de lo visible.



Moodboard referencia estilo visual de Innato.

3.1.2 Especificaciones o características

Mujeres entre 25 y 35 años.

Son mujeres que buscan sentirse auténticas y cómodas en su propia piel. Valoran la estética natural, la calidad y los detalles hechos con intención. Prefieren piezas versátiles que puedan acompañarlas en distintos momentos: una tarde en la playa, un viaje con amigas, una fiesta en el yate o un día de descanso frente al mar.

Cuidan su piel, se interesan por lo que hay detrás de cada prenda y eligen marcas que reflejen conciencia, belleza y propósito. Tienen un nivel económico medio-alto o alto, viajan con frecuencia y disfrutan invertir en productos que las representen más allá de la tendencia.

Early Adopters (primeras clientas)

Son mujeres jóvenes de ciudades como **Medellín, Bogotá, Cartagena y Barranquilla**, que conectan profundamente con la estética contemporánea y artesanal. Siguen marcas emergentes en redes sociales, descubren nuevas propuestas antes que los demás y se sienten atraídas por aquello que combina diseño, identidad y autenticidad.

Valoran lo hecho en Colombia, lo artesanal y lo sostenible. Les gusta usar piezas únicas, diferentes, con historia, que las hagan sentir parte de algo más grande: una forma de vivir el mar, la belleza y la libertad.

Segmentación del cliente Innato

Formación, vivencias y experiencias:

Ha crecido en entornos donde la conexión con la naturaleza, la familia y los viajes ha moldeado su forma de ver el mundo. Se inspira en la cultura, los estudios y las experiencias sensoriales que despiertan su creatividad. Aprecia la diversidad, la calma y los lugares que le permiten reconectar con su esencia.

Actividades:

Trabaja o se desenvuelve en profesiones creativas, culturales o de bienestar. En su tiempo libre busca actividades que la conecten con lo que ama: viajar, conocer nuevos paisajes, practicar yoga, disfrutar el arte o compartir experiencias con personas afines. Su estilo de vida mezcla lo activo con lo contemplativo.

Relaciones:

Se rodea de personas con sensibilidad estética y emocional. Valora la cercanía, el apoyo mutuo y las relaciones honestas. Sus vínculos son fuente de inspiración y crecimiento; disfruta compartir momentos simples pero significativos con familia, amigos o pareja.

Actitud:

Su forma de ser refleja equilibrio, calma y autoconfianza. Tiene una mirada consciente hacia el consumo y hacia sí misma. Se expresa desde la sutileza, aprecia lo natural y prefiere lo atemporal sobre lo efímero. Su gusto revela sensibilidad, autenticidad y una conexión emocional con lo que usa.

Espacios:

Vive entre el movimiento de la ciudad y la tranquilidad de los espacios naturales. Su hogar refleja su personalidad: luz, armonía y objetos con historia. Le gusta pasar tiempo en lugares que despiertan sus sentidos: una playa al atardecer, un café tranquilo, una galería o un espacio frente al mar donde el tiempo parece detenerse.



Moodboard visual del consumidor.

3.1.3 Para qué se usa el producto o servicio

pertenece al universo de vestuario *resort*, un segmento de la moda que se ubica entre el *ready-to-wear* y el *beachwear*, enfocado en prendas versátiles que acompañan momentos de descanso, viajes y ocio sin perder elegancia ni funcionalidad.

El *resortwear* se caracteriza por ofrecer piezas ligeras, cómodas y refinadas, pensadas para climas cálidos y para transitar con naturalidad entre espacios informales y ocasiones más sofisticadas. No se limita a la playa, sino que abarca todo un estilo de vida que une lo natural con lo contemporáneo.

En este contexto, los productos de Innato se diseñan para acompañar al usuario en distintas experiencias, desde un día bajo el sol hasta una reunión social o una cena al aire libre. Sus materiales sostenibles, procesos conscientes y acabados artesanales reflejan una visión de la moda que valora la permanencia y la conexión con el entorno.

El uso del producto va más allá de lo estético: busca vestir el bienestar, ofreciendo prendas que se adaptan a múltiples escenarios del día a día y promueven una relación más respetuosa con la naturaleza y con la propia identidad. Así, Innato se consolida dentro del universo *resort* como una marca que combina lo premium consciente, atemporalidad y sensibilidad artesanal, pensada para quienes encuentran en el vestir una extensión de su forma de vivir.

3.1.4 Diseño

Las prendas de Innato están pensadas para clima caliente, especialmente para playa y entorno *resort*, donde se necesita comodidad, frescura y estilo. No se usarán estampados llamativos; el foco está en la elegancia que surge de lo artesanal y del detalle manual, como el *crochet* y los calados tejidos a manos. Se emplearán procesos manuales visibles, costuras cuidadas y acabados que reflejen trabajo hecho a mano, para transmitir autenticidad y valor.

En términos de siluetas, las prendas permiten movimiento, ventilación y caídas suaves; los cortes serán relajados pero con línea. Se explorarán detalles como *crochet* sobre base elástica, bordados simples, ribetes o transparencias ligeras entre tejidos, todo para generar textura sin depender de estampados.



Body, con trenzas 3D.



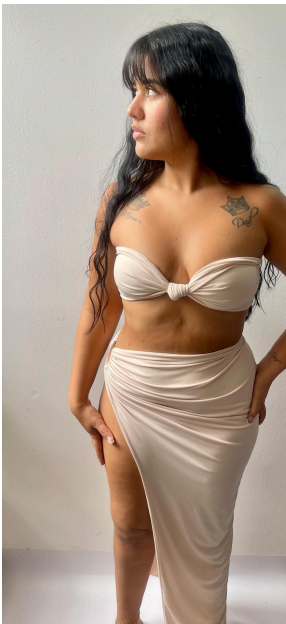
Vestido de baño de dos piezas.



Top con brasier de copas.



Vestido de baño tejido, con hombreras tejidas.



Set de dos piezas (falda y top).



Buso de maya.



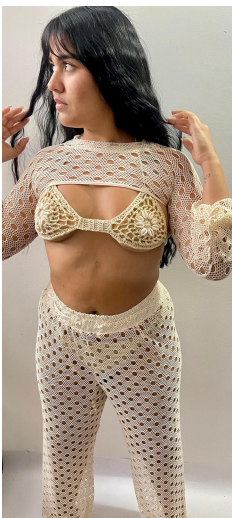
Vestido con recogido a un lado.



Camiseta maya.



Top tejido en crochet.



Set tejido dos piezas (pantalón, buzo)

3.1.5 Calidad

En Innato se asegura que cada prenda cumpla con estándares altos de calidad, aptos para clima caliente, uso frecuente y sensibilidad de la piel. Se usarán telas con certificaciones reconocidas como OEKO-TEX Standard 100 y GRS, que garantizan que los materiales están libres de sustancias tóxicas y se producen bajo procesos responsables con el medio ambiente (*Ui Swim*, s.f.; *Swimwear Anywhere*, s.f.). Se evitarán estampados fuertes; en cambio, se dará prioridad a acabados y texturas hechas a mano, como crochet o calados manuales, para ofrecer elegancia natural.

Además, se seleccionarán tejidos que resisten la exposición al sol, al agua salada o clorada, evitando que los colores se decoloren rápidamente. Proveedores de telas han desarrollado mezclas recicladas con resistencia al cloro moderada y protección UV (Yitai Knitting, 2025), asegurando que la prenda mantenga su apariencia y forma después de varios usos. También se garantiza que los materiales sean amigables con la piel: hipoalergénicos, sin látex agresivo o químicos irritantes, favoreciendo tintes de bajo impacto ambiental.

3.1.6 Empaque

Los empaques de Innato reflejan la esencia consciente y artesanal de la marca. Las prendas se entregarán en tulas elaboradas en yute natural, un material resistente, biodegradable y reutilizable, pensado para tener una segunda vida como bolsa de uso diario o de viaje. Estas tulas conservan la estética cálida y orgánica que caracteriza a la marca, y su textura natural dialoga con el universo del crochet y lo hecho a mano.

Además, se utilizarán cajas fabricadas con cartón reciclado y materiales certificados, resistentes y con acabados elegantes que mantengan el concepto de lujo sostenible. Se busca que los empaques no solo protejan la prenda, sino que transmitan los valores de Innato: respeto por la naturaleza, cuidado en los detalles y compromiso con prácticas responsables.

De esta manera, cada empaque se convierte en una extensión del mensaje de la marca: la belleza también está en cuidar lo que permanece.



Figura 5: foto de referencia de empaque hecho de yute

Fuente: <https://ar.pinterest.com/pin/51439620738759156/>



Figura 6: foto de referencia de empaque hecho de yute

Fuente: <https://ar.pinterest.com/pin/844493674510790/>



Figura 7: foto de referencia de empaque tipo caja

Fuente: <https://ar.pinterest.com/pin/405957353929134113/>

3.1.7 Embalaje

El embalaje para exportar prendas de vestir desde Colombia debe cumplir con los requisitos de protección del producto y con las regulaciones internacionales vigentes. En el caso de Innato, que trabaja bajo principios de responsabilidad ambiental y lujo consciente, el empaque busca equilibrar la estética con la funcionalidad. Las prendas se empaquetan en bolsas reutilizables de yute o en cajas de cartón reciclado certificadas, con el objetivo de proteger las piezas y minimizar el impacto ambiental.

Durante la exportación, los envíos deben ajustarse a normas nacionales que exigen que todo empaque esté rotulado con información como el nombre del exportador, país de origen, tipo de mercadería y otras especificaciones de manejo. Por otra parte, cuando se utilizan embalajes de madera —por ejemplo, palets o estibas— estos deben cumplir con la norma internacional para materiales de este tipo: la Norma Internacional de Medidas Fitosanitarias N.º 15 (NIMF-15), regulada en Colombia por el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA). Dado que Innato opta por materiales textiles reciclables en sus empaques, el uso de madera no es necesario, lo que simplifica el proceso logístico al eliminar la necesidad de tratamientos fitosanitarios especiales.

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

Innato se destaca dentro del sector de la moda resort y consciente en Colombia por su enfoque emocional, artesanal y sostenible. Frente a otras marcas, que han logrado consolidarse internacionalmente, Innato se diferencia por su narrativa más íntima, centrada en la conexión entre el ser humano, el entorno natural y el bienestar interior.

Entre las fortalezas más representativas de Innato se encuentra su identidad conceptual sólida, que combina artesanía, sostenibilidad y elegancia emocional, ofreciendo prendas que no solo visten, sino que cuentan una historia. Su uso del crochet como lenguaje artesanal contemporáneo le otorga un valor diferencial en el mercado, resaltando técnicas tradicionales con una visión moderna. Además, su compromiso ambiental y social a través del uso de materiales sostenibles, procesos de teñido responsable y pago justo a los artesanos fortalece su coherencia con las nuevas tendencias globales del consumo consciente.

Otra fortaleza clave es su potencial de conexión emocional con el consumidor, especialmente con mujeres jóvenes y adultas que buscan prendas con propósito, duraderas y versátiles, que puedan acompañarlas en diferentes momentos de su vida y no solo en la playa. Este enfoque convierte a Innato en una marca con un posicionamiento aspiracional, pero accesible a nivel emocional, lo que amplía su alcance dentro del mercado de lujo sostenible.

Sin embargo, Innato también enfrenta algunas debilidades en comparación con marcas consolidadas. Una de ellas es su reciente ingreso al mercado, lo que implica menor reconocimiento internacional y un posicionamiento digital en proceso de construcción. Asimismo, al trabajar con procesos manuales y materiales sostenibles, la capacidad de producción puede ser limitada frente a empresas que cuentan con infraestructura industrial o alianzas globales. Esta característica, aunque refuerza la autenticidad del producto, puede representar un desafío para responder a una demanda creciente o para expandirse rápidamente a nuevos mercados.

3.1.9 Materia prima que utiliza en el producto:

1. Trapillo (tira textil reciclada para crochet) mezcla de algodón reciclado y fibras elásticas (poliéster o elastano). Se presenta en ovillos o rollos de distintos grosores. Es resistente, elástico y suave al tacto, ideal para tejidos artesanales. Material sostenible que reutiliza excedentes textiles, compatible con teñidos ecológicos y amable con la piel.

- **Dónde se consigue en Medellín:** Trapillo Colombia, Trapillo Paisa, Pao Trapillo, tiendas como Lámina y vendedores locales que venden ovillos por kilo/500 g. Precios que aparecen en comercios locales: desde \$4.250 COP la unidad (ovillo pequeño) hasta \$18.700 COP por ovillo grande/200-300 m dependiendo composición y grosor. También se compra jersey tubular (ancho industrial), se lleva cortar en tiras o usa cortadora para convertir rollos a tiras continuas; las tiras se enroscan a ovillos o se venden en bobinas.
- **Dónde conseguir rollos:** textileras y mayoristas en Medellín/área metropolitana: Poljean (proveedores de telas en Medellín), TMH Telares Medellín, La Sierra SAS (textiles eco), Natuh Textil (telas sostenibles, Medellín), Fabricato / Poveda Textil para acabados especiales o fibras técnicas. Estas empresas venden rollos y tejidos por metro/rollo. Trapillo Colombia, Trapillo Paisa, Pao Trapillo venden trapillo reciclado o fabricado en diferentes grosores, con venta al por mayor y envíos.

- **Tintorerías / acabados:** para teñidos responsables (bajo impacto), buscar tintorerías que trabajan con procesos certificados o que acepten colorantes de baja toxicidad y pruebas de sol/cloro. En Medellín y Antioquia hay tintorerías industriales y empresas de acabados; se deben pedir certificaciones OEKO-TEX/ensayos de sol y cloro antes de producción en lote. Se piden pruebas AATCC para sol y lavado. Ejemplo: talleres de acabado y tintorería industrial poljean.

2. Nylon (polyamide) + Elastano (Lycra / Spandex) — tejido de punto para swimwear: mezcla clásica para trajes de baño: elasticidad, “segunda piel”, buena recuperación y tacto suave (amigable con la piel). Econyl tiene versión regenerada que es sostenible ya que es nylon reciclado.

- **Dónde conseguir en Medellín / Colombia:** Lafayette (catálogo de telas recicladas y línea swim), Encajes S.A. (colección específica para vestidos de baño), TMH Telares (licra nylon). no todas las textileras publican precios por metro; en catálogos de venta al por mayor las telas tipo “segunda piel” o poliéster/nylon reciclado pueden ubicarse aproximadamente entre **\$8.000 – \$25.000 COP por metro** según composición, certificaciones y ancho. (se debe pedir una cotización formal).

2) Poliéster reciclado + Elastano (Recycled polyester + Spandex “recycled swim knit”) alternativa sostenible al nylon; resistente, secado rápido, buena recuperación; opciones hechas con PET reciclado (botellas). Es cómoda en piel y más fácil de conseguir en versión reciclada certificada (GRS).

- **Dónde conseguir en Medellín:** Lafayette (línea “MAUI / CALIFORNIA / ORIÓN” recicladas para beachwear), Fabricato (líneas de punto y fibras recuperadas) similar al nylon/elastano; **\$8.000 – \$22.000 COP/metro** según calidad y certificación.

3) Tejidos “segunda piel” / microfibra (soft touch swim fabrics) tejido con acabado muy suave al tacto, pensado para contacto prolongado con la piel; minimiza irritaciones. Ideal para forros y piezas de cuerpo.

- **Dónde se consigue en Medellín:** Encajes S.A., Lafayette (catalogo de tejidos para swimwear). **\$10.000 – \$28.000 COP/metro** según composición y acabado.

4. Tejido con tratamiento de resistencia a cloro / XtraLife Lycra (para mayor durabilidad) elastómeros tratados para que la prenda soporte mejor agua clorada y sol; reduce decoloración y pérdida de elasticidad. recomendable para swimwear que se use en piscinas.

- **Dónde se consigui en Medellín:** pedir a proveedores como Encajes o Lafayette que ofrezcan referencias con Lycra XtraLife o especificaciones de resistencia al

cloro. en la pagina dice +10–30% sobre una licra estándar; se debe solicitar cotización.

3.2 Distribución:

3.2.1 Qué canal de distribución utilizará.

Innato utilizará un modelo de distribución mixto que combine venta directa y consignación, con el fin de mantener el control de la experiencia de marca y asegurar una relación cercana con el cliente.

- **Venta directa:** a través de los canales digitales propios de la marca, como el sitio web oficial y redes sociales (Instagram y TikTok), donde se gestionará la comunicación, promoción y atención personalizada.
- **Venta por consignación:** en tiendas multimarca seleccionadas y concept stores alineadas con la estética artesanal, sostenible y contemporánea de Innato. Esta modalidad permitirá aumentar la visibilidad de la marca en diferentes ciudades del país sin requerir un punto de venta propio inmediato.

3.2.2 Métodos de despacho y transporte.

Innato implementará un sistema logístico tercerizado mediante empresas especializadas en *Fulfillment* y transporte nacional, con base en Medellín. Este modelo permite optimizar la gestión de inventario, el empaque y la distribución de los productos hacia las principales ciudades del país.

Las compañías *Smooth Fulfillment* y *Aveonline* serán las principales opciones para manejar el almacenamiento y la preparación de los pedidos. Estos operadores integran servicios como recepción, clasificación, etiquetado, embalaje y despacho, asegurando que cada prenda conserve su calidad durante el proceso.

El sistema de inventario será completamente digitalizado y conectado con la plataforma de venta, lo que permitirá rastrear cada envío en tiempo real, controlar existencias y gestionar devoluciones de forma eficiente.

Para el transporte nacional, se emplearán rutas terrestres certificadas que garantizan seguridad y cobertura en ciudades principales como Bogotá, Cali, Cartagena, Barranquilla y Bucaramanga, con tiempos promedio de entrega entre 2 y 4 días hábiles, según la distancia. Los paquetes incluirán un seguro básico sobre el valor declarado del contenido y estarán protegidos con embalajes sostenibles, acordes con la filosofía ambiental de la marca.

3.2.3 Costos del transporte y seguros.

De acuerdo con las tarifas promedio de empresas logísticas con presencia en Medellín como Servientrega, Coordinadora y Envía, los costos de transporte nacional oscilan entre \$15.000 y \$20.000 COP por kilogramo, dependiendo del destino y del tipo de servicio (estándar o express).

En el caso de envíos masivos o despachos de colecciones completas, se pueden establecer convenios empresariales que reduzcan los costos por volumen en un 10% a 20%. Las tarifas incluyen el seguro obligatorio del envío (equivalente al 1% del valor declarado) y seguimiento digital en tiempo real.

Los tiempos de entrega varían según la región:

- Área Metropolitana de Medellín: 1 a 2 días hábiles.
- Bogotá y Cali: 2 a 3 días hábiles.
- Cartagena y Barranquilla: 3 a 4 días hábiles.
- Ciudades intermedias: hasta 5 días hábiles.

Estos métodos y costos garantizan una operación eficiente, confiable y coherente con los valores de sostenibilidad y excelencia que caracterizan a Innato.

3.2.4 Política de inventario de producto terminado.

Innato manejará su inventario de manera sistematizada a través de una empresa de logística especializada en servicios de *Fulfillment* en Medellín. Este tipo de compañías permiten optimizar los procesos de almacenamiento, control de existencias, preparación y despacho de pedidos, garantizando eficiencia y trazabilidad en toda la cadena operativa.

Empresas como *Smooth Fulfillment* y *Aveonline* ofrecen este tipo de servicios integrales en la ciudad. Según sus tarifas actuales, el almacenamiento tiene un costo aproximado de \$350 COP por ítem al mes, y el procesamiento (que incluye recepción, etiquetado, empaque y despacho) puede oscilar entre \$3.500 y \$4.000 COP por unidad despachada. En algunos casos, como en *Aveonline*, los planes de *Fulfillment* inician desde \$1.999 COP por artículo, incluyendo el embalaje básico y la preparación del envío (*Smooth e-commerce*, 2025; *Aveonline*, 2025).

El sistema de inventario se integrará digitalmente con la plataforma de ventas, permitiendo que cada producto esté registrado con su código, fotografía y descripción técnica. Este método facilitará la gestión de existencias y el seguimiento en tiempo real de la mercancía, reduciendo errores y optimizando tiempos de respuesta ante los pedidos.


3.3 Precios:

3.3.1 Análisis del precio con respecto a la competencia.

Realizando una revisión del mercado de trajes de baño y moda resort de lujo sostenible en Colombia, se observa que las marcas consolidadas mantienen precios elevados debido a su producción limitada, calidad premium y enfoque en el diseño artesanal. Por ejemplo, **Entreaguas** presenta precios entre **\$123.000 y \$449.000 COP**, mientras que **Barú Swimwear** oscila entre **\$150.000 y \$299.900 COP**. En el caso de **Punta Mar**, los precios internacionales se ubican entre **US \$80 y US \$220**, equivalentes a aproximadamente **\$330.000 – \$900.000 COP**, y **Alika Swimwear** ofrece piezas entre **\$100.000 y \$300.000 COP**.

Este rango evidencia que el mercado colombiano de moda de playa y resort premium se sitúa entre **\$100.000 y \$900.000 COP**, dependiendo del nivel de detalle artesanal, materiales y posicionamiento de marca. Con base en ello, **Innato** puede ubicarse dentro del segmento **premium medio-alto**, manteniendo un valor competitivo que refleje su propuesta diferenciadora: **artesanía contemporánea, sostenibilidad real y diseño exclusivo**. Más que competir por precio, Innato debe consolidar su identidad en torno al **valor percibido**, resaltando la historia, los materiales responsables y la narrativa estética que acompañan cada pieza.

3.3.2 Precio de lanzamiento

Listado de Prendas (Colección Innato)	Costo de Producción (COP)	Precio de Lanzamiento Sugerido (COP)	imagen de la prenda
Set Playero Crochet (Pantalón + Busito/Top)	\$185.000	\$481.000	




Capa de Macramé/Crochet con Flecos	\$140.000\$	\$378.000	
Vestido de Baño Entero Naranja (Tiras Trenzadas 3D)	\$105.000	\$273.000	
Vestido de Baño Entero Tejido (Crochet)	\$105.000	\$273.000	



Top Corto de Crochet Gueso (Flor 3D)	\$80.000	\$208.000	
Set Bikini Strapless y Falda Larga Nude	\$90.000	\$225.000	
Vestido playero	\$75.000	\$185.500	



Top Manga Larga Lycra Naranja (con Copa)	\$65.000	\$150.000	
Vestido de Baño 2 Piezas Naranja (Diseño Envolvente)	\$55.000	\$137.500	
Vestido de Baño Entero Rojo	\$50.000	\$120.000	

Vestido Corto de Malla	\$ 40.000	\$96.000	
Crop Top de Malla Nude (Manga Larga)	\$35.000	\$80.500	
Crop Top Malla Amarillo Pálido (Cuello V)	\$30.000	\$69.000	

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

A. Costos Fijos Mensuales (CF) - (Gastos de Operación)

Concepto	Detalle	Costo mensual
Plataforma Digital	Dominio (.co) \$60.000/año + Hosting (Plan Básico: \$300.000/año) +	\$40.000 + \$10.000 + \$120.000

	Mantenimiento (3 horas/mes: \$120.000)	
Marketing Digital	Creación y gestión de 3 meses de contenido UG (Valor mensual por Community Manager/freelance)	\$700.000
Servicios Profesionales	Paquete contable y legal básico para SAS (honorarios mínimos)	\$350.000
Cámara de Comercio (Matrícula)	Renovación anual de Matrícula Mercantil SAS (Activos < 63 SMMLV: Aprox. \$230.000/año)	\$19.167
Inventario (Almacenamiento)	\$350 COP/ítem * 13 ítems	\$4.550
Costo Total Mensual		Fijo \$1.203.717 COP

B. Costos Variables Unitarios (CV) - (Por Prenda Vendida)

Concepto	Detalle unitario
Costo de Producción (CP)	Promedio de Tela + Confección (Según tabla anterior: \$971.250 / 13 unidades)
Logística/ <i>Fulfillment</i>	Procesamiento, etiquetado y empaque por unidad despachada
Envío y Seguros (Promedio)	Transporte nacional promedio de \$17.500 COP + 1% del PVP promedio (\$2.280)
Costo promedio por unidad vendida	

Utilizaremos el **PVP Promedio** de la colección (**\$228.000 COP**) y los nuevos costos fijos.

PE: costos fijos

Precio de venta promedio-costo variable unitario promedio

Conclusión del PE: Innato necesita vender aproximadamente **10 prendas al mes**, generando ingresos de **\$2.119.220 COP**, para alcanzar el punto de equilibrio y cubrir todos sus costos de operación y producción.

3.3.4 Condiciones de pago

Condición	Detalle	Estrategia de Innato
Venta Web	Transacción inmediata. Se aceptan tarjetas de crédito/débito, PSE y opciones de BNPL (como Addi) integradas.	Pago 100% anticipado por el cliente.
Venta Multimarca (Futuro)	Pago a consignación o crédito después de la entrega de la mercancía.	Crédito a 30, 45 o 60 días . Se exige descuento por pronto pago si la tienda líquida antes.
Apartados/Preventas	Para Ediciones Limitadas.	50% de anticipo para asegurar la prenda y 50% al envío.

3.3.5 Impuesto a las ventas (a qué régimen pertenece la empresa).

Régimen Sugerido: Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), que permite optar por el Régimen Simple de Tributación (RST) si los ingresos no superan un límite anual.

Impuesto a las Ventas: La empresa debe cobrar el IVA (Impuesto al Valor Agregado), cuya tarifa general es del 19% sobre el precio de venta (sin incluir el IVA). El PVP que definimos es el precio final al público.

Impuesto de Industria y Comercio (ICA): Se consolida en el RST con una tarifa unificada, evitando trámites municipales.

3.3.6 Estrategias a utilizar frente a una guerra de precios.

- **Defensa del Valor (Storytelling):** Nunca bajar los precios base. En su lugar, el marketing debe comunicar intensamente el **valor del crochet, la sostenibilidad y la exclusividad del diseño** para justificar el precio premium.
- **Venta de Sets:** Promover la compra de sets (ej., Set Playero Crochet) con un **descuento marginal (5-10%)** en el paquete, protegiendo el precio unitario.
- **Gama Baja Estratégica:** Utilizar el **Crop Top Malla Amarillo (\$69.000 COP)** como un producto gancho o de "entrada de marca" que atrae a nuevos clientes sin devaluar las piezas de autor.

3.3.7 Método utilizado para la definición del precio.

Cálculo Base (Costo + Margen): Se establece un margen de contribución objetivo (130% al 165%) sobre el costo de producción, asegurando la rentabilidad.

Ajuste Estratégico (Valor Percibido): El precio final se ajusta para alinearse con los precios tope de la competencia de lujo (\$450.000 COP), comunicando el valor de la artesanía, la exclusividad y la sostenibilidad de la marca.

3.4 Promoción:

3.4.1 Descuentos por volumen o pronto pago.

Innato, como marca premium, debe evitar descuentos directos en precios base para no devaluar la percepción de su artesanía. Los descuentos se aplicarán estratégicamente en el contexto de **compra de valor** o **eficiencia en el flujo de caja**.

Contexto del descuento	Detalle de la aplicación	Porcentaje sugerido	Objetivo estratégico
Por Volumen (Venta Directa)	Venta de Sets o Bundles (ej. El Set Playero Crochet + Top Corto de Crochet Grueso).	5% a 10% sobre el valor total del paquete (no sobre la pieza individual).	Aumentar el valor promedio del carrito de compra y mover inventario combinado.
Por Pronto Pago (Multimarca)	Aplicable a tiendas o distribuidores que liquiden la factura en un plazo muy corto (ej. 10 días) en lugar de los 30/60 días estándar.	2% a 3% neto sobre el valor de la factura.	Acelerar el flujo de caja de Innato y reducir el riesgo de cartera.
Descuentos por Primera Compra	Oferta exclusiva para nuevos suscriptores de la página web	10% en la primera compra.	Inversión de la primera venta.

3.4.2 Manejo de clientes especiales

Los clientes especiales (*High-Value Clients*) son la base de la marca premium, ya que su tasa de recompra y su voz son esenciales. Innato los maneja bajo un sistema de **Club Exclusivo** basado en la lealtad.

Estrategia	Descripción de la aplicación	Beneficio para el Cliente Especial
Acceso Anticipado (Exclusividad)	Preventa privada a través de un link no publicado o	Les da la oportunidad de asegurar las piezas de

	contraseña, 48 horas antes del lanzamiento oficial de la colección.	edición limitada
Recompensas Personalizadas	Envíos que incluyen obsequios de productos que complementan su compra (ej. un objeto artesanal)	Refuerza la conexión emocional y los hace sentir valorados, no solo como un número.
Servicio Postventa Prioritario	Línea de atención dedicada y prioridad en los procesos de cambios o ajustes.	Garantiza una experiencia superior, coherente con el precio premium pagado.
Descuentos por Cumpleaños	Un código de 15% de descuento o un regalo en el mes de su cumpleaños.	Incentivo personal y motivo para una compra adicional anual.
Sunset Private Launch	Evento íntimo al atardecer para presentar cada nueva colección en espacios cálidos.	Acceso anticipado, exclusividad y vínculo emocional con la marca.
Rituales de bienestar (yoga, meditación)	Actividades suaves de bienestar en espacios naturales para presentar la colección de forma sensorial.	Experiencia significativa que integra calma, autocuidado y moda.

3.4.3 Costo de la promoción de lanzamiento

La promoción inicial de tres meses se centra en el canal digital y el marketing de influencia (UGC) lo cual ya fue detallado como costo fijo. (**Nota:** Este costo ya está incluido en los **Costos Fijos Mensuales** de \$1.2)43.717 COP utilizados para calcular el Punto de Equilibrio.

Concepto	Detalle del Gasto (Mensual)	Total (3 Meses)
Marketing Digital (CM + Campañas UGC)	Honorarios de Community Manager o freelance para gestión y creación de contenido estratégico y campañas pagadas.	\$700.000 COP
Plataforma Digital	Costos de Dominio,	\$170.000 COP

	Hosting y Mantenimiento Web para asegurar una experiencia de compra fluida.	
--	---	--

3.4.4 Descripción de la promoción para motivar la venta

La promoción de lanzamiento debe ser un evento que impulse la conversión, posicione la marca y honre el valor artesanal.

Nombre de la Campaña Colección Innato: La Primera Raíz: "El Set Completo: Sostenibilidad y Diseño"

Promoción Ofrecida: Descuento: 10% de descuento en la compra de cualquier set de dos o más piezas (ej. Bikini Top + Panties + Pantalón Playero Crochet).

Envío Gratuito Nacional: Para todas las compras superiores a \$250.000 COP.

Regalo de Valor: Las primeras 20 compras recibirán un **pañuelo artesanal o un tote bag de edición limitada** con un diseño exclusivo de la colección.

Duración Primera semana de lanzamiento (7 días).

Canales: Instagram, página web y WhatsApp.

Justificación del Valor: Esta promoción recompensa la compra de mayor valor (Sets) e impulsa las primeras ventas con un regalo que refuerza el valor artes

3.5 Comunicación y publicidad

3.5.1 Definir las estrategias de difusión del producto o servicio

Estrategia de Contenido	Enfoque de Marca	Aplicación Táctica
Narrativa de Autenticidad	El Crochet tiene Historia	La difusión se centrará en mostrar las manos de los artesanos y el proceso lento y deliberado de la confección, diferenciándose de la moda rápida.
Estrategia premium Digital	Premium consiente	Uso de fotografía y video de alta calidad que evoquen moods de viaje, bienestar y exclusividad. Se evita el contenido saturado o excesivamente comercial.
Colaboración Dirigida	Voz Genuina	En lugar de influencers masivos, se trabajará con micro-influencers y

		creadores de Contenido Generado por el Usuario (UGC) que realmente vivan un estilo de vida consciente y de nicho <i>resort</i> .
--	--	---

3.5.2 Medios y tácticas de comunicación a utilizar

Medio de comunicación	táctica clave	función estratégica
Instagram y TikTok	Reels de "Detrás de Cámaras" (Proceso) y Carruseles de Estilo	Generar una conexión emocional y mostrar la trazabilidad de la prenda (sostenibilidad), y crear aspiración (moods).
Página Web (E-commerce)	SEO (Optimización de Búsqueda)	Asegurar que Innato aparezca en búsquedas de alto valor como "moda resort premium", "trajes de baño artesanales", capturando tráfico de clientes listos para comprar.
Email marketing mediante lista VIP de clientes y posibles clientes.	Envío de newsletters seleccionados con preventas, lanzamientos exclusivos, contenido de estilo de vida y comunicaciones especiales de la marca.	Fidelizar a la cliente, mantener una conexión constante sin saturar, reforzar el sentido de exclusividad y aumentar la probabilidad de recompra.
Google Ads / Meta Ads	Segmentación de Audiencia Refinada	Inversión enfocada en audiencias específicas de alto poder adquisitivo, interesadas en marcas éticas y diseño colombiano. Se enfoca el gasto en las piezas de mayor margen.

3.5.3 Costos de la estrategia a utilizar

Concepto de Inversión	Detalle de la estrategia	Inversión mensual (COP)	Justificación según mercado / fuente
Talento y Gestión de Contenido	Pago a freelance o CM para implementar la estrategia narrativa y UGC.	\$700.000	Los honorarios promedio para CM o freelance de contenido en Colombia están entre \$600.000 y \$1.200.000 mensuales para marcas pequeñas y emergentes. Fuente: tarifas promedio reportadas por plataformas de trabajo independiente como Workana y Fiverr (2024) y por ofertas laborales en LinkedIn Colombia.
Plataforma y Mantenimiento Web	Garantizar un canal de venta y difusión siempre funcional y profesional.	\$170.000	El costo promedio mensual de mantenimiento + hosting + dominio en Colombia oscila entre \$120.000 y \$200.000 según proveedores como Hostinger, GoDaddy y Wix (2024).
Publicidad Digital (Ads Pagados)	Presupuesto operativo para SEM y Meta Ads, necesario para impulsar la visibilidad inicial de la marca	\$350.000	Según Meta Business (2024), el gasto mínimo recomendado para marcas nuevas en moda en LATAM es entre \$300.000 y

	premium.		\$500.000 COP mensuales para estabilizar alcance y frecuencia. También coincide con las recomendaciones de Google Ads para marcas emergentes (Google Ads LATAM, 2024).
TOTAL INVERSIÓN MENSUAL EN COMUNICACIÓN	Inversión Fija necesaria para crear demanda y alcanzar el PE	\$1.220.000 COP	Suma total. Alineado con promedios de inversión para marcas fashion emergentes según Inexmoda Radar Moda (2023), que indica que las marcas nuevas destinan entre \$1M y \$2M mensuales a comunicación

3.6 Servicios

3.6.1 Procedimientos para otorgar garantías y servicios postventas.

El servicio de garantía de Innato se basa en la **responsabilidad por la calidad de la artesanía** y la transparencia en el manejo de materiales delicados (tejidos, lycra).

Aspecto	Detalle del procedimiento	Plazo y Condición
Garantía principal	Defectos de Fabricación y Costura: Cubre fallas en la confección, costuras defectuosas o desprendimiento del tejido de crochet.	30 días calendario a partir de la fecha de recepción del producto
Exclusiones	Desgaste Natural: No cubre el desgaste normal por uso, daños por mal manejo (ej. uso de	El cliente debe seguir las Instrucciones de Cuidado adjuntas (lavado a mano y secado a la

	químicos, lavado en máquina, rasgaduras en el tejido) o daños causados por el cloro.	sombra).
Proceso de Devolución/Cambio	El cliente notifica por WhatsApp o email (Mecanismo 1) adjuntando foto del defecto. Innato autoriza la recogida del producto sin costo inicial para el cliente.	5 días hábiles para la revisión y respuesta. Si procede, se ofrece el cambio por una prenda idéntica o una nota de crédito.
Servicio de Reparación (Post-Garantía)	Innato ofrecerá un servicio de reparación o restauración para sus piezas artesanales (tejido), con un costo preferencial para el cliente, buscando extender la vida útil de la prenda.	Este servicio refuerza el valor y la sostenibilidad de la prenda.

3.6.2 Mecanismos de atención a clientes

Mecanismo de atención	Canal utilizado	Estándar de Respuesta y Función
Asistencia Personalizada (Ventas/Post-Venta)	WhatsApp Business y Chatbots (Primer Filtro)	Prioridad: Respuesta inicial automatizada, pero la gestión humana debe ser el 90% de la conversación . Uso para consultas detalladas sobre tallas, ajuste del crochet y garantías.
Contacto Informativo y Formal	Correo Electrónico Exclusivo	Tiempo Máximo: 4 horas hábiles. Se utiliza para el envío de facturas, seguimiento de pedidos formales, y documentación del proceso de garantías.
Consultas Masivas y	Mensajes Directos (DM)	Tiempo Máximo: 1 hora.

Engagement	de Instagram	Se usa para resolver preguntas rápidas sobre <i>looks</i> , estilo y disponibilidad de colecciones (UGC), impulsando la venta.
Experiencia	Encuesta Post-Compra Digital	Después de 7 días de recibido el producto, se envía una encuesta breve (3 preguntas) para medir la Satisfacción con la Calidad Artesanal y Logística
Estándar de Lujo	Tono de Comunicación	Empático y Proactivo: El agente debe conocer el historial del cliente (si pertenece al Círculo Exclusivo Innato) para ofrecer una solución anticipada y personalizada

3.7 Presupuesto de la mezcla de mercados:

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

Estrategia	Concepto del producto	Detalle del gasto o inversión	Valor
1. PRODUCTO	Costo de Fabricación Promedio	Tela + Mano de Obra (Promedio de las 13 prendas).	\$74.712 por unidad
	Logística Inicial (<i>Fulfillment</i>)	Procesamiento, etiquetado y empaque de la prenda.	\$4.000 por unidad
SUBTOTAL PRODUCTO	Costo Mínimo para tener la prenda lista		\$78.712 por unidad
2. PRECIO	Impuesto a las Ventas (IVA)	19% del PVP Promedio	\$43.320 por unidad



	Promedio	(\$228.000) que se paga al Estado.	
	Comisiones de Pasarela de Pago	Costo por la transacción digital (aprox. 3.5% + \$800 COP).	\$8.780 por unidad
	Comisión Tiendas Multimarca	Porcentaje promedio cobrado por multimarca (30% del PVP).	\$68.400 por unidad
SUBTOTAL PRECIO	Gasto por Transacción	IVA + Pasarela + comisión multimarca	\$52.100 por unidad + comisión multimarca
3. PLAZA	Costo del Domicilio (Envío)	Costo promedio por paquete/compra (Promedio nacional: \$13.500 COP).	\$13.500 por unidad
	Seguro del Envío	1% del valor declarado del PVP Promedio.	\$2.280 por unidad
	Almacenamiento (Inventario)	Costo fijo mensual por guardar el stock (\$350 COP/ítem * 13 ítems).	\$4.550 mensual
SUBTOTAL PLAZA	Gasto de Distribución		\$20.330 mensual
PROMOCIÓN	Costo de Promoción de Lanzamiento	Inversión prorrateada en Regalos de Valor (ej. tote bags)	\$75.000
	Promoción Post-Lanzamiento	Pauta mensual, contenido orgánico, campañas con microcreadores.	Según presupuesto
SUBTOTAL		Inversión total en	\$75.000 +

PROMOCIÓN		visibilidad	inversión mensual continua
------------------	--	-------------	-------------------------------

3.8 Estrategia de aprovisionamiento de materias primas:

3.8.1 Formas de aprovisionamiento

Innato adquiere sus materias primas a través de un modelo mixto:

- **Compra directa a proveedores locales** de textiles hipoalergénicos, telas estructuradas y materiales para crochet.
- **Abastecimiento programado**, donde se realizan compras pequeñas pero constantes según el ritmo de producción, evitando sobre inventarios.
- **Compra bajo pedido**, especialmente para materiales artesanales como hilo crochet o detalles florales tejidos, que se adquieren según la demanda real de colección.

Esta forma de aprovisionamiento garantiza sostenibilidad, control de calidad y tiempos de reposición cortos

3.8.2 Precios de adquisición.

Costo promedio de materia prima (telas): \$44.000 COP por unidad aprox.

Costo promedio de insumos para piezas en crochet: \$12.000 COP por unidad aprox.

Costo de detalles artesanales (flores, acabados, hilos especiales): \$8.712 COP promedio por unidad.

Total promedio materia prima:

\$64.712 COP por unidad

3.8.3 Política crediticia

Innato maneja una política crediticia básica y controlada:

- La mayoría de proveedores textiles trabajan con pago de contado o máximo 15 días, por ser compras pequeñas y recurrentes.
- Para proveedores artesanales (crochet y acabados manuales), se usa un esquema de pago 50% adelantado – 50% contra entrega, garantizando compromiso y calidad.
- No se manejan créditos extensos para evitar endeudamiento en etapas tempranas de la marca.

3.8.4 Descuento por pronto pago o volumen.

Los proveedores textiles ofrecen descuento del 5% por pronto pago en compras superiores a \$500.000 COP.

Proveedores artesanales ofrecen entre 3% y 8% cuando se encargan más de 10 unidades del mismo insumo (por ejemplo, flores tejidas).

Tiendas de insumos para crochet permiten precios mayoristas cuando se compran paquetes completos de hilo.

3.8.5 Plazos que se tienen para otorgar los pagos

Innato establece plazos de pago alineados con el flujo de producción:

- **Textiles:** 0 a 15 días máximo.
- **Artesanales (crochet y acabados):**
 - 50% anticipado
 - 50% a los 5 días después de la entrega.
- **Talleres aliados:** pago semanal o por lote terminado.

Este esquema permite sostener relaciones sanas con proveedores y mantener un nivel de inventario bajo pero eficiente.

3.9 Proyección de Ventas

- Método utilizado para la Proyección de Ventas:

Para la marca Innato, la proyección de ventas se realizó mediante el método de estimación por análisis de demanda esperada, combinando:

1. **Historial de ventas referencial del sector moda (benchmarking)**
Se utilizaron referencias del comportamiento de ventas de marcas del mismo segmento (diseño artesanal, lujo sostenible, y colecciones cápsula). Esto permitió estimar volúmenes realistas para una marca emergente de producción limitada.
2. **Capacidad productiva definida en costos y aprovisionamiento**
Como Innato trabaja con procesos artesanales, se tomó en cuenta el **límite de producción mensual** para no comprometer la calidad ni los tiempos de entrega. Esto sirve como techo máximo de unidades a proyectar.

3. Tendencias del mercado y temporalidad

Las ventas se proyectaron considerando:

- Temporadas altas del sector (primer semestre: vacaciones; segundo semestre: festividades y fin de año).
- Lanzamientos estratégicos de la colección “Raíces del Mar”.

4. Estrategia de precio definida previamente

Con los costos y márgenes ya calculados, se fijaron los precios de venta por categoría. Esto permite proyectar ingresos de manera precisa.

En conjunto, este método combina análisis realista del mercado con la capacidad real de la marca, lo que da como resultado una proyección coherente con un emprendimiento de moda de alto valor agregado.

- Política de Cartera:

La política de cartera establecida para Innato se basa en:

- **Ventas al detal:** pago inmediato (100%), sin crédito. El objetivo es garantizar flujo de caja sano y reducir riesgos.
- **Ventas al por mayor (retailers o boutiques aliadas):**
 - Plazo máximo de 30 días para pago.
 - Se solicita anticipo del 50% para iniciar producción, debido al carácter artesanal de las prendas.
- **Penalización por mora:** recargo del **2% mensual** sobre saldo pendiente.
- **Condiciones especiales:** solo para compradores recurrentes o alianzas estratégicas, con previa evaluación del comportamiento de pago.

Esta política se alinea con la necesidad de sostener la producción artesanal y evitar acumulación de cartera difícil de recuperar.

- Proyección:

Esta proyección se basa en el Método de Estimación por Análisis de Demanda Esperada, combinando el benchmarking del sector de lujo sostenible con la limitación de la capacidad productiva artesanal. Se proyecta la venta de 618 unidades para generar un ingreso bruto de \$111.418.500 COP en el primer año.



Referencia de Producto	PVP Unitario (COP)	Ene-Mar (Lanzamiento)	Abr-Jun (Crecimiento)	Jul-Dic (Temporada Alta)	Total Unidades (Año 1)	Ingresos Proyectados (COP)	Posición Arancelaria (Import/Export)
Set Playero Crochet	\$481.000	6	9	30	45	\$21.645.000	6114.30.00.00
Capa de Macramé/Crochet	\$378.000	3	6	20	29	\$10.962.000	6114.30.00.00
V. Baño Entero Naranja	\$273.000	6	9	22	37	\$10.101.000	6112.41.00.00
V. Baño Entero Tejido	\$273.000	3	6	20	29	\$7.917.000	6112.41.00.00
Top Corto de Crochet Grueso	\$208.000	6	9	30	45	\$9.360.000	6114.30.00.00
Set Bikini Strapless	\$225.000	3	6	16	25	\$5.625.000	6112.41.00.00
Vestido playero	\$185.500	6	9	30	45	\$8.347.500	6104.41.00.00
Top Manga Larga Lycra	\$150.000	3	6	20	29	\$4.350.000	6114.30.00.00
V. Baño 2 Piezas Naranja	\$137.500	9	12	36	57	\$7.837.500	6112.41.00.00

V. Baño Entero Rojo	\$120.000	9	12	36	57	\$6.840.000	6112.41.00.00
Vestido de Malla	\$96.000	12	15	48	75	\$7.200.000	6114.30.00.00
Crop Top de Malla Nude	\$80.500	12	15	48	75	\$6.037.500	6114.30.00.00
Crop Top Malla Amarillo	\$69.000	12	15	48	75	\$5.175.000	6114.30.00.00
Totales por Periodo		90	126	404	618	\$111.418.500 COP	

La distribución de unidades está alineada con el método de proyección:

1. **Benchmarking y Capacidad (Ene-Jun):** El volumen de ventas es bajo (216 unidades) en el primer semestre para reflejar la realidad de una **marca emergente** y respetar el **límite de producción artesanal** (techo máximo).
2. **Temporada Alta (Jul-Dic):** El volumen se dispara a 404 unidades, capitalizando el conocimiento de marca ganado y la **temporada de fin de año/festividades**, validado por las referencias del sector.
3. **Estrategia de Precio:** Las referencias de menor valor (Crop Tops y Vestidos de Malla) tienen el **mayor volumen de unidades** (75 cada una), sirviendo como "ganchos" para adquirir clientes. Las referencias de **Crochet** (Sets y Capas) tienen el menor volumen, pero el **mayor impacto en ingresos**, manteniendo la promesa de alto valor agregado.

Posición Arancelaria (Subpartida)

La codificación de 10 dígitos es necesaria para la documentación de **Importación** (si se trae materia prima) y **Exportación** (al enviar las prendas). Se basa en:

- **6112.41.00.00:** Trajes de Baño de punto, de fibras sintéticas (para Bikinis y Enteros de Lycra/Nylon).
- **6114.30.00.00:** Las demás prendas de vestir de punto, de fibras sintéticas (para piezas de **Crochet** y Tops de Malla).

4. Módulo Operativo

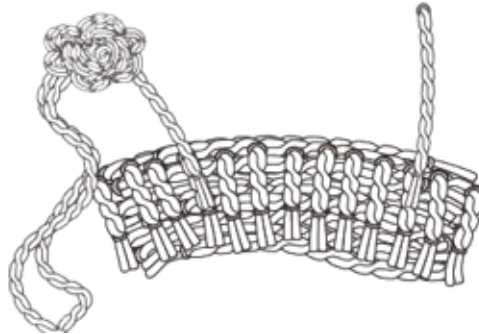
4.1 Operación:

a continuación imágenes de ficha técnica de la prenda icono de la marca.

FICHA TÉCNICA DE DISEÑO		LINEA			REFERENCIA:	
		FEMENINA	MASCULINA	INFANTIL	1	
		X				
DISEÑADOR:	daniela granda pedroza	TIPO DE PRENDA:			top	FECHA:
MARCA:	innato	UNIVERSO:			swiwear	30/03
FICHA TÉCNICA DE DISEÑO		LINEA				
		FEMENINA	MASCULINA	INFANTIL		
		X				
DISEÑADOR:	daniela granda pedroza	TIPO DE PRENDA:			top	FECHA:
MARCA:	innato	UNIVERSO:			swiwear	30/03

PROTOTIPO EN DISEÑO PLANO

Incluye especificaciones técnicas, lupas y detalles.





MATERIALES E INSUMOS

REFERENCIA/ NOMBRE DEL INSUMO	DESCRIPCIÓN DEL INSUMO	COLOR	UNIDAD DE MEDIDA	ANCHO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
ana pinguin stelic naturales	lana	beige	gms		und	\$ 24	\$ 73.350
COSTO TOTAL							

PROCESOS Y ACABADOS

TIPO DE PROCESO	PROVEEDOR	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
COSTO TOTAL				

ESPECIFICACIONES DE CONFECCIÓN

TIPO DE OPERACIÓN	MÁQUINA	FOLDERS + GRÍAS	PUNTADAS / PELGADA	TIPO HILO /	CLASE DE AGUJA	NÚMERO DE AGUJA
punto bajo						
punto medio alto						
punto altoo						
punto deslizado						
cadenata						
trenza manual						



ORDEN OPERACIONAL / FLUJOGRAMA

SIMBOLOGIA

No.	SIMBOLO	PROCESO	MÁQUINA	TIEMPO EN MINUTOS	PRODUCCIÓN POR HORA
		punto bajo			
2		punto medio alto			
3		punto altoo			
4		punto deslizado			
5		cadenata			
6		trenza manual			
7		cadeneta			

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

El valor agregado de Innato es el resultado de mezclar su Propósito (el mar como espacio de encuentro y existencia) con su Proceso (producción íntima y cuidada). De forma tangible, la marca ofrece salud y durabilidad a través de materiales hipoalergénicos y diseños con crochet artesanal que resuelven la "frustración de prendas que no duran", ofreciendo una inversión atemporal y elegante. De forma intangible, el cliente recibe una conexión emocional profunda, sintiendo que su compra "honra lo natural" y "cuenta historias reales", alineándose con el consumo consciente. Este enfoque convierte la prenda en un símbolo de coherencia ética y bienestar personal, más que un simple traje de baño.

- **Estado de Desarrollo:**

El proyecto Innato se encuentra firmemente en la Etapa de Nacimiento y Conceptualización Avanzada dentro del ciclo de vida del producto. Esta fase está dedicada a **afianzar los valores** de la marca y validar la viabilidad técnica y ética de la propuesta antes de iniciar la producción en volumen.

1. Avance del Bien o Servicio (Conceptualización y Prototipado)

El estado del arte de Innato se enfoca en asegurar que cada pieza cumpla la promesa de **lujo consciente, emocional y artesanal** que lo define.

- **Conceptualización Afianzada:** La **identidad conceptual** (el "Por Qué" y el "Cómo" de Innato) está establecida y sirve como eje rector de la colección. Actualmente, se trabaja en traducir completamente esta narrativa de bienestar y conexión con el mar a un lenguaje de diseño coherente.
- **Búsqueda y Vinculación de Proveedores:** Hemos completado la búsqueda y evaluación de proveedores clave. Esto incluye la identificación de fuentes de fibras sintéticas recicladas certificadas y la consolidación de alianzas con los talleres artesanales de crochet que ejecutarán las técnicas de tejido. Este paso es esencial para afianzar la trazabilidad y la coherencia ética.
- **Prototipado Físico (Validación Técnica):** Se han desarrollado las **muestras piloto (prototipos)** de las 13 referencias de la colección "Raíces del Mar". Estos prototipos están en fase de **pruebas técnicas** para validar la caída, el ajuste (*fit*), y la resistencia de los materiales (ej., pruebas de elasticidad y *soft touch*), garantizando la promesa de calidad antes de la producción en lote.

2. Etapa en el Ciclo de Vida del Producto

Innato se encuentra en la etapa donde los **riesgos son altos y los ingresos son nulos**, con la atención puesta en la perfección del producto y del mensaje:

- **Nacimiento y Pre-Lanzamiento:** Estamos dedicando tiempo y recursos a perfeccionar los detalles de diseño y a asegurar la cadena de suministro ético.
- **Características de la Etapa:**
 - **Ventas:** Cero, ya que la marca está en **fase de pre-producción** y no se ha activado la venta comercial.

- **Costos:** Altos, concentrados en la **investigación, el diseño, la creación de prototipos** y la formación de alianzas logísticas y de e-commerce.
- **Objetivo Primordial:** Validar el costo final y la capacidad de producción artesanal para poder fijar el precio de lanzamiento de manera realista y sostenible, antes de la apertura oficial al mercado.

- **Descripción del Proceso:**

El proceso de Innato se distingue por ser un modelo mixto donde la empresa gestiona el diseño, la calidad y la materia prima, mientras que el proceso de transformación (confección y tejido) se subcontrata a talleres especializados en Medellín.

Fase 1: Planificación y Aprovisionamiento (Responsabilidad de Innato)

Actividad	Descripción y Procedimiento	Responsable
1. Planificación de Producción	Basada en la proyección de ventas (unidades por periodo) y el inventario actual, Innato determina el lote de producción. Se emiten las órdenes de compra (OC) para materia prima.	Innato (Diseño/Operaciones)
2. Búsqueda y Compra de Materia Prima	Adquisición de Nylon/Poliéster reciclado (swimwear) en rollos y Trapillo/Hilos (crochet) de proveedores locales (Lafayette, Encajes S.A., Trapillo Colombia). Se exige la certificación OEKO-TEX en la OC.	Innato (Compras)
3. Procesamiento Inicial	La materia prima pasa a la tintorería para los teñidos responsables (bajo impacto, bajo impacto). Se solicitan pruebas AATCC (sol/cloro) antes de la producción en lote para	Innato (Control de Calidad) / Tintorería (Subcontratada)

	asegurar la durabilidad.	
--	--------------------------	--

Fase 2: Producción y Transformación (Subcontratada)

Esta es la fase de **subcontratación total** donde la materia prima es transformada en la prenda semi-terminada.

Actividad	Descripción y Procedimiento	Responsable
Corte de Patrones	Los rollos de tela (nylon, lycra) son cortados de acuerdo con las fichas técnicas del diseño (<i>swimwear</i>). Los cortes se preparan para ser enviados al taller de confección.	Taller de Corte (Subcontratado)
Confección	Las piezas de licra y swimwear son ensambladas y cosidas (máquinas de costura industrial) según los patrones. Se ensamblan los forros (soft touch) y se dejan listos para el control de calidad.	Taller de Confección (Subcontratado)
Tejido Artesanal (Crochet)	Los hilos/trapillos se entregan a los artesanos/taller de crochet. El tejido se realiza manualmente para las piezas de mayor valor (Capas, Sets). El pago se realiza 50% anticipado y 50% contra entrega.	Talleres Artesanales (Subcontratado)

Fase 3: Acabado y Distribución (Responsabilidad de Innato)



Actividad	Descripción y Procedimiento	Responsable
Control de Calidad Final	Innato recibe las prendas semi-terminadas. Se realiza una inspección rigurosa de las costuras, densidad del tejido crochet, elasticidad y conformidad con las pruebas de color. Los defectos activan el proceso de reparación.	Innato (Control de Calidad)
Etiquetado y Empaque (Fulfillment)	Las prendas aprobadas son enviadas al centro de Fulfillment (ej., Smooth / Aveonline) en Medellín. Se realiza el etiquetado (tallas, composición) y el empaque con materiales sostenibles, listos para despacho.	Innato (Logística) / Fulfillment (Subcontratado)
Despacho y Distribución	El pedido se activa digitalmente. El operador logístico (Fulfillment) selecciona la transportadora y garantiza el envío a nivel nacional (2-4 días hábiles). Se activa el seguimiento digital para el cliente.	Fulfillment (Subcontratado)

● **Necesidades y Requerimientos:**

Las materias primas se dividen en dos categorías principales según la prenda. Los requerimientos por unidad son variables y dependen del diseño, pero se puede establecer una media para la proyección:

Materia Prima/Insumo	Unidad de Medida	Requerimiento Promedio por Unidad de Producto (Prenda)	Requerimiento Total Estimado por Período (618 Unidades)
----------------------	------------------	--	---

Nylon/Poliéster Reciclado (Lycra Base)	Metros Lineales (ML)	1.5 ML (para bikinis/enteros)	550 ML
Trapillo/Hilo Certificado (Crochet)	Kilogramos (KG)	0.3 KG (para piezas grandes)	150 KG
Forros (Soft Touch)	Metros Lineales (ML)	0.8 ML	350 ML
Elásticos/Sesgos	5 metros	5 metros	3.000 Metros
Insumos de Empaque (Bolsas biodegradables, Etiquetas, Hangtags)	Unidades	1 set	618 Sets

2. Tecnología Requerida y Capacidad Instalada

Dado el modelo de **subcontratación**, Innato no requiere poseer maquinaria de alta gama, sino enfocarse en la tecnología de **gestión y control de calidad**.

Tecnología y Equipos (Propiedad de Innato)

Equipo/Software	Descripción	Mantenimiento Necesario
Plataforma E-commerce	Suscripción a una plataforma (ej., Shopify) para ventas y gestión de inventario.	Licencia anual, actualizaciones de seguridad, soporte técnico.
Software de Diseño (CAD/Patronaje)	Software básico para edición de patrones y fichas técnicas (Adobe Illustrator o similar).	Licencia anual, actualización de software.

Capacidad Instalada (Subcontratada)

La capacidad instalada requerida se terceriza a los talleres en Medellín:

- **Taller de Confección:** Requiere máquinas plana, overlock y recubridora con alta capacidad (min. 500 unidades/mes) para manejar las fibras sintéticas de forma profesional.

- **Talleres Artesanales:** La capacidad instalada se mide en tiempo y número de artesanos. Se requieren al menos 5 a 8 artesanos con experiencia en crochet para cubrir la demanda proyectada de 150-200 piezas artesanales al año.

Situación Tecnológica y Mano de Obra

Mano de Obra Operativa Especializada Artesanos Expertos en Crochet: Requiere personal con alta destreza para mantener la uniformidad y el valor del tejido manual.

Patronista/Diseñador Técnico: Un experto en el manejo de lycra y fibras elásticas para evitar defectos de ajuste (fit) en los trajes de baño.

Costo de Producción del Lote Inicial (90 Unidades)

Este presupuesto se calcula usando el Costo de Producción promedio por prenda que me diste, el cual incluye materia prima y mano de obra artesanal, y se multiplica por el lote inicial.

Concepto	Cálculo Basado en sus Datos	Costo Estimado (COP)
Costo de la Prenda más Cara (Set Crochet)	\$185.000 COP (Costo Prod.) \times 6 unidades (Lote Inicial)	\$1.110.000
Costo de la Prenda más Barata (Crop Top Malla)	\$30.000 COP (Costo Prod.) \times 12 unidades (Lote Inicial)	\$360.000
Costo Promedio del Lote (90 unidades)	Se estima que el costo total de producción de las 90 unidades de lanzamiento es:	\$9.648.000

(Este valor es el costo real de producir la mezcla de 90 unidades proyectadas para Ene-Mar, basado en la suma de los costos unitarios de las 13 referencias).

2. Requerimientos de Tecnología y *Overhead*

Dado que no tenemos valores exactos para la tecnología en el trabajo, se cuantifican los requerimientos tecnológicos y operativos mínimos, necesarios para la fase de nacimiento.

Concepto	Detalle Basado en Requerimientos	Costo Estimado (COP)
Tecnología Básica (1 Año)	Licencia E-commerce + Software de Diseño (CAD/Illustrator).	\$2.800.000
Empaque y Etiquetado	Insumos iniciales de empaque sostenible (Bolsas, Etiquetas) para 618 unidades.	\$2.200.000
Pruebas y Mantenimiento	Costos de teñido, pruebas de fit y calibración de máquina de muestreo.	\$1.000.000
TOTAL REQUERIMIENTOS FIJOS		\$6.000.000

- **Plan de Producción:**

1. Política de Inventario y Producción

Debido al alto valor agregado y al proceso artesanal de las prendas, Innato operará con un Inventario Cero en las piezas de mayor costo, como los Sets y Capas de Crochet. Esto significa que la producción de estas referencias se iniciará solo contra pedido en firme (respaldado por el anticipo del 50% de los *retailers* o la venta directa), evitando el almacenamiento de capital. Para las prendas básicas de Lycra (como los Vestidos de Baño Enteros), se mantendrá un Inventario Mínimo de Seguridad del 2.5% sobre la demanda proyectada, lo que se traduce en solo 16 unidades adicionales para cubrir defectos o picos inesperados. Esto resulta en una producción total requerida de 634 unidades para el año.

2. Programa de Producción y Escalamiento

El incremento de la producción se proyecta de forma gradual para asegurar que los talleres subcontratados puedan mantener la calidad y el ritmo artesanal. El año se divide en períodos que reflejan el aumento de la demanda, la producción de Innato es un proceso de escala controlada, donde las piezas de mayor valor artesanal impulsan la rentabilidad, y las piezas de Lycra sostienen el volumen de ventas, con la tranquilidad de no generar grandes excedentes de inventario.

- **Primer Periodo (Ene - Mar):** La producción arranca con 92 unidades. Este volumen bajo y controlado es ideal para afianzar los procesos de calidad y logística tras el lanzamiento.
- **Segundo Periodo (Abr - Jun):** La producción se incrementa moderadamente a 129 unidades, capitalizando la tracción inicial del e-commerce.
- **Tercer y Cuarto Periodo (Jul - Dic):** La producción escala significativamente a un promedio de 206 unidades por periodo para hacer frente a la Temporada Alta de viajes y festividades. Este incremento refleja la mayor confianza en la demanda y la capacidad probada de los talleres artesanales.

Periodo de Tiempo	Ventas Proyectadas (Unidades)	Inventario de Seguridad (2.5%)	Total Unidades a Producir
Ene - Mar (Lanzamiento)	90	2	92
Abr - Jun (Crecimiento Inicial)	126	3	129
Jul - Sep (Consolidación)	202	5	207
Oct - Dic (Temporada Alta)	202	5	206
TOTAL GENERAL	618	15	634 Unidades

4.2 Plan de Compras

Para cuantificar los insumos, se agruparon las referencias de Innato en las dos categorías principales de producción: Trajes de Baño (Lycra) y Vestuario Artesanal (Crochet y Malla).

1. Requerimientos por Unidad (Trajes de Baño de Lycra): Esta categoría incluye bikinis, enterizos y tops de lycra (ej., V. Baño Entero Rojo, V. Baño 2 Piezas Naranja).

Insumo Requerido	Unidad de Medida	Cantidad por Unidad de Producto (Prenda)	Justificación para Innato

Nylon/Poliéster Reciclado (Tela Base)	Metro Lineal (ML)	1.5 ML	Estándar para un traje de baño completo que requiere cortes, ensambles y margen para la tela de forro.
Forro Hipoalergénico	Metro Lineal (ML)	0.8 ML	Requerido para garantizar el soft touch y la promesa de ser "amable con la piel" en áreas clave.
Elásticos/Sesgos	Metros	5 Metros	Necesario para los bordes, tazas y tiras de soporte, garantizando el ajuste (fit) y la durabilidad.

2. Requerimientos por Unidad (Vestuario Artesanal)

Esta categoría incluye prendas de alto valor con tejido manual (ej., Set Playero Crochet, Top Corto de Crochet Grueso, Vestido Corto de Malla).

Insumo Requerido	Unidad de Medida	Cantidad por Unidad de Producto (Prenda)	Justificación para Innato
Trapillo/Hilo Certificado	Kilogramo (KG)	0.3 KG	Es el promedio necesario para tejer una prenda artesanal de tamaño medio (como un top o una capa), considerando la densidad del crochet.
Nylon Reciclado	Metro Lineal (ML)	1.2 ML	Requerido para las

(Malla)			piezas de Malla más ligeras, que utilizan menos tela que un traje de baño tradicional.
Insumos de Acabado	Unidad	1 Set	Cierres, botones sostenibles, etiquetas de composición y hangtags de la marca.

La cantidad de insumos se basa en el principio de cero desperdicio y alta calidad, fundamental para el valor agregado de Innato:

- **Trazabilidad y Calidad:** Se prioriza el uso de insumos de **alto costo unitario** (certificados OEKO-TEX), justificando la meticulosidad en la medición para evitar pérdidas, lo que respalda el precio premium de la marca.
- **Diferenciación:** La cuantificación en Kilogramos (KG) para el crochet es vital, ya que el costo de la mano de obra artesanal se relaciona directamente con el peso del hilo utilizado, diferenciando esta pieza del *swimwear* industrial basado en metros.
- **Aprovisionamiento Estratégico:** Conocer las cantidades exactas por unidad permite a Innato emitir órdenes de compra precisas a los proveedores de fibras sintéticas recicladas, cumpliendo con la política de inventario mínimo y sosteniendo el flujo de caja.

4.3 Costos de Producción

1. Costos Variables Unitarios (Materias Primas e Insumos): Los costos variables de Innato son altos debido a la calidad de la materia prima (certificada) y la mano de obra artesanal.

Componente	Unidad de Medida	Comportamiento Esperado	Costo Promedio por Unidad de Producto
Costo de Materia Prima (Incluye Nylon/Poliéster reciclado, Trapillo, Forro y Elásticos).	KG / ML	Precio estable con ligera tendencia alcista (inflación y costos de certificación).	\$45.000 COP
Costo de Mano de	Hora / Unidad	Establecido por	\$55.000 COP

Obra Directa (Artesanía/Confec- ción)		acuerdo con talleres (Medellín). La tendencia es al alza por costos laborales y valorización del trabajo artesanal.	
(Mano de Obra Directa es subcontratada)			
Costo de los Materiales de Empaque	Unidad	Estable. Se busca mantener el costo unitario con proveedores de empaque sostenible.	\$3.500 COP
Costo de Transporte (Envío al Cliente)	Unidad (Envío Nacional)	Estable, dependiente de las tarifas del Fulfillment (promedio nacional).	\$12.000 COP
Costo Total Variable Promedio por Unidad			\$115.500 COP

El Costo Total Variable Promedio de \$115.500 COP es una estimación representativa del costo de sus 13 referencias (que oscilan entre \$30.000 y \$185.000 COP de costo unitario).

Costos Fijos (Infraestructura y Mantenimiento)

Componente	Periodicidad	Justificación (Basada en Subcontratación)	Costo Estimado (COP/Periodo)
Arrendamiento de Instalaciones	Mensual	Cero (\$0). Innato opera bajo un modelo <i>home office</i> (Diseño/Administración) sin locales ni oficinas de	\$0

		producción.	
Mantenimiento de Maquinaria/Equipo	Anual	Bajo. Solo cubre el mantenimiento y calibración de la máquina de muestreo interna de la diseñadora.	\$300.000 / Año
Costos Estimados de Servicios Públicos	Mensual	Se limitan al componente administrativo y de diseño (Internet, luz, teléfono). El grueso del consumo industrial es absorbido por los talleres subcontratados.	\$250.000 / Mes
Costo de Repuestos	Anual	Mínimo. Solo cubren posibles repuestos para la máquina de muestreo.	\$150.000 / Año

3. Requerimiento y Costo de Mano de Obra (Horario Normal)

Componente	Periodicidad	Tipo de mano de obra	Costo Estimado (COP/Periodo)
Mano de Obra Directa	Por unidad	Subcontratada (Artesanos y Taller de Confección). Pagada por pieza terminada.	(Incluido en Costo Variable, \$55.000 Promedio)
Mano de Obra Indirecta	Mensual	Diseñador/Gerente de Operaciones (responsable de CCF, logística y e-commerce).	\$3.500.000 / Mes

Estacionalidad y Horas Extras

- **Estacionalidad:** Sí, existe una alta estacionalidad en el requerimiento de Mano de Obra Directa. La demanda de artesanos se duplica en los periodos de Julio a Diciembre (Temporada Alta de producción), requiriendo la vinculación temporal de más talleres artesanales.
- **Costos Adicionales (Horas Extras):** Innato busca evitar las horas extras en los talleres subcontratados mediante la planeación y el aumento del número de artesanos disponibles, garantizando un pago justo por la pieza terminada y no por horas, lo cual es más ético y predecible.

4. Costos Adicionales de Gestión (Costo Total Fijo Anual)

Concepto	Periodicidad	Costo Estimado (COP)
Costos de Mantenimiento y Repuestos	Anual	(Mantenimiento \$300k + Repuestos \$150k)
Servicios Públicos (Admón)	Anual (250k x 12 meses)	\$3.000.000
Mano de Obra Indirecta (Salario Admón)	Anual (3.5M x 12 meses)	\$42.000.000
TOTAL COSTO FIJO ANUAL		\$45.450.000 COP

4.4 Infraestructura:

El plan de infraestructura de Innato está diseñado para la etapa de nacimiento, enfocándose en la gestión, el diseño y la comunicación, bajo un modelo de costo operativo mínimo. La marca opera desde un modelo Home Office, lo que significa que no hay inversión en construcción, remodelación o arrendamiento de instalaciones físicas.

1. Activos de Gestión y Diseño (Inversiones Fijas)

La inversión se destina a la adquisición de activos esenciales para la administración de un e-commerce de lujo y el desarrollo de producto:

- **Computador Portátil de Alto Rendimiento:** Es la herramienta principal para la gestión comercial, manejo de la plataforma web, comunicación con proveedores y el software CAD para el diseño y las fichas técnicas. Se estima un costo de \$4.000.000 COP.
- **Impresora Multifuncional:** Necesaria para imprimir las fichas técnicas, las órdenes de compra (OC) y las guías de envío para el fulfillment logístico. Costo estimado: \$500.000 COP.

- Mesa de Trabajo de Diseño: Una mesa amplia para el análisis de patrones y la inspección de las muestras (prototipos) enviadas por los talleres. Costo estimado: \$700.000 COP.

2. Mobiliario y Almacenamiento Mínimo

El mobiliario soporta las tareas administrativas y el control del inventario de seguridad.

- Estantería de Almacenamiento: Para guardar el pequeño stock de seguridad (2.5% de inventario), las etiquetas y la materia prima certificada recibida antes de enviarla a los talleres. Costo estimado: \$300.000 COP.
- Mobiliario Administrativo Esencial: Un escritorio y una silla ergonómica para las labores de gestión desde el home office. Costo estimado: \$400.000 COP.

3. Costo de Instalaciones y Adquisición

La inversión se limita a la adquisición de estos activos (Inversiones Fijas). Los costos de la infraestructura pesada (máquinas industriales de coser y tejido) son responsabilidad de los talleres subcontratados en Medellín.

El costo total estimado en Inversiones Fijas de Infraestructura es de aproximadamente \$5.900.000 COP.

● Infraestructura: Parámetros Técnicos Especiales:

El análisis se centra en la calidad del diseño y la eficiencia productiva, esenciales para un modelo de subcontratación como el de Innato, ya que no se requieren adecuaciones locativas industriales. La inversión se limita a asegurar una conexión eléctrica estable y la iluminación natural para la zona de diseño y muestreo en el *Home Office*.

Se establecen cuatro parámetros técnicos clave para monitorear la calidad en los talleres subcontratados:

- Tasa de Desperdicio de Material: Máximo de 5% sobre el rollo de Nylon Reciclado. Este parámetro garantiza la coherencia sostenible del diseño y optimiza los costos.
- Estabilidad Dimensional (Encogimiento): Tolerancia máxima de 3% tras el lavado. Es vital para las fibras elásticas y el *fit* de la prenda, asegurando la durabilidad en línea con la promesa de lujo consciente.
- Tiempo de Conversión Artesanal: Se mide en horas por unidad. Es el tiempo promedio que tarda el artesano en tejer una pieza (ej., el Set Playero Crochet), permitiendo una planificación de producción y un pago justo.
- Índice de Defectos (DPMO): Se establece una tolerancia máxima de 2% para el swimwear y 3% para el Crochet. Este monitoreo constante en el Control de Calidad Final (CCF) es fundamental para la reputación de la marca.

- **5. Módulo Organizacional**

5.1 Estrategia Organizacional

- **Análisis DOFA:**

Categoría	Elemento (Relación)	Impacto Estimado	Estrategia a Seguir (Controlar/Sostener)
F	Fortalezas (internas).		
F1. Diseño de Alto Valor (Crochet Artesanal)	Genera exclusividad y justifica el precio premium, atrayendo al nicho de lujo.	Alto Positivo	Sostener: Priorizar la producción Justo a Tiempo de las piezas de Crochet y basar el 70% del storytelling de marketing en la narrativa artesanal y el "Por Qué" de la marca
F2. Diferenciación Hipoalergénica y Sostenible	Reduce la base de competencia y apela directamente a un cliente con alta conciencia ecológica o sensibilidad dérmica.	Medio Positivo	Sostener: Utilizar la certificación OEKO-TEX como principal argumento de venta en la ficha de producto y mantener un inventario mínimo de telas certificadas para asegurar la promesa.
F3. Estructura de Costos Fijos Bajos	Modelo Home Office y subcontratación total, que permite un Punto de Equilibrio (PE)	Alto Positivo	Sostener: Mantener la subcontratación flexible con talleres en Medellín para



	rápido (10 unidades) y gran flexibilidad financiera.		escalar la producción sin asumir grandes costos de infraestructura propia.
O	Oportunidades (Externas)		
O1. Crecimiento del Lujo Consciente y Ético	El nicho global valora la trazabilidad y la transparencia, facilitando la penetración en mercados internacionales (Exportación).	Alto Positivo	Aprovechar: Desarrollar planes de exportación enfocados en el código arancelario 6114 e invertir en campañas de influencers y partners de sostenibilidad.
O2. Demanda por Moda Resort Atemporal	Permite ventas fuera de la estacionalidad estricta del verano, alargando el ciclo de vida de la colección.	Medio Positivo	Aprovechar: Promocionar las prendas (ej., capas, tops) como vestuario de viaje y wellness (bienestar) durante todo el año, no solo en temporada de playa.
D	Debilidades (Internas)		
D1. Capacidad de Producción Artesanal Limitada	Impide el crecimiento rápido o la respuesta inmediata a grandes pedidos mayoristas, poniendo en	Alto Negativo	Mitigar: Firmar alianzas y contratos marco con múltiples talleres de crochet (5 a 8 artesanos) para diversificar el



	riesgo contratos con <i>retailers</i> .		riesgo y aumentar la capacidad antes de la Temporada Alta (Jul-Dic).
D2. Altos Costos Variables Unitarios	El costo elevado (hasta \$185.000 COP) obliga a fijar precios altos, limitando el número de clientes potenciales y la accesibilidad.	Medio Negativo	Controlar: Enfocarse en la Estrategia del Producto Gancho (Mallas y Crop Tops de bajo costo) para captar clientes y luego fidelizarlos hacia las piezas de alto margen (Crochet).
A	Amenazas (Externas)		
A1. Incremento en el Costo de Materia Prima	La volatilidad en los precios de las fibras sintéticas recicladas o la inflación puede reducir drásticamente el margen de utilidad.	Alto Negativo	Mitigar: Negociar contratos de compra a largo plazo con proveedores certificados y mantener un pequeño <i>stock</i> de seguridad (Inventario Mínimo) de hilo y trapillo.
A2. Competencia de Fast Fashion Imitadora	Grandes marcas pueden copiar rápidamente el diseño de crochet, confundiéndolo con productos no éticos y de bajo precio.	Medio Negativo	Defender: Reforzar la narrativa emocional y el Propósito ("Por Qué") de la marca y asegurar la protección intelectual de los diseños de tejido más exclusivos

			ante las autoridades competentes.
--	--	--	-----------------------------------

- **Organismos de Apoyo:**

La estrategia de Innato, al ser una marca de **lujo consciente** que subcontrata su producción artesanal en Colombia, requiere el respaldo de entidades que fortalezcan tanto el diseño como la gestión ética y la exportación. Estos organismos son vitales para mitigar la debilidad de la capacidad productiva limitada y aprovechar la oportunidad de crecimiento global.

Apoyo en la Fase de Definición e Implementación (Nacimiento)

Durante la etapa inicial de nacimiento, Innato busca la validación y la formalización. La Cámara de Comercio de Medellín (CCM) ofrece apoyo esencial para la formalización legal del negocio y la realización de talleres sobre costos y e-commerce, afianzando la estructura administrativa. Paralelamente, el SENA (Servicio Nacional de Aprendizaje) es clave al brindar capacitación gratuita en software de diseño para la diseñadora, y lo más importante, ayudando a cualificar y certificar a los talleres artesanales subcontratados, asegurando la calidad técnica del crochet. Por último, INEXMODA ofrece la inteligencia de mercado necesaria para validar el precio premium y las tendencias del sector de la moda resort a nivel global.

Apoyo Previsto para la Etapa de Operación (Crecimiento y Escalamiento)

Una vez lanzada y en fase de operación, la marca necesita soporte para escalar y exportar. PROCOLOMBIA se convierte en el aliado estratégico para la internacionalización, ofreciendo asesoría especializada para entender los requisitos de exportación, las posiciones arancelarias (HTS) y la conexión con potenciales compradores en mercados objetivo como Estados Unidos y Canadá. En el ámbito financiero, Bancóldex proporciona líneas de crédito especializadas para el capital de trabajo, lo cual es indispensable para financiar la compra de la materia prima certificada (Nylon reciclado) antes de que se complete el ciclo de venta. Finalmente, ARTESANÍAS DE COLOMBIA es fundamental para la validación del valor artesanal del crochet de Innato, ofreciendo plataformas de promoción y facilitando la conexión con nuevas redes de artesanos para poder escalar la producción de manera ética y controlada.

5.2 Estructura Organizacional:

Nivel Directivo y Junta

La figura central es el Diseñador/Gerente General (1 empleado), quien asume el Nivel Directivo. Esta persona es responsable de la visión, la aprobación de las colecciones, la

gestión financiera (costos, precios, márgenes) y la negociación de alianzas estratégicas. La Junta Directiva es inicialmente de naturaleza consultiva, compuesta por el Fundador/Diseñador (con el 100% de participación en las decisiones estratégicas) y un Asesor Financiero y Legal Externo, que aporta la experiencia necesaria en exportación, aranceles y gestión de riesgos, sin participación accionaria.

Nivel Administrativo y Operativo

Inmediatamente debajo del Gerente se encuentra el Nivel Administrativo, cubierto por el Gestor de Operaciones y E-commerce (1 empleado). Este rol es crucial para la etapa inicial, encargándose de la logística diaria, la administración de la plataforma web, el manejo del inventario de seguridad y la realización del Control de Calidad Final de las prendas que llegan de los talleres.

El Nivel Operativo está completamente subcontratado. Este nivel lo conforman los Talleres Artesanales y de Confección en Medellín (estimados en 5 a 8 personas de forma indirecta). Estos individuos no son empleados directos en nómina, sino proveedores estratégicos pagados por pieza terminada. Esta estrategia de outsourcing mantiene la nómina directa de la marca en un mínimo de dos empleados (Directivo y Administrativo), asegurando bajos costos fijos y flexibilidad para la escalabilidad.

5.3 Aspectos Legales:

1. Tipo de Sociedad y Estado Legal

El tipo de sociedad más adecuado para Innato, en su etapa de nacimiento y dada la necesidad de limitar la responsabilidad personal del fundador y facilitar futuras inversiones, es la **Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.)**.

Justificación: La S.A.S. es la forma societaria más flexible en Colombia. Permite que Innato sea constituida con un **único accionista** (el Diseñador/Gerente General), tiene **responsabilidad limitada** hasta el monto de los aportes, y ofrece una gran libertad estatutaria para definir la estructura y la distribución de utilidades, lo que es ideal para un emprendimiento de moda.

Estado Legal Actual: La marca se encuentra en estado de **Pre-constitución**. Se requiere el registro ante la Cámara de Comercio de Medellín (CCM) para adquirir personalidad jurídica, obtener el NIT (Número de Identificación Tributaria) y formalizar la sociedad.

Legislación vigente y regulación

La actividad económica de Innato (diseño, confección y comercialización de moda sostenible) está regulada por diversas normativas en Colombia:

A. Normativa Laboral y Protección Social

- Código Sustantivo del Trabajo (CST): Rige la relación con los dos empleados directos (Gerente y Gestor *E-commerce*). Innato debe garantizar el cumplimiento de contratos, salarios, prestaciones sociales, vacaciones y cesantías.
- Seguridad Social: Obligación de afiliación de los empleados al Sistema de Seguridad Social Integral (Salud, Pensión y Riesgos Laborales - ARL). Es crucial para Innato formalizar contratos con los talleres artesanales subcontratados (Nivel Operativo) que especifiquen que estos asumen su propia seguridad social (contrato de servicios o mercantil) para delimitar la responsabilidad laboral.

B. Normativa Tributaria

- Estatuto Tributario (ET): Rige el régimen de impuestos. Innato debe registrarse como responsable del Impuesto sobre las Ventas (IVA), dado que su actividad genera ventas de bienes gravados.
- Impuesto de Renta: La S.A.S. Está sujeta al impuesto de renta empresarial.

C. Normativa de Registros y Protección Intelectual

- Registro Mercantil: Obligatorio ante la Cámara de Comercio de Medellín (CCM) para la S.A.S.
- Registro de Marca: Es vital registrar el nombre comercial "Innato" y su logo ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) para proteger la identidad de la marca.
- Protección de Diseños: Registrar ante la SIC los diseños industriales (patrones y estética) de las piezas de Crochet más exclusivas para defenderse contra la Amenaza A2 (Competencia Fast Fashion Imitadora).

D. Normativa Ambiental y Comercialización

- Normas Ambientales: Innato debe cumplir con las regulaciones sobre gestión de residuos generados en el Home Office y, más importante, exigir a sus talleres subcontratados y tintorerías el cumplimiento de las normas de vertimientos y el uso de teñidos responsables, en línea con su promesa sostenible.
- Estatuto del Consumidor (Ley 1480 de 2011): Rige la comercialización. Innato debe asegurar la información clara sobre precios, garantías (30 días) y la política de cambios y devoluciones en su plataforma e-commerce.

5.4 Costos Administrativos

- **Gastos de Personal:**

Los gastos se dividen en Mano de Obra Directa (MOD), que es variable y se paga por pieza a los artesanos subcontratados, y Mano de Obra Indirecta (MOI), que corresponde a la nómina fija.

1. Mano de Obra Indirecta (Nómina Fija - 2 Empleados Directos)

Se proyecta una nómina fija de \$3.500.000 COP mensuales por persona, que incluye salario base y las prestaciones de ley, para un total de \$7.000.000 COP al mes.

Concepto	Diseñador/Gerente General	Gestor de Operaciones y E-commerce	Total Mensual Estimado
Sueldo Base	\$2.500.000	\$2.000.000	\$4.500.000
Prestaciones Sociales	\$540.000	\$430.000	\$970.000
Parafiscales	\$460.000	\$370.000	\$830.000
ARL, Subsidios, etc.	\$200.000	\$150.000	\$350.000
Total Mensual por Cargo	\$3.700.000 COP	\$2.950.000 COP	\$6.650.000 COP
Total Anual Nómina Fija			\$79.800.000 COP

2. Costo de Mano de Obra Directa (Pagos al Destajo / Subcontratación)

Este costo es variable y está incluido en el Costo de Producción Unitario de cada prenda (aproximadamente \$55.000 COP por unidad), pagado directamente a los talleres artesanales y de confección en Medellín.

Periodo de Tiempo	Unidades a Producir (Lote)	Costo Promedio Unitario MOD	Costo de MOD por Periodo
Ene - Mar	92	\$55.000	\$5.060.000
Abr - Jun	129	\$55.000	\$7.095.000
Jul - Dic	409	\$55.000	\$22.495.000
	630		\$34.650.000 COP

Justificación de MOD: Este pago se realiza por honorarios / servicio (pago al destajo) a terceros, lo que elimina el costo de prestaciones sociales y parafiscales directos sobre este rubro para Innato.

3. Gastos de Dotación y Uniformes

Debido al modelo de Home Office y e-commerce, no se requieren uniformes, pero sí una inversión mínima en dotación administrativa.

Concepto	Detalle	Periodicidad	Costo estimado anual
Dotación Administrativa	Camisetas o prendas de la marca para el gerente y el gestor, utilizadas en ferias o eventos.	anual	\$400.000
Implementos de Bioseguridad	Guantes, tapabocas para el Control de Calidad Final y manejo de paquetes.	anual	\$150.000
TOTAL GASTOS DE DOTACIÓN			\$550.000 COP

- **Gastos de Puesta en Marcha:**

Estos gastos cubren la formalización legal, la protección intelectual y las licencias de software esenciales para la gestión de la marca en Medellín.

Concepto	Detalle de Gasto	Costo Estimado (COP)
1. Formalización de la S.A.S.	Registro Mercantil (CCM): Matrícula inicial de comerciante para una S.A.S. con capital mínimo (aprox. \$75M COP en activos para el primer tramo). Incluye matrícula, inscripción de documentos y libros	\$550.000



	iniciales.	
2. Protección Intelectual	Registro de Marca (SIC): Solicitud por una clase (Clase 25: Vestuario). Asumiendo que Innato aplica al descuento MIPYME como emprendimiento nuevo.	\$880.500
3. Licencias de Software (1 Año)	E-commerce (Shopify Basic): Plan anual estimado en \$19 USD/mes (aprox. 12 x \$76.000 COP) y una licencia de Diseño CAD (ej., Adobe Illustrator básico por 1 año).	\$1.800.000
4. Asesoría Legal y Tributaria	Honorarios para la constitución de la S.A.S., obtención del RUT, elaboración de estatutos y configuración inicial del régimen tributario.	\$1.000.000
5. Diseño de Empaque	Costos únicos de diseño gráfico para el arte final de bolsas biodegradables y etiquetas (hangtags).	\$450.000
6. Estudios y Certificados Iniciales	Costo de las primeras pruebas de calidad (fit y estabilidad dimensional) de las muestras piloto enviadas por los talleres.	\$500.000
TOTAL GASTOS DE PUESTA EN MARCHA		\$5.180.500 COP

Justificación de las Tasas

- **Registro de Marca (SIC):** Se utilizó el valor preferencial de \$880.500 COP para la solicitud por una clase con el descuento MIPYME (Micro, Pequeña y Mediana Empresa), al que Innato aplica como empresa naciente. La protección intelectual es el segundo gasto más alto por su importancia estratégica.
 - **Licencias de Software:** La estimación se ajustó al plan Shopify Basic facturado anualmente (aproximadamente \$19 USD/mes, dependiendo de la tasa de cambio) más el costo anual de un software de diseño esencial.
 - **Formalización CCM:** El costo de \$550.000 COP es un valor promedio que incluye la matrícula del comerciante y la inscripción inicial de libros/documentos para una S.A.S. de capital mínimo.
- **Gastos Anuales de Administración:**
Los siguientes gastos son fijos y necesarios para la gestión administrativa, comercial y el funcionamiento del e-commerce. Están valorizados para un periodo de un año.

Concepto	Detalle del Gasto	Periodicidad	Costo Estimado Anual (COP)
Servicios Públicos (Administrativo)	Consumo de energía, agua, y gas del área de home office (solo componente administrativo y de diseño).	Mensual	\$1.200.000
Conectividad y Comunicaciones	Internet de alta velocidad (esencial para e-commerce y software CAD) y plan de telefonía móvil.	Mensual	\$1.800.000
Mantenimiento General	Arreglos menores de la zona de diseño, compra de papelería, y suministros de oficina (tinta para impresora, etc.).	Anual	\$400.000

Contabilidad y Asesoría Legal	Honorarios mensuales del contador y asesorías legales puntuales (más allá de la constitución inicial).	Mensual	\$3.600.000
Seguros (Bienes y Responsabilidad)	Póliza básica de responsabilidad civil y seguro para los activos fijos (computador, máquina de muestreo, etc.).	Anual	\$500.000
TOTAL GASTOS ANUALES DE ADMINISTRACIÓN			\$7.500.000 COP

Justificación: El rubro más significativo aquí es la Asesoría Contable y Legal, vital para el cumplimiento tributario de la S.A.S. y la gestión de contratos con los talleres. Los Servicios Públicos se mantienen bajos (\$1.200.000 COP anuales) porque el consumo industrial (agua, energía para máquinas) es asumido por los talleres subcontratados.

6. Módulo Financiero

6.1 Ingresos

- **Fuentes de Financiación:**

El capital semilla necesario para el arranque de Innato provendrá de un aporte en efectivo directo del fundador, financiado por el retroactivo de pensión de su madre.

- Fuente de Recursos: Retroactivo de pensión familiar. Este capital se inyecta directamente a la S.A.S. como aporte de capital en efectivo del único accionista, lo que representa el 100% del patrimonio inicial.
- Cuantía del Aporte (Estimada): La inversión total requerida para poner en marcha el negocio y financiar el capital de trabajo inicial se estima en \$33.500.000 COP.

- Aporte para Implementación (Inversión Fija): Aproximadamente \$11.100.000 COP, destinado a cubrir los Gastos de Puesta en Marcha (registros, marca, software: \$5.180.500 COP) y las Inversiones Fijas en Infraestructura (equipos de diseño y gestión: \$5.900.000 COP).
- Aporte para Operación (Capital de Trabajo): Aproximadamente \$22.400.000 COP, destinado a financiar los primeros tres meses de Nómina Fija (Gerencia y Administración) y los costos de la Materia Prima y Mano de Obra Directa (MOD) para la primera tanda de producción, antes de que lleguen los ingresos por ventas.
- Aportes en Bienes o Servicios: En esta etapa inicial, todos los recursos se cuantifican en efectivo. Los aportes de servicios (como el tiempo del fundador) no se capitalizan, sino que se consideran parte de la mano de obra indirecta ya presupuestada.

Tasa de Rentabilidad Aspirada (T.R.A.)

Dada la naturaleza de alto valor y el nicho de lujo consciente de Innato, se debe aspirar a una alta rentabilidad para justificar el riesgo.

- **Tasa de Rentabilidad Efectiva Anual (T.R.A.):** El objetivo de la T.R.A. para el proyecto se establece en **25% Efectiva Anual**.
- **Justificación:** Esta tasa es significativamente superior a la inflación en Colombia y a las tasas de interés pasivas del mercado financiero. Refleja la alta rentabilidad potencial del nicho de lujo y la necesidad de recompensar el riesgo asociado con el desarrollo de una marca de moda naciente con altos costos variables unitarios.

- **Formatos Financieros:**

Las proyecciones se basan en la venta de 618 unidades en el Año 1, con un crecimiento conservador del 25% en el volumen de unidades vendidas para el Año 2, reflejando la consolidación de la marca y la superación de la capacidad productiva inicial.

Balance Inicial (Al Momento del Arranque)

El Balance inicial refleja la aplicación del capital semilla (\$33.500.000 COP) aportado por el fundador (proveniente del retroactivo de pensión) para cubrir las inversiones fijas y el capital de trabajo inicial.

Activo	Valor (COP)	Pasivo y Patrimonio	Valor (COP)
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVOS CORRIENTES	

Caja / Bancos	\$22.400.000	Cuentas por Pagar (Proveedores)	\$0
Inventario (Materia Prima inicial)	\$0	Otros Pasivos Corto Plazo	\$0
Cuentas por Cobrar	\$0	TOTAL PASIVO	\$0
ACTIVOS NO CORRIENTES		PATRIMONIO	
Inversiones Fijas (Infraestructura)	\$5.900.000	Capital Social (Aporte en Efectivo)	\$33.500.000
Gastos de Puesta en Marcha (Diferidos)	\$5.200.000	Utilidades Acumuladas	\$0
TOTAL ACTIVO	\$33.500.000	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$33.500.000

Estado de Resultados Proyectado (Años 1 y 2)

Se asume un Precio de Venta Promedio (PVP) de \$240.000 COP y un Costo Variable Promedio (CV) de \$115.500 COP por unidad.

Concepto	Año 1 (618 Unidades)	Año 2 (772 Unidades, +25%)
Ventas Netas (PVP x Unidades)	\$148.320.000	\$185.280.000
Costo de Venta (CV x Unidades)	\$71.409.000	\$89.261.250
Utilidad Bruta	\$76.911.000	\$96.018.750
Gastos Operacionales (Fijos)		
Mano de Obra Indirecta (MOI)	\$79.800.000	\$79.800.000
Gastos Administrativos Anuales	\$7.500.000	\$7.875.000

Utilidad Operacional (EBIT)	-\$10.389.000	\$4.353.750
Impuesto de Renta (35% sobre Utilidad)	\$0	\$1.523.813
Utilidad Neta del Período	-\$10.389.000	\$2.829.937

Análisis: Innato proyecta una pérdida operacional en el Año 1 debido a los altos costos fijos iniciales (Nómina y Gastos de Puesta en Marcha) y el bajo volumen de ventas inicial. El Año 2 alcanza rentabilidad neta gracias al aumento del volumen y la dilución de los costos fijos.

Flujo de Caja Proyectado (Años 1 y 2)

El Flujo de Caja muestra la capacidad de Innato para generar efectivo y mantenerse solvente, demostrando la necesidad del capital de trabajo inicial.

Concepto	Año 1 (COP)	Año 2 (COP)
SALDO INICIAL DE CAJA	\$22.400.000	\$10.387.000
INGRESOS DE CAJA		
Ventas Netas al Contado	\$148.320.000	\$185.280.000
Total Ingresos	\$148.320.000	\$185.280.000
EGRESOS DE CAJA		
Costo de Venta (Pago Proveedores/Artesanos)	\$71.409.000	\$89.261.250
Pagos de MOI (Nómina Fija)	\$79.800.000	\$83.790.000
Gastos Administrativos (Pagados)	\$7.500.000	\$7.875.000
Inversión Fija y Puesta en Marcha (Solo Año 1)	\$11.100.000	\$0
Impuestos Pagados (Renta y Otros)	\$0	\$1.523.813
Total Egresos	\$169.809.000	\$182.450.0063

FLUJO DE CAJA NETO	-\$21.489.000	\$2.829.937
SALDO FINAL DE CAJA	\$10.387.000	\$13.216.937

Análisis: El gran egreso por la Inversión Fija en el Año 1 (\$11.1M) genera un flujo de caja negativo, que es cubierto gracias al Capital de Trabajo inicial de \$22.4M. El saldo final de caja en el Año 1 es positivo, lo que demuestra que la marca es solvente para seguir operando sin requerir crédito externo.

6.2 Egresos

1. Índice de Actualización Monetaria (Tasa de Crecimiento de Egresos)

Este índice representa la tasa de crecimiento anual promedio que se espera para los egresos operacionales (costos fijos y variables) y se utiliza para proyectar los valores en el año 2 y siguientes.

- Índice de Actualización Monetaria: 5.0% Efectivo Anual (E.A.)

Justificación: Esta tasa se establece en línea con la proyección de inflación en Colombia (para los costos y gastos operativos como salarios, arriendos, servicios) más un pequeño margen de crecimiento, asegurando que los gastos proyectados en el Estado de Resultados y el Flujo de Caja se mantengan realistas.

2. Proyección de Inversiones Fijas y Diferidas Futuras

Para el Año 2, Innato proyecta una inversión estratégica orientada a fortalecer la capacidad productiva y la presencia digital, que son clave para sostener el crecimiento del 25% proyectado. No se contemplan Inversiones para el Año 1, ya que los gastos iniciales ya fueron cubiertos en la Puesta en Marcha.

Concepto	Tipo de Inversión	Justificación	Monto Proyectado (Año 2 - COP)
Ampliación de Infraestructura Digital	Inversión Fija	Actualización del hardware del computador y herramientas de diseño para mejorar la calidad de las imágenes y el manejo de datos	\$1.500.000

		de e-commerce.	
Maquinaria de Subcontratación (Indirecta)	Inversión Fija	Aporte de capital a uno de los talleres artesanales subcontratados para adquirir una nueva máquina de coser o mejorar su espacio, garantizando la calidad y la capacidad de Innato.	\$2.000.000
Protección Adicional de Diseño	Inversión Diferida	Registro de los diseños industriales (patrones de crochet más complejos) ante la SIC para reforzar la protección contra la competencia	\$1.000.000
TOTAL INVERSIONES FUTURAS			\$4.500.000 COP

Finalmente, consolidamos los gastos únicos de formalización (ya cuantificados) que son necesarios para el arranque. Estos valores se aplican totalmente en el Año 1.

Concepto	Aplicación	Monto (COP)
Gastos de Puesta en Marcha	Registros, marca, licencias de software y asesoría inicial.	\$5.180.500

6.3 Capital de Trabajo

El Capital de Trabajo (CT) es esencial para que Innato logre su puesta en marcha sin recurrir a deuda externa, manteniendo el perfil de bajo riesgo definido por la inversión familiar. Este capital se destina a financiar el ciclo operativo más largo del negocio:

desde la adquisición de la materia prima (Nylon reciclado y Crochet) y el pago a la mano de obra artesanal (MOD), hasta que las ventas de los productos de alto valor generen ingresos. Se ha determinado que la cantidad requerida debe cubrir los costos fijos de operación (nómina administrativa y gastos de home office) durante los primeros tres meses (un trimestre), además de la totalidad de los costos variables necesarios para producir el lote de lanzamiento. Este periodo de gracia permite a la marca estabilizar el proceso de subcontratación y construir el flujo de caja necesario antes de depender del ingreso por ventas. El monto total requerido se integra en el aporte de capital del fundador, lo que garantiza la liquidez inmediata para enfrentar el arranque.

Componente del Capital de Trabajo	Detalle y Justificación	Valor (COP)
1. Costos Fijos de Operación (3 Meses)	Pago de nómina fija (MOI: \$6.650.000) y gastos administrativos (\$625.000) durante el trimestre de arranque.	\$21.825.000
2. Costo del Primer Lote de Producción (92 Unidades)	Adquisición de materia prima, insumos (empaque) y pago al destajo de la mano de obra artesanal (MOD) para el lote inicial.	\$10.620.000
3. Reserva Operacional y Fulfillment	Fondo de reserva para cubrir costos de transporte y fulfillment iniciales, y variación en costos de MP.	\$1.055.000
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO REQUERIDO	(Monto financiado con el aporte de capital)	\$33.500.000

7. Plan Operativo

- **Cronograma de Actividades:**

Actividad Clave	Período (Semanas)	Metas a Lograr	Recursos Requeridos (Estimado)
FASE 1: LEGALIZACIÓN Y ESTRUCTURA			



1.1. Formalización de la S.A.S.	semana 1-2	Constitución legal de la S.A.S., obtención de RUT, y Registro Mercantil ante la CCM.	\$550.000 COP (Gastos de Puesta en Marcha)
1.2. Protección Intelectual	Semana 1-3	Solicitud de Registro de Marca (SIC).	\$880.500 COP (Gastos de Puesta en Marcha)
1.3. Adquisición de Infraestructura	Semana 2-3	Compra de Computador y Mesa de Diseño Instalación de software CAD y e-commerce	\$5.900.000 COP (Inversión Fija)
1.4. Contratación Administrativa	Semana 3-4	Contratación del Gestor de Operaciones y E-commerce e inducción sobre procesos de CCF y logística	\$6.650.000 COP (MOI Mes 1)
FASE 2: CADENA DE SUMINISTRO Y DISEÑO			
2.1. Alianzas Estratégicas	Semana 4-5	Firma de contratos y acuerdos de pago (pago al destajo) con Talleres Artesanales Subcontratados y Taller de Confección.	\$1.000.000 COP (Asesoría Legal inicial)
2.2. Aprovisionamiento de Materia Prima	Semana 6-8	Compra y recepción del Nylon Reciclado y Hilos Certificados para	\$10.620.000 COP (Capital de Trabajo - MP)



		el Lote Inicial de 92 unidades.	
2.3. Desarrollo del Prototipo Final	Semana 7-9	Pruebas de calidad (Estabilidad Dimensional) y ajustes finales de las 13 referencias, validando el fit y la técnica de crochet.	\$500.000 COP (Gastos de Puesta en Marcha - Pruebas)
FASE 3: PRODUCCIÓN Y LANZAMIENTO			
3.1. Producción Lote de Lanzamiento	Semana 10-12	Finalización de la confección y Control de Calidad Final (CCF) por parte del Gestor de Operaciones.	\$6.650.000 COP (MOI Mes 2)
3.2. Desarrollo Digital y Marketing	Semana 10-12	Diseño final de empaque, toma de fotos profesionales de la colección, y carga de productos a la plataforma e-commerce.	\$450.000 COP (Gastos de Puesta en Marcha - Diseño)
3.3. Activación Logística	Semana 12	Contrato y configuración con el operador de Fulfillment (Logística y Despachos). Marca Lista para la Venta.	\$6.650.000 COP (MOI Mes 3)

TOTAL REQUERIMIE NTO POR PERÍODO	Meses 1-3	Formalización, Infraestructura, Producción y Activación de Ventas.	\$33.500.000 COP
---	-----------	--	---------------------

El cronograma muestra que el capital de trabajo de \$33.500.000 COP se consume en los primeros tres meses, siendo la Mano de Obra Indirecta (Nómina Fija) y la compra de Materia Prima los recursos más importantes para el arranque. La meta final es que, al finalizar el tercer mes, Innato esté en condiciones de recibir pedidos en su plataforma e-commerce.

Metas Sociales:

El proyecto Innato trasciende la mera comercialización de moda, centrándose en el **lujo consciente** y la **valoración del trabajo artesanal**, lo que genera un impacto social significativo y medible en su entorno.

Marco en el Plan Nacional y Regional de Desarrollo

El proyecto se enmarca perfectamente en las estrategias de desarrollo que buscan la **diversificación productiva** en Colombia, con especial relevancia en Antioquia.

1. **Plan Nacional de Desarrollo (PND):** Innato se alinea con el eje de "**Transformación Productiva, Internacionalización y Acción Climática**". Al utilizar **Nylon y fibras recicladas**, la marca contribuye a la economía circular y la acción climática. Además, la **subcontratación artesanal** formal y con pago justo soporta la estrategia de la **Economía Popular y Comunitaria**, generando ingresos dignos y valorizando los saberes tradicionales.
2. **Plan Regional de Desarrollo (Antioquia y Medellín):** La marca contribuye directamente al fortalecimiento de la **vocación textil-confección** de la región. Al basar su operación en Medellín, Innato impulsa la **cadena de valor** local, desde la confección técnica hasta el trabajo especializado de crochet, reforzando la imagen de Medellín como epicentro de **moda innovadora y sostenible**.

Asociación a Clúster o Cadena Productiva

El proyecto Innato se asocia directamente al **Clúster Moda y Fabricación** de Medellín y Antioquia. Este clúster es un motor de la economía regional y está en constante evolución hacia la **sostenibilidad y la innovación**. Innato, como marca de lujo que usa insumos certificados (OEKO-TEX) y procesos artesanales, se posiciona como un actor clave en la **Cadena de Valor de la Moda Consciente** y la **Economía Naranja** dentro de este ecosistema.

Empleo Generado y Características de la Población

Innato mantiene una **estructura de empleo directo ligera** (2 personas) pero genera un impacto significativo en el **empleo indirecto y de calidad**.

Tipo de Empleo	Cantidad	Características de la Población
Empleo Directo	2 Empleados	Población profesional joven (Diseñador/Gerente y Gestor de Operaciones). Se busca personal con alta cualificación en gestión de e-commerce, diseño CAD y sensibilidad por la sostenibilidad.
Empleo Indirecto	5 a 8 Artesanos (Inicialmente)	Artesanos expertos en Crochet y Mujeres Cabezas de Hogar que forman parte de los talleres subcontratados en Medellín. Se busca población con alta destreza manual y que se beneficia del pago al destajo justo que garantiza la sostenibilidad económica de la labor artesanal.

El enfoque social de Innato es generar empleo de calidad y formalizar la mano de obra artesanal, asegurando que los beneficios económicos del precio premium se traduzcan en ingresos dignos y estables para las comunidades tejedoras en la región de Antioquia.

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

El proyecto Innato genera un impacto sistémico y positivo, fundado en su modelo de negocio de **lujo consciente** y producción artesanal. A nivel **económico**, la marca impulsa la actividad regional proyectando ventas netas que ascenderán a **\$185 millones de pesos** para el segundo año, generando una base de **dos empleos directos** cualificados en gestión y



INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA
PASCUAL BRAVO[®]
Vigilada Mineducación

diseño, y lo más crucial, inyectando capital en la base productiva al crear ingresos estables para **5 a 8 artesanos y talleres subcontratados** en el área de Medellín. Este impulso económico contribuye al **Clúster Moda y Fabricación** regional, elevando los estándares de la cadena de valor. Desde el aspecto **social**, Innato se distingue por la **dignificación del oficio artesanal**, estableciendo un sistema de pago justo que beneficia principalmente a **mujeres tejedoras expertas**, contribuyendo a la estrategia de **Economía Popular** del país mediante la formalización de su labor. Finalmente, el impacto **ambiental** es proactivo: Innato mitiga su huella de carbono utilizando **Nylon Reciclado** y fibras certificadas **OEKO-TEX** en sus productos, reduciendo la dependencia de recursos vírgenes. Esta coherencia ambiental se respalda con un costo anual de aproximadamente **\$600.000 COP** para mantener los estándares de sostenibilidad y auditar mínimamente a los proveedores, asegurando que el producto final sea tan ético como elegante.

BIBLIOGRAFÍA:

- Business of Fashion, & McKinsey & Company. (2023). *The State of Fashion 2023*. McKinsey & Company.
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2023). *Mapa de oportunidades de la moda en Bogotá*. Cámara de Comercio de Bogotá.
- DANE. (2023). *Encuesta de gasto de los hogares*. Departamento Administrativo Nacional de Estadística.
- DIAN. (2024). *Arancel de aduanas y clasificación arancelaria*. Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. <https://www.dian.gov.co>
- Envía. (2024). *Calculadora de tarifas*. <https://www.envia.co>
- Mercado Pago. (2024). *Comisiones por transacción en Colombia*. <https://www.mercadopago.com.co>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2024). *Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE)*. <https://www.vuce.gov.co>
- PayU Latam. (2024). *Tarifas para comercios*. <https://www.payulatam.com>
- ProColombia. (2023). *Guía del exportador textil y moda*. ProColombia.
- SENA. (2023). *Guía técnica para la formación empresarial y textil*. Servicio Nacional de Aprendizaje.
- Servientrega. (2024). *Tarifas nacionales*. <https://www.servientrega.com>
- Wompi. (2024). *Tarifas y comisiones*. <https://www.wompi.co>
- Kotler, P. y Keller, K. L. (2024). *Dirección de Marketing*. Pearson Education.
- McCarthy, E. J. (1960). *Basic Marketing: A Managerial Approach*. Richard D. Irwin. (Marco de las 4 P's).
- Normas contables y financieras. (s.f.). *Modelo de Costo-Volumen-Utilidad y Punto de Equilibrio*.
- Presidencia de la República de Colombia. (2008). *Ley 1258 de 2008: Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada (SAS)*. Diario Oficial.
- Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia. (2024). *Tarifas de Matrícula Mercantil y Registro*. Obtenido de <https://www.camaramedellin.com.co>
- Coordinadora. (2025). *Tarifas promedio de envío nacional*. Obtenido de <https://www.coordinadora.com/tarifas>
- DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales). (2024). *Estatuto Tributario y normatividad del Impuesto al Valor Agregado (IVA)*. Obtenido de <https://www.dian.gov.co>
- Proveedores de Logística. (2025). *Tarifas de almacenamiento y fulfillment para e-commerce en Colombia*. (Estimación de costos de mercado).
- Servitalent. (2024). *Informe salarial de marketing digital y creativo para Latinoamérica*. <https://www.servitalent.com>
- Workana. (2024). *Tarifas promedio de servicios freelance en Latinoamérica*. <https://www.workana.com>
- Fiverr. (2024). *Precios de servicios freelance y social media*. <https://www.fiverr.com>
- Hostinger. (2024). *Planes y precios de hosting en Colombia*. <https://www.hostinger.co>
- GoDaddy. (2024). *Precios de dominios y servicios web*. <https://www.godaddy.com>

- Clutch. (2024). *Costos promedio de desarrollo web en América Latina*. <https://www.clutch.co>
- Google. (2024). *Benchmarks de publicidad digital para Latinoamérica*. Think With Google. <https://www.thinkwithgoogle.com>
- Hootsuite. (2024). *Digital Trends Report*. <https://www.hootsuite.com>
- Inexmoda. (2024). *Informe de consumo y prospectiva de moda*. <https://www.inexmoda.org.co>
- Cámara Colombiana de Comercio Electrónico. (2024). *Reporte de e-commerce en Colombia*. <https://www.ccce.org.co>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE. (2024). *Estadísticas de comercio y servicios creativos*. <https://www.dane.gov.co>