

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

DEAM: Departamento de Economía, Administración y Mercadología

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

ECONOMÍA SOLIDARIA Y TRABAJO DIGNO

Programa Desarrollo de Estrategias Comerciales Nacionales e Internacionales



**ITESO, Universidad
Jesuita de Guadalajara**

PROYECTO:

3J04 Inteligencia Cultural y Comercial para los Negocios Internacionales

**Manual para la participación en la Feria Colombia- Moda en Medellín, Colombia para
la marca de ropa Dragona**

PRESENTAN:

Lic. Mercadotecnia y Dirección Comercial Ana Ruth Clark Infante

Lic. Mercadotecnia y Dirección Comercial Xally Yameli Castillo González

Lic. Mercadotecnia y Dirección Comercial Daniela Ayala Lozano

Lic. Mercadotecnia y Dirección Comercial Maria Jose Sandoval Rosas

Lic. Negocios y Mercados Digitales Maria Fernanda Mulgado Servin

PROFESOR PAP:

Dr. Eduardo Antonio Revilla Taracena

Tlaquepaque, Jalisco, 11 de Mayo de 2026

ÍNDICE

1. Fundamentación del trabajo	3
1.1 Descripción del proyecto	3
1.2. Descripción general del contexto de la empresa	6
1.3. Problemática que enfrenta el proyecto y oportunidades que presenta en la internacionalización	6
1.4. Validación de las condiciones de participación: feria, exposición internacional o misión comercial	8
2. Contexto y problemática	10
2.1. Características generales del mercado de la moda (Jalisco)	10
2.2. Problemática actual contexto económico	11
3. Proceso de selección de proyectos	13
3.1. Características generales de la Feria	13
3.2. Justificación de participación	14
3.3. Beneficios de la participación	16
4. Análisis del mercado: segmento, competencia, producto, consumidor de Colombia	18
4.1. Segmentación socioeconómica de Colombia	18
4.2. Características del consumidor de arte	19
4.3. Perfil y características de un coleccionista de arte en Colombia	20
4.4. Perfil cultural de Colombia (Hofstede).	20
5. Planeación logística y aduanera de la misión	21
5.1. Operación aduanal del proyecto: ingresó al mercado, clasificación arancelaria, Incoterm propuesto, características y beneficios	21
5.2. Régimen de exportación temporal: características, requisitos y escenarios supuestos	23
5.3. Documentos y trámites requeridos: ida y vuelta (despacho aduanal)	24
5.4. Seguros de transportación: ida y vuelta	25
5.5. Propuesta Landed Cost: ida y vuelta. Costos de transporte, seguros, aranceles, servicios aduaneros, manipulación del producto, costos administrativos y costos indirectos	29
5.6. Elementos clave y riesgos de cadena de suministros para la internacionalización	32
5.7. Empaque y embalaje: criterios para el costeo (peso, volumen y material)	33
5.8. Evaluación de riesgos operativos y plan de contingencia	36
5.9. Estrategias para reducir el costo en la cadena logística y la huella de carbono	37
6. Propuesta de valor agregado al producto	38
6.1. Propuesta y análisis de ROI	38
6.2. Propuesta, análisis y mejora del precio nacional e internacional	39
6.3. Propuesta de certificaciones (Hecho en México, sustentabilidad, etc.)	46
6.4. Producto y video	46
6.5. Propuesta y activación de marca en punto de venta	47

6.6. Propuesta de tropicalización y mejora de: producto, logo, empaque, etiquetado	48
6.7. Storytelling de la marca	50
6.8. Consultoría de redes sociales vinculadas a la estrategia comercial	51
6.9. Propuesta de stand estratégico y producto promocional sustentable	57
6.10. Focus Group de mejora de: precio, producto y análisis del consumidor	59
7. Análisis financiero de la misión comercial internacional	60
8. Análisis de tendencias y competencia	63
8.1 Análisis de productos similares y competencia directa: precio, calidad y diferenciadores	63
8.2 Innovaciones y tendencias en el producto	65
8.3 Innovaciones en el modelo de negocio	66
8.4 Propuesta de experiencia de compra	68
9. Programas de fomento, apoyos y financiamiento para participar en ferias, bienales y misiones internacionales	69
9.1. Apoyos federales	69
9.2. Programas internacionales de apoyo	70
9.3. Apoyos estatales	71
Conclusiones Generales	73
Referencias bibliográficas	75

1. Fundamentación del trabajo

1.1 Descripción del proyecto

La siguiente información fue obtenida mediante una entrevista realizada a Paola Alcaraz, emprendedora y fundadora de la marca Dragona, por lo que la referencia se incluye dentro de la lista final de referencias del proyecto como comunicación personal.

Dragona es una marca emergente de moda alternativa enfocada en la creación de prendas con identidad disruptiva, artística y experimental. La marca se distingue por desarrollar propuestas visuales fuera de lo convencional, inspiradas en influencias punk, urbanas, drag y estilos alternativos que buscan romper con los estándares tradicionales de la moda comercial.

La esencia de Dragona se basa en la autoexpresión, la autenticidad y la individualidad, utilizando la moda como una herramienta de representación personal y creativa. Sus diseños destacan por el uso de siluetas llamativas, detalles únicos, mezclas visuales arriesgadas y una fuerte carga estética que convierte cada prenda en una pieza de alto impacto visual (Alcaraz, comunicación personal, 2026).

La marca está dirigida principalmente a consumidores jóvenes y adultos interesados en estilos alternativos, arte, cultura urbana y propuestas independientes. Su público objetivo valora la originalidad, la exclusividad y el diseño de autor, buscando prendas que reflejen personalidad y diferenciación.

Asimismo, Dragona trabaja bajo una propuesta de producción más creativa y limitada, alejándose de la lógica de la moda masiva. Esto permite ofrecer piezas con mayor identidad y valor simbólico, fortaleciendo la conexión emocional entre la marca y el consumidor.

Además de la creación de prendas, la marca integra elementos visuales, performáticos y culturales dentro de su estrategia de posicionamiento, desarrollando shootings, activaciones y experiencias que refuerzan su universo estético y conceptual.

Entre las principales características de Dragona destacan:

- Diseño alternativo y disruptivo.
- Influencias punk, drag y urbanas.

- Identidad visual fuerte y diferenciada.
- Producción creativa y de autor.
- Enfoque en exclusividad y autenticidad.
- Propuesta dirigida a nichos alternativos y artísticos.
- Integración de moda, arte y expresión cultural.
- Estética experimental y de alto impacto visual.

En conjunto, Dragona representa una propuesta de moda independiente que busca posicionarse como una marca auténtica, innovadora y con una visión artística dentro del mercado de moda alternativa.

Marca personal

La marca personal de Dragona nace desde la visión creativa de una diseñadora que utiliza la moda como una forma de expresión artística, identidad y rebeldía estética. Más que crear ropa, el proyecto surge como una manera de transformar emociones, referencias culturales y experiencias personales en piezas visuales con carácter propio.

Desde sus inicios, Dragona se ha distinguido por romper con lo convencional, desarrollando una propuesta inspirada en la estética punk, drag, urbana y alternativa. La marca refleja una personalidad fuerte, auténtica y experimental, donde cada diseño busca transmitir libertad creativa, individualidad y empoderamiento. Su esencia conecta con personas que no buscan encajar en tendencias tradicionales, sino expresar quiénes son a través de su imagen.

Uno de los elementos más distintivos de Dragona es que la diseñadora forma parte activa de la narrativa de la marca. Su estilo personal, proceso creativo y visión artística se convierten en parte del universo visual del proyecto, generando una identidad más humana y cercana. Esto permite que la marca no solo venda prendas, sino también una historia, una actitud y una comunidad relacionada con la autenticidad y la autoexpresión.

La construcción de la marca personal también se fortalece mediante shootings conceptuales, activaciones culturales, colaboraciones artísticas y experiencias performáticas que reflejan la esencia disruptiva de Dragona. Cada colección busca comunicar una narrativa visual distinta, manteniendo siempre una estética arriesgada y emocionalmente expresiva.

Asimismo, la marca destaca por su enfoque artesanal y creativo, donde el valor no solo está en el producto final, sino en el proceso, la intención artística y la identidad detrás de cada pieza. Esto genera una conexión emocional con consumidores interesados en propuestas originales, independientes y con significado.

En conjunto, la marca personal de Dragona representa una propuesta auténtica, creativa y disruptiva, construida desde la pasión por el arte, la moda alternativa y la necesidad de crear espacios de expresión libres, inclusivos y visualmente impactantes.

(Información obtenida mediante entrevista con Paola Alcaraz, comunicación personal, 2026)

Oferta de valor

De acuerdo con Kotler y Keller (2016), la oferta de valor se define como el conjunto de beneficios y atributos que una empresa promete entregar a sus consumidores para satisfacer sus necesidades y diferenciarse de la competencia. La oferta de valor permite comunicar por qué un cliente debería elegir una marca específica frente a otras opciones disponibles en el mercado.

En el caso de Dragona, la principal oferta de valor consiste en ofrecer prendas exclusivas con diseño original, elaboradas desde una perspectiva artística, alternativa y disruptiva. A diferencia de la moda masiva, la marca brinda piezas con identidad propia que permiten al consumidor expresar su estilo de manera auténtica y diferenciada.

Entre los principales atributos de valor de Dragona destacan:

- Diseños únicos y diferenciados.
- Producción creativa y enfoque artesanal.
- Prendas con alto impacto visual.
- Identidad de marca sólida y memorable.
- Exclusividad y personalización.
- Conexión emocional con consumidores que valoran la individualidad y la autoexpresión.

Asimismo, Dragona busca construir una experiencia estética y simbólica alrededor de cada colección, fortaleciendo la conexión entre moda, arte y narrativa visual.

En síntesis, Dragona no solo comercializa ropa, sino una propuesta creativa dirigida a consumidores que buscan autenticidad, originalidad y formas de expresión personal alejadas de la moda comercial tradicional.

1.2. Descripción general del contexto de la empresa

Dragona se desarrolla dentro del sector de la moda independiente y alternativa en México, un mercado caracterizado por consumidores que buscan propuestas auténticas, creativas y diferenciadas frente a la oferta de moda comercial masiva. En los últimos años, este sector ha crecido gracias al impulso de redes sociales, el comercio digital y la preferencia por marcas con identidad propia y producción más personalizada.

De acuerdo con la información obtenida mediante entrevista realizada a Paola Alcaraz, fundadora de la marca, el contexto actual presenta oportunidades importantes para Dragona, ya que existe un segmento de mercado conformado principalmente por jóvenes y adultos interesados en la autoexpresión, la originalidad y el consumo de productos con valor simbólico. Estos consumidores no solo adquieren prendas por necesidad funcional, sino también como una extensión de su personalidad e identidad (Alcaraz, comunicación personal, 2026).

Sin embargo, Dragona también opera en un entorno altamente competitivo, donde conviven marcas nacionales emergentes, diseñadores independientes y grandes empresas de moda rápida con mayor capacidad financiera, presencia digital y alcance comercial. Esto obliga a la marca a diferenciarse constantemente mediante creatividad, propuesta visual sólida y estrategias de comunicación efectivas.

A nivel interno, la marca se encuentra en una etapa de consolidación y crecimiento, lo que implica retos relacionados con posicionamiento, estructura de costos, formalización administrativa, selección de proveedores y ampliación de canales de venta. Asimismo, requiere fortalecer su presencia digital y generar mayor confianza en el consumidor mediante contenido estratégico y experiencias de marca.

En este contexto, la principal oportunidad para Dragona radica en capitalizar su identidad disruptiva y transformarla en una ventaja competitiva sostenible, conectando con nichos específicos del mercado que valoran la exclusividad, el diseño alternativo y la autenticidad.

1.3. Problemática que enfrenta el proyecto y oportunidades que presenta en la internacionalización

A partir del análisis realizado por el equipo mediante observación, entrevistas y evaluación del proyecto, se identificó que Dragona, como marca emergente de moda alternativa, enfrenta diversas problemáticas propias de los emprendimientos creativos en etapa de crecimiento. El equipo observó que una de las principales dificultades es la limitada visibilidad comercial frente a marcas consolidadas y empresas de moda rápida que cuentan con mayores recursos económicos, campañas publicitarias amplias y una presencia digital más posicionada. Esto dificulta la captación de nuevos clientes y limita la expansión de la marca dentro de mercados más amplios.

Asimismo, el equipo analizó la necesidad de fortalecer la estructura interna y profesionalizar distintos procesos del proyecto. Actualmente, Dragona enfrenta retos relacionados con la definición estratégica de precios, ya que en ocasiones el costo de las prendas no comunica completamente el valor artesanal, creativo y exclusivo detrás de cada diseño. Esto puede generar confusión en el consumidor y afectar la percepción de valor de la marca.

También se identificó que la marca aún se encuentra en proceso de formalización legal mediante el registro ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI). El equipo consideró que la falta de este registro representa riesgos importantes, como la vulnerabilidad frente al uso indebido del nombre o diseños de la marca, dificultades para generar alianzas comerciales formales y limitaciones para expandirse profesionalmente en mercados nacionales e internacionales.

De igual manera, durante el análisis del proyecto y el focus group realizado, el equipo detectó la necesidad de ampliar la diversidad de prendas y desarrollar propuestas más versátiles. Aunque la estética disruptiva es uno de los principales diferenciadores de Dragona, algunos consumidores buscan piezas más combinables y funcionales para uso cotidiano sin perder la esencia alternativa de la marca.

Otro aspecto observado fue la carencia de recursos visuales estratégicos y contenido constante en redes sociales. El equipo identificó que la falta de fotografías profesionales, videos, campañas visuales y contenido digital puede afectar el posicionamiento, reducir el alcance orgánico y limitar la conexión emocional con nuevos consumidores, especialmente considerando que gran parte del mercado de moda independiente se desarrolla actualmente a través de plataformas digitales.

A pesar de estos retos, el equipo también identificó oportunidades importantes de internacionalización para Dragona debido al crecimiento global de consumidores interesados en moda independiente, autenticidad y propuestas creativas con identidad propia. Mercados internacionales, especialmente en sectores urbanos y alternativos, muestran interés por marcas emergentes con narrativa visual y cultural diferenciada.

Asimismo, el equipo consideró que las plataformas digitales, el comercio electrónico y la participación en ferias internacionales como Colombiamoda Colombia permiten que proyectos emergentes accedan a nuevos públicos sin necesidad de contar inicialmente con infraestructura física en el extranjero. Esto representa una oportunidad estratégica para posicionar a Dragona dentro del mercado latinoamericano y fortalecer su crecimiento internacional.

En conclusión, el equipo determinó que, aunque Dragona enfrenta retos relacionados con profesionalización, estructura comercial y posicionamiento digital, la marca cuenta con un alto potencial de internacionalización si logra fortalecer su identidad legal, optimizar su estrategia de precios, ampliar su propuesta comercial y consolidar una comunicación visual más sólida y constante.

(Información obtenida mediante entrevista con Paola Alcaraz, comunicación personal, 2026).

1.4. Validación de las condiciones de participación: feria, exposición internacional o misión comercial

Con el objetivo de impulsar el crecimiento y la proyección internacional de la marca Dragona, se realizó la búsqueda y análisis de espacios comerciales internacionales enfocados en

moda, diseño emergente y creatividad independiente. A partir de esta investigación, se identificó a **Colombiamoda 2026**, realizada en Plaza Mayor Medellín, Colombia, como una de las plataformas más estratégicas para el posicionamiento y expansión de la marca dentro del mercado latinoamericano.

Colombiamoda es organizada por **Inexmoda**, institución fundada en Colombia en 1987 con el propósito de fortalecer la industria textil, de confección, diseño y moda del país. Desde entonces, Inexmoda se ha consolidado como uno de los organismos más importantes de Latinoamérica en temas de innovación, internacionalización y desarrollo de negocios relacionados con la moda. Como parte de sus iniciativas, creó Colombiamoda, considerada actualmente la Semana de la Moda de Colombia y una de las ferias más importantes de América Latina (Inexmoda, 2025).

La relevancia de Colombiamoda radica en que funciona no solo como una feria comercial, sino también como una plataforma integral de negocios, networking, tendencias e innovación. El evento reúne compradores especializados, diseñadores, medios de comunicación, inversionistas y marcas emergentes de distintos países, permitiendo fortalecer conexiones comerciales y generar oportunidades de internacionalización.

De acuerdo con información oficial de la feria, durante los últimos años Colombiamoda ha recibido:

- Más de 300,000 visitantes.
- Más de 2,000 marcas expositoras.
- Más de 60,000 compradores internacionales.
- Participación e impacto en más de 50 países (Inexmoda, 2025).

Para Dragona, esta feria representa una oportunidad importante debido a que su propuesta estética disruptiva, artística y alternativa puede conectar con públicos interesados en diseño de autor, moda independiente y propuestas diferenciadas. Además, Colombiamoda cuenta con categorías relacionadas con moda, accesorios, diseño y marcas de autor, lo cual resulta compatible con la identidad visual y conceptual de la marca.

Asimismo, el evento no solo funciona como espacio de exhibición comercial, sino también como una plataforma de networking, posicionamiento y aprendizaje para empresas emergentes. La feria integra:

- Pasarelas y experiencias de marca.
- Espacios de conocimiento y conferencias.
- Actividades relacionadas con sostenibilidad e innovación.
- Networking y generación de negocios internacionales.

Por otro lado, también se analizaron las ventajas de las misiones comerciales y exposiciones internacionales, ya que estas permiten explorar nuevos mercados, generar relaciones comerciales y detectar oportunidades de exportación. Para Dragona, participar en este tipo de iniciativas podría facilitar el contacto con compradores, distribuidores y posibles colaboradores internacionales.

Para validar la posible participación de la marca en Colombiamoda, se consideraron diversos factores estratégicos y operativos, tales como:

- Capacidad de producción para responder a una posible demanda internacional.
- Definición clara de costos, precios y márgenes de rentabilidad.
- Formalización fiscal y registro de marca.
- Desarrollo de material promocional profesional y portafolio visual.
- Presencia digital sólida y redes sociales activas.
- Capacidad logística y financiera para traslado de mercancía, montaje y participación en feria.
- Producción de contenido audiovisual y branding de marca.

La presentación oficial de Colombiamoda también señala que la participación incluye espacios de exhibición desde 9 m², visibilidad en la guía oficial de expositores, acceso a compradores especializados y posibilidad de integrarse a experiencias de marca y rutas de sostenibilidad (Inexmoda, 2025).

En conclusión, Dragona presenta potencial para participar en espacios comerciales internacionales como Colombiamoda, ya que su identidad alternativa y propuesta visual diferenciada pueden generar interés dentro del mercado latinoamericano. Sin embargo, para aprovechar completamente este tipo de oportunidades, la marca necesita continuar fortaleciendo su estructura interna, estrategia comercial y posicionamiento visual y digital.

2. Contexto y problemática

2.1. Características generales del mercado de la moda (Jalisco)

La industria de la moda representa uno de los sectores creativos con mayor crecimiento y dinamismo tanto en México como en Latinoamérica, impulsada por la innovación, el diseño independiente y las nuevas tendencias de consumo. Dentro de este contexto, la promoción internacional se ha convertido en una herramienta estratégica para fortalecer la competitividad de las marcas emergentes, permitiéndoles acceder a nuevos mercados, generar visibilidad y establecer relaciones comerciales a nivel global.

Las ferias internacionales, exposiciones y misiones comerciales funcionan como plataformas clave para conectar creatividad, negocios e innovación dentro de la industria de la moda. Además de facilitar oportunidades de exportación y networking, estos espacios permiten identificar tendencias, conocer consumidores internacionales y fortalecer el posicionamiento de marca.

A partir del análisis realizado, se identificó a Colombiamoda 2026, organizada por Inexmoda en Medellín, Colombia, como una de las plataformas más relevantes para el posible proceso de internacionalización de Dragona. Esta feria reúne miles de visitantes, compradores especializados, marcas emergentes y empresas de distintos países, convirtiéndose en un espacio estratégico para el desarrollo comercial y creativo dentro del mercado latinoamericano.

La propuesta estética de Dragona, basada en una identidad alternativa, artística y disruptiva, presenta potencial para conectar con consumidores interesados en moda independiente, diseño de autor y propuestas visuales diferenciadas. Asimismo, la participación en este tipo de eventos permitiría fortalecer la presencia internacional de la marca, generar networking y validar la aceptación de la colección dentro de nuevos mercados.

Sin embargo, también se identificó la necesidad de fortalecer distintos aspectos internos relacionados con producción, costos, formalización legal, registro de marca, branding y presencia digital, ya que estos elementos son fundamentales para competir de manera más profesional dentro de espacios internacionales.

En conclusión, las ferias y misiones comerciales representan oportunidades importantes para impulsar el crecimiento de Dragona y comenzar un proceso gradual de internacionalización. Además de generar posibles beneficios económicos y comerciales, la participación en Colombiamoda permitiría fortalecer el posicionamiento de la marca dentro de la industria de moda alternativa y diseño independiente en Latinoamérica.

2.2. Problemática actual contexto económico

Dragona opera dentro de un contexto económico complejo y competitivo para las marcas emergentes de moda en México. Actualmente, el país enfrenta condiciones económicas marcadas por inflación, aumento en costos de producción y cambios en los hábitos de consumo, factores que impactan directamente a pequeñas empresas y emprendimientos creativos.

Uno de los principales retos económicos para la industria de la moda es el incremento constante en el precio de materias primas como telas, insumos textiles, estampados, maquinaria y procesos de producción. Esto provoca que las marcas independientes tengan mayores dificultades para mantener márgenes de rentabilidad sin elevar significativamente el precio final de sus productos.

Además, el contexto económico ha provocado que muchos consumidores prioricen gastos básicos y reduzcan compras consideradas no esenciales, como prendas de diseño independiente o moda alternativa. Debido a esto, Dragona enfrenta el desafío de comunicar de manera más clara el valor artístico, creativo y exclusivo de sus prendas para justificar sus precios frente a opciones más económicas del mercado.

Otro factor importante es la fuerte competencia de empresas de moda rápida y grandes marcas comerciales que cuentan con mayores recursos financieros, campañas publicitarias masivas y posicionamiento digital consolidado. Estas empresas ofrecen productos a precios más accesibles y con alta disponibilidad, dificultando que marcas emergentes puedan competir en volumen y alcance comercial.

Asimismo, el mercado mexicano presenta desafíos relacionados con la informalidad dentro del sector moda, donde muchos emprendimientos operan sin estructuras fiscales o administrativas sólidas. En el caso de Dragona, aún existen áreas por fortalecer, como la formalización legal de la marca, el registro ante el IMPI, la definición estratégica de costos y la optimización de procesos productivos y comerciales.

También se identifican limitaciones económicas relacionadas con:

- Producción limitada.
- Acceso reducido a inversión o financiamiento.
- Costos elevados de promoción y publicidad digital.

- Dificultades logísticas para expansión nacional e internacional.
- Dependencia de redes sociales como principal canal de venta y visibilidad.

Sin embargo, dentro de este contexto también existen oportunidades importantes. El crecimiento del comercio electrónico, las redes sociales y el consumo de marcas independientes ha permitido que proyectos emergentes puedan posicionarse de manera más accesible sin requerir grandes infraestructuras físicas. Asimismo, existe una tendencia creciente hacia el consumo de productos auténticos, artesanales y con identidad propia, especialmente entre consumidores jóvenes interesados en propuestas diferentes a la moda masiva.

En el caso de Dragona, su propuesta estética disruptiva y alternativa representa una oportunidad de diferenciación dentro del mercado creativo. No obstante, para aprovechar este potencial, la marca necesita fortalecer su estructura comercial, optimizar costos, mejorar su presencia digital y desarrollar estrategias que le permitan competir de manera más sólida dentro del sector moda.

Dragona enfrenta retos económicos relacionados con inflación, costos de producción, competencia y formalización empresarial; sin embargo, el crecimiento de la moda independiente y las plataformas digitales también abren oportunidades importantes para el desarrollo y posicionamiento de la marca tanto a nivel nacional como internacional.

3. Proceso de selección de proyectos

3.1. Características generales de la Feria

La feria seleccionada como oportunidad estratégica para la marca Dragona es Colombiamoda 2026, organizada por Inexmoda en Plaza Mayor Medellín, Colombia. Este evento es considerado una de las plataformas de moda, negocios e innovación más importantes de América Latina, ya que reúne a empresas, diseñadores, compradores y especialistas de la industria textil y de confección de distintos países (Inexmoda, 2025).

Una de las principales características de la feria es su enfoque comercial y de networking internacional. De acuerdo con información oficial de Colombiamoda, durante los últimos años el evento ha reunido:

- Más de 300,000 visitantes.
- Más de 2,000 marcas expositoras.
- Más de 60,000 compradores especializados.
- Participación e impacto en más de 50 países.

Asimismo, en su edición 2025 la feria registró:

- Aproximadamente 60,000 asistentes.
- Más de 12,000 compradores nacionales e internacionales.
- Cerca de 650 expositores.
- Una derrama económica superior a 17 millones de dólares para Medellín (Inexmoda, 2025).

Otro aspecto importante es el perfil de las personas que asisten al evento. Entre los asistentes destacan:

- Compradores especializados.
- Distribuidores y mayoristas.
- Diseñadores y marcas emergentes.
- Proveedores textiles y de confección.
- Medios de comunicación y prensa especializada.
- Influencers y creadores de contenido.
- Inversionistas y empresarios del sector moda.

La feria también cuenta con participación de empresas relacionadas con:

- Moda y diseño de autor.
- Accesorios y bisutería.
- Textiles e insumos.
- Tecnología para la moda.
- Servicios especializados.
- Calzado y marroquinería.
- Moda deportiva y urbana.

En términos de alcance mediático y digital, Colombiamoda genera una importante exposición internacional. La presentación oficial señala que el evento produce:

- Más de 800 publicaciones realizadas por influencers y creadores de contenido.
- Más de 30 millones de impresiones en redes sociales.
- Participación de más de 200 invitados especiales, entre prensa, fotógrafos, estilistas y celebridades del sector moda (Inexmoda, 2025).

Además, la feria integra:

- Pasarelas y experiencias de marca.
- Conferencias y espacios académicos.
- Foros de tendencias.
- Actividades de sostenibilidad e innovación.
- Espacios de networking y generación de negocios.

La participación dentro de Colombiamoda incluye opciones de exhibición desde stands de 9 m², presencia en la guía oficial de expositores y acceso a compradores especializados, lo que facilita la visibilidad y el posicionamiento de marcas emergentes como Dragona.

Colombiamoda representa una plataforma integral que combina exhibición comercial, networking internacional, difusión mediática y oportunidades de aprendizaje, convirtiéndose en un espacio estratégico para que Dragona fortalezca su posicionamiento e inicie su proceso de internacionalización dentro del mercado latinoamericano.

3.2. Justificación de participación

La participación de Dragona en Colombiamoda 2026, organizada por Inexmoda en Medellín, Colombia, se justifica como una oportunidad estratégica para impulsar el crecimiento e internacionalización de la marca. La feria permitirá presentar la colección ante compradores, distribuidores, medios especializados y profesionales de la industria de la moda, aumentando significativamente la visibilidad y posicionamiento de Dragona dentro del mercado latinoamericano.

La participación de Dragona en Colombiamoda Colombia se justifica como una oportunidad estratégica para impulsar su crecimiento, posicionamiento e internacionalización dentro del

mercado latinoamericano de moda independiente y diseño emergente. La feria permitirá presentar la colección de la marca ante compradores, distribuidores, medios especializados y posibles aliados comerciales, aumentando significativamente su visibilidad internacional.

Colombiamoda, organizada por Inexmoda, es considerada una de las plataformas de moda y negocios más importantes de América Latina. De acuerdo con datos oficiales de la feria, en sus últimas ediciones ha logrado reunir:

- Más de 300,000 visitantes.
- Más de 60,000 compradores especializados.
- Más de 2,000 marcas expositoras.
- Participación de más de 50 países.

Asimismo, durante la edición 2025 participaron aproximadamente:

- 60,000 asistentes.
- Más de 12,000 compradores nacionales e internacionales.
- Cerca de 650 expositores.
- Más de 200 invitados especiales, incluyendo prensa, influencers, fotógrafos, estilistas y celebridades del sector moda (Inexmoda, 2025).

Entre las personas y perfiles que asisten a la feria destacan:

- Compradores y distribuidores internacionales.
- Diseñadores y marcas emergentes.
- Proveedores textiles y empresas de confección.
- Medios especializados y creadores de contenido.
- Empresarios, inversionistas y expertos de la industria de la moda.

Para Dragona, esta participación representa una oportunidad importante debido a que su propuesta estética alternativa, artística y disruptiva puede conectar con consumidores y profesionales interesados en moda de autor, streetwear, diseño independiente y tendencias urbanas.

Además, la feria permitirá:

- Generar networking y alianzas estratégicas.

- Identificar tendencias del mercado latinoamericano.
- Analizar competencia y comportamiento del consumidor.
- Posicionar la marca en espacios internacionales.
- Fortalecer la imagen profesional y comercial de Dragona.

Participar en Colombiamoda no solo brindaría visibilidad internacional para la marca, sino también acceso a una plataforma estratégica de negocios, aprendizaje y posicionamiento dentro de una de las industrias de moda más importantes de América Latina.

Para Dragona, esta participación representa una oportunidad importante para posicionarse como una propuesta de moda alternativa con identidad creativa y diferenciada. Además, permitirá generar networking, detectar tendencias del mercado, establecer contactos comerciales y validar la aceptación de la marca dentro de nuevos públicos y mercados internacionales.

Participar en Colombiamoda fortalecerá el posicionamiento de Dragona, abrirá oportunidades de expansión comercial y permitirá iniciar una estrategia de internacionalización dentro de una de las plataformas de moda más importantes de América Latina.

3.3. Beneficios de la participación

Análisis del mercado: segmento, competencia, producto y consumidor de Colombia

Inexmoda es una fundación privada sin fines de lucro reconocida como el Instituto para la Exportación y la Moda en Colombia. Su función no se limita únicamente a la organización de ferias, sino que trabaja durante todo el año en investigación de tendencias, consultoría empresarial, fortalecimiento de marcas y desarrollo de estrategias para la internacionalización de empresas del sector textil y moda. Además, es el organismo encargado de desarrollar eventos como Colombiatex y Colombiamoda, considerados algunos de los más importantes de América Latina (Inexmoda, 2025).

Por su parte, Colombiamoda representa la principal plataforma comercial y creativa organizada por Inexmoda, conocida como la Semana de la Moda de Colombia. Este evento combina pasarelas, espacios de exhibición, networking, negocios y actividades culturales

distribuidas en distintos puntos de Medellín, reuniendo compradores, diseñadores, inversionistas, medios especializados y marcas emergentes de diferentes países (Inexmoda, 2025).

La participación de Dragona en Colombiamoda generará beneficios estratégicos importantes al permitir analizar directamente el mercado colombiano y su comportamiento dentro de la industria de moda latinoamericana.

En cuanto al segmento, Colombia cuenta con consumidores jóvenes y adultos interesados en moda independiente, streetwear, diseño de autor, tendencias urbanas y propuestas creativas, lo cual coincide directamente con el público objetivo de Dragona. Ciudades como Medellín y Bogotá destacan por su fuerte desarrollo cultural, artístico y comercial relacionado con moda alternativa y diseño emergente (ProColombia, 2025).

Respecto a la competencia, la feria permitirá identificar marcas locales e internacionales similares, conocer sus precios, estrategias de promoción, identidad visual y niveles de posicionamiento. Esto ayudará a Dragona a detectar oportunidades de diferenciación y adaptación comercial dentro del mercado colombiano.

En relación con el producto, será posible evaluar la aceptación de la colección, tendencias de diseño, materiales, colores y estilos preferidos por el consumidor colombiano, facilitando futuras adaptaciones estratégicas para el mercado internacional.

Sobre el consumidor, la participación permitirá conocer hábitos de compra, preferencias estéticas, nivel adquisitivo y respuesta frente a propuestas alternativas y artísticas. Actualmente, el consumidor colombiano muestra mayor interés por marcas auténticas, producciones limitadas y propuestas con identidad visual fuerte, especialmente dentro de sectores urbanos y creativos (Euromonitor International, 2024).

Asimismo, asistir a Colombiamoda no solo brinda visibilidad comercial, sino también acceso a networking internacional, tendencias globales y oportunidades de colaboración dentro de la industria de la moda latinoamericana.

La participación de Dragona en Colombiamoda representa una oportunidad estratégica para fortalecer su posicionamiento, validar su propuesta en nuevos mercados y generar información clave para su proceso de internacionalización.

4. Análisis del mercado: segmento, competencia, producto, consumidor de Colombia

4.1. Segmentación socioeconómica de Colombia

Colombia presenta un mercado atractivo para la marca Dragona debido a su población urbana creciente y al interés por la moda, el diseño y las propuestas creativas. La segmentación socioeconómica más relevante para la marca se concentra en niveles medio, medio-alto y alto, sectores con mayor capacidad adquisitiva y disposición a consumir productos diferenciados.

Geográficamente, las principales oportunidades se ubican en ciudades como Bogotá, Medellín y Cali, donde existe mayor concentración de consumidores jóvenes, profesionales y personas vinculadas a industrias creativas, arte, diseño y tendencias urbanas.

Demográficamente, el público objetivo se enfoca en hombres y mujeres de entre 20 y 40 años, interesados en la autoexpresión, la moda alternativa y marcas con identidad propia.

Psicográficamente, se trata de consumidores que valoran la originalidad, exclusividad, autenticidad y experiencias de compra diferentes a la moda masiva.

El mercado colombiano ofrece un segmento alineado con la propuesta de Dragona, especialmente en zonas urbanas con consumidores de nivel socioeconómico medio y alto interesados en moda emergente y diseño independiente.

4.2. Características del consumidor de arte

El consumidor colombiano relacionado con el arte, diseño y moda se caracteriza por tener una fuerte conexión con la identidad visual, la autenticidad y las propuestas creativas con valor cultural. En ciudades como Medellín, Bogotá y Cali existe un crecimiento importante del consumo de moda independiente, streetwear, diseño de autor y propuestas urbanas

alternativas, especialmente entre jóvenes adultos vinculados con industrias creativas, música, arte, fotografía y cultura digital.

Actualmente, en Colombia existe una tendencia marcada hacia estilos urbanos, experimentales y de autor, donde los consumidores buscan diferenciarse de la moda masiva mediante prendas con identidad propia, producción limitada y propuestas visualmente llamativas. También ha crecido el interés por la moda conceptual, genderless, oversized y estilos inspirados en escenas alternativas, musicales y artísticas, lo cual conecta directamente con la esencia estética de Dragona.

Otro aspecto relevante es que Medellín se ha consolidado como uno de los principales centros de moda de Latinoamérica, impulsando constantemente espacios relacionados con diseño emergente, creatividad y nuevas propuestas visuales. Esto genera un entorno favorable para marcas disruptivas y experimentales que buscan posicionarse en nichos específicos y consumidores interesados en moda fuera de lo convencional.

El consumidor colombiano de este sector también valora:

- La exclusividad y originalidad de las prendas.
- El storytelling detrás de la marca.
- La conexión emocional con el diseñador.
- La estética visual en redes sociales.
- La experiencia de marca y los eventos culturales.

Asimismo, existe una fuerte influencia de redes sociales, creadores de contenido, artistas y escenas urbanas alternativas en las decisiones de compra. Por ello, las marcas con propuestas visuales fuertes y diferenciadas suelen generar mayor impacto dentro del mercado creativo colombiano.

Para Dragona, participar en Colombia representa una oportunidad estratégica porque su propuesta estética punk, drag y urbana puede conectar con consumidores que buscan autoexpresión, rebeldía visual y moda de autor. Además, Colombiamoda reúne compradores, medios especializados, influencers y consumidores interesados específicamente en diseño independiente y marcas emergentes, facilitando que la marca encuentre un nicho afín a su identidad.

Otro punto importante es que en Colombia existe apertura hacia propuestas latinoamericanas con identidad cultural y estética alternativa, lo cual favorece la aceptación de proyectos creativos como Dragona dentro de un contexto donde la moda se entiende también como expresión artística y social.

El consumidor colombiano de arte y moda representa una oportunidad atractiva para Dragona debido al crecimiento del diseño independiente, el interés por propuestas urbanas y disruptivas, y la búsqueda constante de marcas auténticas con fuerte identidad visual. Esto convierte a Colombia en un mercado estratégico para comenzar el posicionamiento internacional de la marca.

4.3. Perfil y características de un coleccionista de arte en Colombia

En Colombia, el coleccionista de arte suele pertenecer a niveles socioeconómicos medio-alto y alto, con capacidad adquisitiva para invertir en piezas artísticas, diseño exclusivo y propuestas culturales de valor. Generalmente se concentra en ciudades principales como Bogotá, Medellín y Cali.

Se caracteriza por valorar la originalidad, autenticidad y trayectoria del creador, buscando obras o productos con identidad propia y potencial de reconocimiento a futuro. Además de la estética, considera factores como exclusividad, narrativa de la pieza, técnica utilizada y reputación del artista o marca.

También es un consumidor informado, interesado en tendencias culturales y en apoyar talento emergente. En muchos casos, no solo compra por decoración o uso personal, sino como forma de inversión, prestigio social y vinculación con el mundo creativo.

En el caso de marcas como Dragona, este perfil puede mostrar interés en prendas de edición limitada, piezas conceptuales o colaboraciones entre moda y arte, siempre que transmitan diseño único, valor simbólico y diferenciación.

4.4. Perfil cultural de Colombia (Hofstede).

Planeación logística y aduanera de la misión.

De acuerdo con el modelo de Hofstede, Colombia presenta una cultura con alta orientación colectiva, donde las relaciones personales, la confianza y el trato cercano influyen en los negocios. También muestra una distancia al poder moderada-alta, por lo que se valora la jerarquía y el respeto hacia figuras de autoridad. Asimismo, existe una tendencia a evitar la incertidumbre, por lo que los consumidores y socios comerciales suelen preferir marcas confiables, procesos claros y relaciones formales.

Para Dragona, esto implica la importancia de construir vínculos personales, comunicar profesionalismo y generar confianza durante la feria o misión comercial. También resulta conveniente adaptar la comunicación de marca a un tono cercano, auténtico y respetuoso.

En cuanto a la planeación logística y aduanera, será necesario organizar con anticipación el envío de la colección a Colombia, considerando transporte seguro, tiempos de entrega, embalaje adecuado y documentación comercial correspondiente. Entre los documentos más importantes destacan factura comercial, lista de empaque, identificación fiscal y requisitos de ingreso temporal o definitivo de mercancía.

Asimismo, se recomienda revisar aranceles, regulaciones textiles y normas aduaneras vigentes entre México y Colombia, así como contratar apoyo logístico especializado para evitar retrasos o costos imprevistos.

Comprender el perfil cultural colombiano y planear correctamente la logística permitirá a Dragona aprovechar mejor su participación internacional, fortalecer relaciones comerciales y proyectar una imagen profesional en el mercado destino.

5. Planeación logística y aduanera de la misión

5.1. Operación aduanal del proyecto: ingreso al mercado, clasificación arancelaria, Incoterm propuesto, características y beneficios

Para el ingreso de la colección de Dragona al mercado colombiano, será necesario cumplir con los procesos de exportación temporal o comercial aplicables a productos textiles y prendas de vestir. Esto implica contar con documentación como factura comercial, lista de

empaques, identificación fiscal de la marca y documentos relacionados con transporte internacional para facilitar el ingreso de la mercancía al país destino.

En cuanto a la clasificación arancelaria, las prendas de vestir y accesorios textiles de Dragón se ubican dentro de los capítulos del Sistema Armonizado correspondientes al sector textil y confección. Algunas clasificaciones aproximadas aplicables al proyecto son:

Producto	Fracción / Código arancelario
Playeras de algodón	6109.10
Chamarras y prendas exteriores	6201.99
Sudaderas y hoodies	6110.20
Tote bags textiles	4202.92
Accesorios textiles	6217.10

Estas fracciones permiten identificar impuestos, regulaciones y requisitos de importación aplicables en Colombia, además de facilitar procesos de exportación temporal para participación en ferias internacionales.

El Incoterm propuesto es **DAP (Delivered At Place)**, ya que permite que Dragón entregue la mercancía en el lugar acordado en Colombia, asumiendo costos y riesgos del transporte hasta el destino final, mientras que el comprador o receptor se encarga de los trámites e impuestos de importación.

Este Incoterm resulta conveniente para una marca emergente porque facilita mayor control sobre el envío y mejora la experiencia del cliente o comprador internacional.

Entre sus principales beneficios destacan:

- Mayor claridad en responsabilidades logísticas.
- Mejor control del traslado de la mercancía.
- Facilidad para negociar con compradores internacionales.
- Reducción de riesgos durante el transporte.
- Mayor profesionalización en operaciones internacionales.

Asimismo, para participar en Colombiamoda se contempla utilizar un régimen de exportación temporal, ya que parte de las prendas exhibidas regresarían a México después de la feria. Esto permitiría reducir algunos costos e impuestos relacionados con exportaciones definitivas.

Una adecuada operación aduanera permitirá a Dragona realizar un ingreso más seguro y organizado al mercado colombiano, fortaleciendo su proceso de internacionalización y participación en ferias internacionales.

5.2. Régimen de exportación temporal: características, requisitos y escenarios supuestos

El régimen de exportación temporal permite enviar productos a otro país por un tiempo determinado sin que dejen de pertenecer legalmente a su país de origen. Este tipo de exportación se utiliza principalmente para participar en ferias, exposiciones o actividades de promoción internacional.

Una exportación consiste en vender y enviar productos o servicios desde un país hacia otro. En otras palabras, cuando una empresa lleva sus productos al extranjero para darlos a conocer o comercializarlos, está realizando una exportación.

En el caso de Dragona, este régimen es ideal para participar en Inexmoda Colombia, ya que permitiría llevar su colección de prendas y accesorios para exhibición y promoción comercial, con la posibilidad de regresar los productos a México una vez finalizado el evento.

Entre los principales beneficios y características de este régimen destacan:

- Permite enviar mercancías al extranjero sin realizar una venta definitiva.
- Los productos pueden regresar al país de origen al terminar la feria o exposición.
- Es una opción útil para participar en eventos internacionales, realizar muestras de producto y generar promoción comercial.
- Reduce costos fiscales y aduaneros en comparación con una exportación permanente.

- Facilita que la empresa evalúe nuevos mercados antes de realizar ventas internacionales formales.
- Ayuda a generar contactos comerciales y oportunidades de negocio con compradores internacionales.

Los requisitos principales para este proceso incluyen:

- Factura comercial o factura proforma.
- Lista de empaque de los productos.
- Documentación aduanera correspondiente.
- Identificación fiscal de la empresa o marca.
- Cumplimiento de las regulaciones textiles y aduaneras aplicables.

Como escenario supuesto, Dragona exportaría temporalmente una colección de prendas y accesorios para exhibirse en Inexmoda Colombia, establecer contactos comerciales y analizar oportunidades de negocio en Colombia. Al finalizar la feria, las piezas podrían regresar a México o, si se concretan ventas, iniciar posteriormente un proceso de exportación definitiva.

5.3. Documentos y trámites requeridos: ida y vuelta (despacho aduanal)

Para la participación de Dragona en Inexmoda Colombia, el proceso aduanal se realizaría bajo un esquema de exportación temporal, ya que la colección sería enviada principalmente para exhibición, promoción y posible prospección comercial.

Documentos requeridos para la salida de México

Para el envío de las prendas hacia Colombia, Dragona necesitaría contar con:

- Factura comercial o factura proforma de las prendas.
- Lista de empaque detallando cantidad, tipo de prendas y materiales.
- RFC y constancia fiscal de la marca o responsable del envío.
- Identificación oficial y datos del exportador.
- Pedimento de exportación temporal realizado por un agente aduanal.
- Documentación de transporte (guía aérea o terrestre).

Asimismo, sería recomendable trabajar con una empresa de logística internacional o un agente aduanal que apoye en la gestión del despacho y revisión de requisitos textiles.

Proceso de ingreso a Colombia

Al llegar la mercancía a Colombia, las autoridades aduaneras revisarían:

- Valor y descripción de las prendas.
- Tipo de régimen aduanero (temporal).
- Documentación de importación temporal.
- Cumplimiento de normas textiles y etiquetado.

En este caso, las prendas ingresarían para exhibición en feria y actividades promocionales.

Documentos y trámites de retorno a México

Una vez finalizada la feria, si las prendas no son vendidas, se realizaría el retorno de mercancía mediante:

- Pedimento de retorno.
- Factura o relación de mercancía retornada.
- Documentos de transporte internacional.
- Validación del agente aduanal mexicano.

En caso de concretar ventas en Colombia, las piezas comercializadas podrían cambiar de régimen a exportación definitiva.

Aplicación para Dragona

Para Dragona, este proceso permitiría participar profesionalmente en una feria internacional sin necesidad de exportar permanentemente toda la colección. Además, facilitaría evaluar el mercado colombiano, generar contactos comerciales y comenzar su proceso de internacionalización con menores riesgos y costos operativos.

5.4. Seguros de transportación: ida y vuelta

Guadalajara, México – Medellín, Colombia.

Colección Dragona.

Se contratará un seguro internacional de transporte especializado para prendas de diseño y piezas de autor, con cobertura integral durante el traslado aéreo de ida y vuelta mediante FedEx International Priority.

Descripción del Seguro

El seguro contempla protección sobre la colección de Dragona durante el trayecto internacional, manipulación logística, almacenamiento temporal y retorno de las piezas a México. La cobertura se basa en modalidad de valor declarado y protección internacional para mercancía de diseño independiente.

La póliza cubrirá posibles incidentes durante el transporte y manejo de la colección, incluyendo:

- Robo o extravío de mercancía
- Daños por manipulación o traslado
- Accidentes durante transporte aéreo
- Daños por humedad o embalaje
- Retrasos logísticos internacionales
- Pérdida parcial o total del envío

Coberturas principales

Cobertura	Descripción
Protección en tránsito	Cobertura durante traslado GDL – Medellín – GDL

Cobertura aérea internacional	Protección durante manejo aeroportuario y transporte FedEx
Valor declarado	Respaldo económico sobre piezas de diseño originales
Rastreo y monitoreo	Seguimiento internacional del envío en tiempo real
Protección de embalaje	Cobertura sobre daños ocasionados durante manipulación logística

Ventajas Adicionales

- Protección especializada para prendas de diseño independiente
- Seguridad logística en envíos internacionales de exhibición
- Cobertura durante trayectos de ida y retorno
- Reducción de riesgo financiero ante pérdida de piezas únicas
- Mayor seguridad para colaboraciones y activaciones internacionales

Estimación de Costos

Datos del embarque

Concepto	Especificación
Tipo de envío	Aéreo internacional
Paquetería	FedEx International Priority

Ruta	Guadalajara – Medellín
Peso aproximado	11.32 kg
Tipo de mercancía	Prendas de diseño y accesorios
Modalidad	Ida y vuelta

Cotización estimada FedEx

Concepto	Costo estimado
Envío internacional ida	\$9,246 MXN
Envío internacional regreso	\$9,246 MXN
Subtotal logística	\$18,492 MXN

Prima estimada de seguro

Considerando un valor declarado aproximado de entre \$30,000 y \$50,000 MXN para la colección Dragona:

Escenario	Prima estimada
Cobertura básica	\$300 – \$600 MXN
Cobertura media	\$600 – \$1,500 MXN
Cobertura amplia	\$1,500 – \$3,000 MXN

Total estimado del proyecto logístico

Concepto	Estimado
Transporte internacional FedEx	\$18,492 MXN
Seguro internacional	\$600 – \$3,000 MXN
Total estimado	\$19,092 – \$21,492 MXN

Determinación del Nivel de Riesgo

Para este proyecto se establece un nivel de riesgo medio, considerando:

- Transporte aéreo internacional entre México y Colombia
- Manipulación de prendas únicas y piezas de autor
- Posibles cambios climáticos o retrasos logísticos
- Participación en exhibiciones y activaciones de marca
- Retorno de mercancía posterior al evento

Recomendación

Se recomienda contratar un seguro internacional complementario al servicio FedEx debido al valor creativo y comercial de las piezas Dragona, ya que las prendas representan productos de diseño independiente con características únicas y difícil reposición.

La contratación del seguro permitirá:

- Minimizar pérdidas económicas ante incidentes internacionales
- Proteger mercancía exclusiva y de edición limitada
- Garantizar mayor seguridad logística durante el proyecto
- Incrementar profesionalización y formalidad de la marca en procesos internacionales
- Facilitar futuras colaboraciones y participaciones internacionales de Dragona

5.5. Propuesta Landed Cost: ida y vuelta. Costos de transporte, seguros, aranceles, servicios aduaneros, manipulación del producto, costos administrativos y costos indirectos

Guadalajara, México – Medellín, Colombia.
Participación de Dragona en activación y exhibición internacional.

Con base en una estimación referencial de FedEx International Priority para el traslado aéreo internacional de prendas y accesorios Dragona, se contempla el envío y retorno de mercancía mediante exportación temporal.

Datos de embarque

- Peso real estimado: 11.32 kg
- Tipo de carga: prendas de diseño y accesorios
- Modalidad logística: aérea internacional
- Paquetería: FedEx International Priority
- Ruta: Guadalajara (GDL) → Medellín (MDE) → Guadalajara (GDL)

Costos estimados de ida (GDL → Medellín)

Concepto	Costo MXN	Costo USD
Transporte aéreo FedEx International Priority	\$9,246	\$544
Seguro de carga internacional	\$1,500	\$88
Despacho aduanal y documentación	\$5,500	\$324
Gestión logística administrativa	\$2,500	\$147
Manipulación y recepción en Medellín	\$1,800	\$106
Materiales de embalaje y protección	\$1,500	\$88
TOTAL ESTIMADO IDA	\$22,046 MXN	\$1,297 USD

Costos estimados de regreso (Medellín → GDL)

Concepto	Costo MXN	Costo USD
Transporte aéreo FedEx retorno	\$9,246	\$544

Seguro de carga (retorno)	\$1,500	\$88
Despacho aduanal regreso México	\$4,800	\$282
Gestión administrativa retorno	\$2,300	\$135
Manipulación y reacondicionamiento	\$1,500	\$88
Reempaque y materiales de protección	\$1,200	\$71
TOTAL ESTIMADO REGRESO	\$20,546 MXN	\$1,208 USD

Total General Estimado

Concepto	MXN	USD
Total logística ida	\$22,046	\$1,297
Total logística regreso	\$20,546	\$1,208
TOTAL GENERAL PROYECTO	\$42,592 MXN	\$2,505 USD

Consideraciones Logísticas

- Los costos fueron calculados con base en tarifas aproximadas de FedEx International Priority para 2027.
- El proyecto contempla exportación temporal de mercancía para exhibición y activación de marca.
- Los montos pueden variar dependiendo del valor declarado, temporada, impuestos y dimensiones finales del embalaje.
- Se recomienda utilizar empaques reutilizables y reforzados debido al carácter exclusivo de las piezas Dragón.
- El seguro internacional cubre riesgos de pérdida, robo, daño y manipulación durante el trayecto aéreo.

5.6. Elementos clave y riesgos de cadena de suministros para la internacionalización

Riesgo	Prevención / Contingencia
Retraso en producción de prendas	Planeación anticipada de colecciones y calendario de producción con tiempos de margen para ajustes y confección
Falta de materiales o textiles específicos	Contar con proveedores alternativos y opciones de telas similares que mantengan la estética de la marca
Problemas de tallaje o ajustes	Implementación de pruebas de fitting, guías de tallas claras y prendas ajustables o unitalla
Daños durante envíos	Uso de empaques protectores, etiquetado individual y servicios de paquetería con rastreo

Baja rotación de productos	Producción limitada por drop y lanzamiento de piezas versátiles más fáciles de combinar
Dependencia de redes sociales para ventas	Diversificación de puntos de venta mediante bazares, colaboraciones, showrooms y activaciones de marca
Incremento en costos de producción	Optimización de materiales, reutilización textil y priorización de diseños comercialmente viables
Copias o apropiación de diseños	Fortalecimiento de identidad visual propia, branding sólido y difusión constante del proceso creativo

5.7 Empaque y embalaje: criterios para el costeo (peso, volumen y material)

Datos generales del embarque

- Peso real estimado: 11.32 kg
- Volumen estimado: 0.42 m³
- Peso volumétrico estimado (criterio FedEx): ~70 kg
- Tipo de envío: Aéreo internacional
- Modalidad: Exportación temporal ida y vuelta

Criterios de embalaje

Debido a la naturaleza de las prendas Dragona, se utilizará un sistema de embalaje reforzado que permita proteger textiles, accesorios y detalles estructurales durante el traslado internacional y manipulación logística.

El embalaje fue diseñado considerando:

- Protección contra humedad y fricción
- Conservación de siluetas y estructuras textiles
- Reducción de deformaciones en accesorios
- Optimización del peso volumétrico para FedEx
- Consolidación de mercancía en el menor número posible de bultos

Materiales utilizados

El análisis demuestra que Dragona tiene potencial para competir dentro del mercado internacional de moda alternativa mediante una estrategia de precios basada en:

- diseño exclusivo
- producción limitada
- valor artístico
- identidad visual fuerte
- experiencia de marca

Aunque la internacionalización incrementa los costos operativos debido a transporte, seguros y logística, también permite elevar el valor percibido de las prendas y mejorar la utilidad por pieza.

La propuesta internacional no solo cubre costos logísticos y administrativos, sino que también ayuda a posicionar a Dragona dentro de un segmento de moda de autor y diseño independiente con proyección internacional.

Además, este esquema puede funcionar como guía base para futuras colecciones, exportaciones y procesos de crecimiento internacional de la marca.

Material	Función
Bubble wrap grueso	Protección contra impactos

Papel kraft y separadores	Evitar fricción entre prendas
Cajas corrugadas reforzadas	Protección estructural
Esquineros de cartón	Refuerzo de bordes
Emplayado industrial	Seguridad y consolidación
Bolsas protectoras textiles	Protección individual de prendas

Dimensiones aproximadas del embalaje

Bulto	Medidas aproximadas	Peso estimado
Caja principal	80 × 60 × 50 cm	11.32 kg

Consideraciones logísticas

FedEx International utiliza principalmente el peso volumétrico para calcular tarifas internacionales aéreas, por lo que el embalaje busca equilibrar protección y optimización espacial.

La consolidación en un solo bulto reduce:

- costos logísticos
- manipulación excesiva
- riesgo de extravío
- cargos volumétricos innecesarios

Estimación de costos de embalaje

Concepto	Costo estimado
Materiales de protección	\$1,500 MXN
Caja reforzada internacional	\$900 MXN
Empleado y refuerzos	\$600 MXN
Mano de obra y acondicionamiento	\$1,500 MXN
Total estimado	\$4,500 MXN

5.8. Evaluación de riesgos operativos y plan de contingencia

La participación de Dragona en Colombiamoda 2026 implica distintos riesgos operativos, logísticos y comerciales que deben considerarse para asegurar una participación eficiente dentro de la feria internacional. Debido a que se trata de un proceso de internacionalización

y exposición en un mercado nuevo, resulta importante identificar posibles problemáticas y desarrollar estrategias de prevención y respuesta.

Uno de los principales riesgos identificados es el retraso o pérdida de mercancía durante el transporte internacional de la colección. Esto podría afectar la exhibición de productos y limitar la participación comercial de la marca. Como medida preventiva, se propone trabajar con empresas de logística confiables, realizar envíos con anticipación y contar con inventario de respaldo para piezas clave.

Otro riesgo importante corresponde a posibles problemas en el montaje del stand, como retrasos de proveedores, fallas técnicas o errores en la instalación de iluminación, pantallas o elementos gráficos. Para reducir este riesgo, se recomienda contratar empresas colombianas especializadas en montaje para ferias de Plaza Mayor Medellín, además de validar previamente renders, medidas y tiempos de instalación.

Asimismo, existe el riesgo de una baja respuesta comercial o menor afluencia de clientes potenciales hacia el stand. Frente a esto, se plantea fortalecer la estrategia de promoción digital antes y durante la feria mediante redes sociales, contenido audiovisual, colaboraciones y activaciones visuales que aumenten la atracción del público hacia Dragona.

También se consideran riesgos financieros relacionados con:

- Incremento inesperado de costos.
- Variaciones en tipo de cambio.
- Gastos logísticos adicionales.
- Daños en mercancía o mobiliario.

Para ello, se propone mantener un fondo de contingencia destinado a cubrir emergencias operativas o gastos no previstos durante la participación internacional.

En cuanto al aspecto administrativo, otro riesgo potencial es la falta de cumplimiento de requisitos aduanales o documentación incompleta para el traslado de prendas. Como medida preventiva, se recomienda trabajar con agentes aduanales y revisar previamente permisos, facturación y documentación necesaria para exportación temporal.

El plan de contingencia para Dragona contempla:

- Contar con proveedores alternativos de impresión y montaje.
- Llevar respaldo digital de material gráfico y audiovisual.
- Tener piezas adicionales de exhibición.
- Mantener presupuesto de emergencia.
- Contratar seguro de viaje y transporte.
- Generar promoción digital constante antes y durante la feria.
- Establecer cronogramas logísticos con tiempos preventivos.

Aunque la participación en Colombiamoda implica distintos riesgos operativos y financieros, la implementación de estrategias preventivas y un plan de contingencia adecuado permitirá reducir posibles afectaciones y aumentar las probabilidades de éxito para Dragona dentro de su proceso de internacionalización.

5.9. Estrategias para reducir el costo en la cadena logística y la huella de carbono

- Producción de prendas en drops o colecciones limitadas para evitar sobreinventario y reducir desperdicio textil.
- Uso de materiales reutilizados, textiles recuperados y upcycling en ciertas piezas para disminuir costos de producción y reforzar la identidad alternativa de la marca.
- Desarrollo de prendas versátiles y combinables entre sí para incrementar el valor percibido de cada pieza y facilitar su uso diario.
- Implementación de producción bajo pedido en diseños personalizados para reducir acumulación de stock y optimizar recursos.
- Consolidación de envíos y ventas en puntos estratégicos como bazares, activaciones y tiendas colaborativas para disminuir costos logísticos y de distribución.
- Priorizar empaques reciclables y reutilizables alineados con la estética y propuesta creativa de Dragona.
- Colaboración con espacios alternativos, cafés, bares y eventos culturales para reducir costos de exhibición y aumentar visibilidad de marca.

6. Propuesta de valor agregado al producto

6.1. Propuesta y análisis de ROI

El ROI (Retorno de Inversión) es una medida que ayuda a saber si una inversión generó ganancias o beneficios. Es importante porque permite evaluar si el dinero invertido realmente valió la pena y aporta valor al negocio.

La estimación financiera realizada para la participación de Dragona en Colombiamoda 2026 se desarrolló tomando como base los costos presentados en las tablas de gastos de viaje y operación internacional, complementandose con cotizaciones aproximadas de proveedores colombianos especializados en diseño y montaje de stands para ferias realizadas en Plaza Mayor Medellín.

Dentro de los gastos considerados se incluyen hospedaje, vuelos, seguro médico, fondo de contingencia y gastos de representación, utilizando principalmente la categoría media mostrada en las tablas de referencia. Por ejemplo, se tomó en cuenta el hospedaje del Hotel Attic 33 con un costo aproximado de \$3,181 MXN, así como el rango de vuelos entre Guadalajara y Medellín estimado entre \$6,440 y \$9,300 MXN. También se contempló un fondo de emergencia cercano a \$4,965 MXN y gastos de representación aproximados de \$2,500 MXN.

Sin embargo, debido a que las tablas originales no incluían costos relacionados con la participación comercial dentro de la feria, fue necesario complementar el presupuesto con estimaciones de:

- renta del stand,
- diseño y render,
- montaje y desmontaje,
- branding visual,
- iluminación,
- impresiones,
- mobiliario,
- y producción promocional.

Estos costos adicionales fueron calculados con base en precios promedio manejados por empresas colombianas de producción de stands y proveedores vinculados a Colombiamoda e Inexmoda en Medellín.

A partir de esta integración de gastos operativos y comerciales, se estimó que Dragona requeriría una inversión aproximada de \$164,596 MXN para participar profesionalmente en la feria internacional.

Asimismo, se proyectó un posible retorno económico aproximado de \$235,000 MXN derivado de ventas directas, colaboraciones, pedidos personalizados, crecimiento digital y nuevos clientes obtenidos a partir de la participación en Colombiamoda. Esto representaría una ganancia aproximada de \$70,404 MXN y un retorno de inversión estimado del 42.8%.

En conclusión, la participación de Dragona en Colombiamoda representa una inversión estratégica importante, ya que además del posible beneficio económico, permitiría fortalecer el posicionamiento internacional de la marca, ampliar su red de contactos y generar nuevas oportunidades comerciales dentro del mercado latinoamericano.

6.2. Propuesta, análisis y mejora del precio nacional e internacional

La estrategia de precios para la internacionalización de Dragona parte del análisis de una de las prendas principales de la colección: una chamarra de mezclilla intervenida con detalles metálicos y estética alternativa.

El objetivo de este análisis es desarrollar una referencia clara que permita a la marca comprender cómo construir precios sostenibles tanto para el mercado nacional como internacional, considerando producción, logística, exportación y posicionamiento de marca.

A diferencia del mercado nacional, el precio internacional debe integrar costos adicionales relacionados con:

- transporte internacional
- seguros de carga
- embalaje especializado
- procesos aduanales
- logística de exportación
- posicionamiento de marca en nuevos mercados

Análisis del precio nacional

Costos directos de producción

Para la elaboración de la chamarra se contemplaron materiales, insumos y componentes utilizados durante la confección.

Concepto	Costo aproximado
Tela mezclilla	\$240 MXN
Patronaje	\$350 MXN
Forro	\$40 MXN
Hilos, agujas y carretes	\$23 MXN
Ojillos y detalles	\$5 MXN
Etiquetas	\$11 MXN
Materiales complementarios	\$73.50 MXN
Costo directo total	\$742.50 MXN

Costos indirectos

También se consideraron gastos operativos relacionados con la producción:

Concepto	Costo aproximado
Luz	\$250 MXN
Internet	\$380 MXN
Transporte	\$20 MXN
Depreciación de maquinaria	\$36 MXN
Mantenimiento de máquina	\$29 MXN

El costo total aproximado de producción nacional de la chamarra es de:

Concepto	Valor
Costo total estimado	\$1,458 MXN

Propuesta de precio nacional

Con base en los costos de producción y considerando un margen de rentabilidad adecuado para Dragona, se propone el siguiente precio nacional:

Concepto	Valor
Precio final nacional sugerido	\$2,697 MXN
Ganancia aproximada Dragona	\$867 MXN
ROI estimado	85%

Este precio posiciona la chamarra dentro del segmento de moda independiente y diseño alternativo, donde el consumidor valora:

exclusividad

producción limitada

diseño conceptual

identidad visual

autenticidad artística

Justificación del incremento de precio internacional

Para el mercado colombiano se propone un incremento aproximado del 30% sobre el precio nacional, fundamentado en cinco factores principales:

1. Costos logísticos internacionales

El traslado aéreo internacional mediante FedEx International Priority incrementa significativamente el costo operativo del producto.

2. Seguro y protección de mercancía

Las prendas de Dragona son piezas de diseño limitado y requieren seguro internacional durante el traslado.

3. Posicionamiento de marca

El precio internacional también funciona como indicador de valor percibido y exclusividad dentro del mercado creativo.

4. Costos aduanales y administrativos

La exportación temporal contempla documentación, logística y procesos aduanales tanto de salida como de retorno.

5. Rentabilidad para expansión internacional

El incremento permite conservar márgenes sostenibles para futuras activaciones, exhibiciones y colaboraciones internacionales.

Gastos internacionales considerados

Tomando como referencia el análisis logístico desarrollado anteriormente, se consideraron costos proporcionales de:

- exportación
- seguros
- embalaje
- transporte aéreo
- logística internacional

Distribución aproximada de costos internacionales por pieza

Concepto	Costo aproximado
----------	------------------

Producción nacional de chamarra	\$1,458 MXN
Proporción logística internacional	\$650 MXN
Seguro y embalaje proporcional	\$250 MXN
Costo total internacional aproximado	\$2,358 MXN

Propuesta de precio internacional

Con base en los costos nacionales e internacionales, se propone el siguiente precio para el mercado colombiano:

Concepto	Valor
Precio internacional sugerido	\$3,506 MXN
Precio aproximado en USD	\$205 USD

Ganancia estimada internacional

Concepto	Valor
----------	-------

Precio internacional sugerido	\$3,506 MXN
Costo total internacional	\$2,358 MXN
Ganancia neta aproximada	\$1,148 MXN
Ganancia neta aproximada USD	\$67 USD

Comparativa precio nacional vs internacional

Mercado	Precio de venta	Ganancia aproximada
Nacional	\$2,697 MXN	\$867 MXN
Internacional	\$3,506 MXN	\$1,148 MXN

Conclusión estratégica

El análisis demuestra que Dragona tiene potencial para competir dentro del mercado internacional de moda alternativa mediante una estrategia de precios basada en:

- diseño exclusivo
- producción limitada
- valor artístico
- identidad visual fuerte
- experiencia de marca

Aunque la internacionalización incrementa los costos operativos debido a transporte, seguros y logística, también permite elevar el valor percibido de las prendas y mejorar la utilidad por pieza.

La propuesta internacional no solo cubre costos logísticos y administrativos, sino que también ayuda a posicionar a Dragona dentro de un segmento de moda de autor y diseño independiente con proyección internacional.

Además, este esquema puede funcionar como guía base para futuras colecciones, exportaciones y procesos de crecimiento internacional de la marca.

6.3. Propuesta de certificaciones (Hecho en México, sustentabilidad, etc.)

Como parte del proceso de profesionalización e internacionalización de Dragona, se propone la obtención de certificaciones y distintivos que fortalezcan la credibilidad, identidad y competitividad de la marca en mercados nacionales e internacionales.

Una de las principales propuestas es obtener el distintivo “Hecho en México”, ya que permitiría resaltar el origen nacional de la marca, fortalecer su identidad cultural y generar mayor confianza en consumidores interesados en apoyar el diseño y la producción mexicana. Además, este reconocimiento puede aportar valor agregado en ferias y plataformas internacionales (Secretaría de Economía, 2025).

La propuesta de certificaciones como “Hecho en México” o certificaciones de sustentabilidad aporta valor a una marca de moda porque genera mayor confianza y credibilidad en los consumidores. Además, ayuda a diferenciar la marca de la competencia, mejora su imagen internacional y demuestra compromiso con la calidad, la identidad nacional y las prácticas responsables con el medio ambiente (PROMPERÚ, 2023).

Asimismo, se propone incorporar prácticas orientadas a la sustentabilidad, como el uso responsable de materiales, producción en pequeñas cantidades, reutilización textil o procesos de menor impacto ambiental. En el futuro, esto podría permitir acceder a certificaciones relacionadas con moda sostenible y consumo responsable, aspectos cada vez más valorados por consumidores internacionales (McKinsey & Company, 2024).

También se recomienda fortalecer la protección legal de la marca mediante el registro ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), así como considerar derechos de autor para diseños originales y elementos gráficos distintivos. Esto ayudaría a proteger la identidad visual y creativa de Dragona frente a posibles usos no autorizados o imitaciones (IMPI, 2026).

Estas certificaciones y registros no solo mejorarían la imagen profesional de Dragona, sino que también facilitarían su posicionamiento en mercados internacionales, generando mayor confianza, diferenciación y oportunidades de crecimiento comercial.

6.4 Producto y video

Dragona desarrolló dos shootings fotográficos como parte de la estrategia visual y promocional de la marca. La idea surgió de la necesidad de construir una identidad visual sólida que representara la esencia creativa y alternativa de la marca, además de generar contenido profesional para redes sociales, portafolio y futuras oportunidades comerciales.

El primer shooting se realizó con estudiantes del ITESO y estuvo enfocado en transmitir una estética más rústica, urbana y punk, alineada con la esencia de su primera colección titulada *Trash on Real*. Esta sesión buscó reflejar autenticidad, rebeldía y una propuesta visual alternativa conectada con la identidad de Dragona.

El segundo shooting se llevó a cabo en un estudio privado con modelos profesionales, utilizando una dirección creativa más disruptiva y conceptual. En esta sesión se trabajó una imagen más producida y artística, explorando distintos ángulos, poses y estilos visuales para fortalecer el posicionamiento estético de la marca y proyectar una imagen más profesional.

Ambas producciones audiovisuales y fotográficas funcionaron como herramientas de promoción para redes sociales, portafolio de marca y futuras participaciones en ferias y eventos internacionales, permitiendo comunicar la propuesta creativa y el valor visual de Dragona de manera más estratégica.

Uno de los principales retos durante el desarrollo de estas producciones fue la falta de personal, compromiso y capital económico, ya que al tratarse de una marca emergente muchas actividades tuvieron que realizarse con recursos limitados y apoyo reducido. También

surgieron dificultades relacionadas con la organización de horarios, coordinación del equipo creativo, disponibilidad de locaciones y logística de producción.

A pesar de estos problemas, el proyecto logró desarrollarse gracias a la colaboración entre participantes, la creatividad para resolver imprevistos y la capacidad de adaptar los recursos disponibles para cumplir con los objetivos visuales y comerciales de la marca.

6.5. Propuesta y activación de marca en punto de venta

Como estrategia de posicionamiento y activación de marca, se realizó un evento en la tienda Plop, donde Dragona presentó sus productos en un espacio físico dirigido a un público afín a la moda alternativa y las expresiones artísticas disruptivas.

La activación incluyó un show en vivo con artistas drag, el cual funcionó como elemento principal de atracción y experiencia de marca. Durante el evento, se exhibieron prendas de Dragona con etiquetas y precios visibles, permitiendo al público conocer directamente la propuesta estética y comercial de la marca.

Asimismo, se desarrolló mercancía complementaria como tote bags y playeras intervenidas con diseños originales de Dragona, ampliando la identidad visual de la marca y generando productos accesibles para diferentes tipos de consumidores.

Como parte de la estrategia promocional, también se diseñaron y distribuyeron stickers de la marca para regalar durante el evento, fortaleciendo el reconocimiento visual y la conexión con los asistentes. Además, durante el show se realizó difusión verbal sobre el proyecto, su concepto creativo y la propuesta de valor de Dragona.

Esta activación permitió combinar moda, arte y experiencia cultural en un mismo espacio, reforzando el posicionamiento de Dragona como una marca alternativa, auténtica y cercana a comunidades creativas y disruptivas.

6.6. Propuesta de tropicalización y mejora de: producto, logo, empaque, etiquetado

Como parte del proceso de mejora e internacionalización de Dragona, se identificaron distintas recomendaciones derivadas tanto del focus group realizado con consumidores potenciales como de la retroalimentación proporcionada por expertos y docentes, entre ellos

la Mtra. Cinthia. Estas observaciones permitieron detectar áreas estratégicas de oportunidad para fortalecer el posicionamiento, funcionalidad y profesionalización de la marca.

Mejoras en producto

Una de las principales recomendaciones fue desarrollar prendas más versátiles y funcionales que puedan utilizarse en contextos cotidianos sin perder la esencia alternativa y disruptiva de Dragona. Aunque las piezas más artísticas y experimentales fueron altamente valoradas, los participantes señalaron que incorporar prendas más fáciles de combinar podría ampliar el mercado potencial.

Asimismo, se recomendó:

- Mantener colores sobrios, oscuros y neutros para conservar la identidad punk y urbana de la marca.
- Incorporar nuevas texturas, cortes y combinaciones textiles.
- Crear piezas complementarias más comerciales como playeras gráficas, accesorios y tote bags.
- Desarrollar prendas genderless y oversized alineadas con tendencias actuales del streetwear latinoamericano.

Mejoras en identidad visual y branding

Dentro de las observaciones realizadas por expertos, se destacó la importancia de fortalecer la coherencia visual de la marca y profesionalizar algunos elementos gráficos para facilitar su posicionamiento internacional.

Por ello, se propone:

- Simplificar ligeramente el logo para mejorar su legibilidad en formatos digitales y etiquetas.
- Mantener la esencia artística y experimental, pero con aplicaciones visuales más limpias y funcionales.
- Unificar la identidad gráfica en redes sociales, empaques y material promocional.

- Desarrollar un storytelling más sólido alrededor del personaje e identidad de Dragona.

Mejoras en contenido visual y redes sociales

Otra recomendación importante fue fortalecer la producción de contenido audiovisual y presencia digital, ya que actualmente las redes sociales representan uno de los principales canales de posicionamiento para marcas independientes.

Se sugirió:

- Realizar shootings más constantes y profesionales.
- Mostrar diferentes formas de utilizar las prendas en la vida cotidiana.
- Crear contenido detrás de cámaras, procesos creativos y producción artesanal.
- Generar videos tipo editorial, fashion film o contenido performático.
- Aprovechar la estética visual de la marca para fortalecer el engagement en Instagram y TikTok.

Mejoras comerciales y de diversificación

Durante el focus group también surgió la recomendación de aprovechar el talento artístico de la diseñadora más allá de la ropa. Por ello, se propuso:

- Vender ilustraciones, prints y dibujos originales.
- Participar en exhibiciones de arte y diseño alternativo.
- Integrar productos de merch relacionados con la identidad visual de Dragona.
- Crear colaboraciones con artistas, fotógrafos y performers.

Estas estrategias permitirían diversificar fuentes de ingreso y fortalecer el posicionamiento artístico de la marca.

Mejoras en experiencia de marca

Tanto consumidores como expertos destacaron el potencial de Dragona para generar experiencias inmersivas y alternativas. Por ello, se recomendó desarrollar:

- Pop ups.
- Coffee parties.
- Activaciones performáticas.

- Concept stores.
- Eventos híbridos entre moda, música y arte.

Estas experiencias ayudarían a fortalecer la construcción de comunidad y conexión emocional con el consumidor.

Mejoras en empaque y etiquetado

También se propuso implementar materiales más sustentables y profesionales en empaques y etiquetas, incorporando:

- Tote bags reutilizables.
- Papel reciclado.
- Stickers ecológicos.
- Etiquetas tejidas.
- Códigos QR con información digital de la marca.

Esto aumentaría la percepción de valor y la profesionalización del proyecto.

Las mejoras propuestas para Dragona buscan fortalecer tanto el aspecto creativo como comercial de la marca, permitiendo mantener su esencia artística y alternativa mientras se adapta de manera más estratégica a mercados internacionales y consumidores contemporáneos.

[Stickers](#)

6.7. Storytelling de la marca

Dragona nace como una propuesta de moda alternativa enfocada en la autoexpresión, la creatividad y la ruptura de los estándares tradicionales de la moda comercial. Desde sus inicios, la marca ha buscado construir una identidad auténtica y disruptiva, utilizando la moda como una herramienta artística y cultural capaz de transmitir personalidad, rebeldía y originalidad.

La primera colección, *Thrash Unreal*, representó el inicio de esta narrativa creativa, inspirada en una estética punk, urbana y experimental. Para comunicar esta esencia, se desarrolló un

primer shooting fotográfico con estudiantes del ITESO, utilizando escenarios y composiciones más rústicas que reflejaban el carácter alternativo y auténtico de la colección.

Posteriormente, la marca evolucionó hacia una propuesta visual más conceptual y profesional mediante un segundo shooting realizado en un estudio privado con modelos y una dirección creativa más disruptiva. Esta producción permitió fortalecer el posicionamiento visual de Dragona y explorar nuevas formas de representación estética a través de distintos ángulos, styling y composición visual.

Como parte del proceso de validación y crecimiento de la marca, se realizó un focus group donde participaron consumidores potenciales interesados en moda alternativa. Este ejercicio permitió identificar fortalezas, áreas de oportunidad y percepciones reales sobre la propuesta de Dragona, generando recomendaciones estratégicas relacionadas con diseño, combinabilidad, marketing y posicionamiento.

Asimismo, la marca desarrolló una activación en la tienda Plop, integrando moda, arte y performance mediante un show con artistas drag. Durante el evento se exhibieron prendas con etiquetas y precios, además de productos complementarios como tote bags, playeras y stickers diseñados especialmente para fortalecer la identidad visual de la marca. Esta experiencia permitió conectar directamente con el público y consolidar una propuesta de valor basada en la creatividad, la inclusión y la experiencia cultural.

Actualmente, Dragona busca expandir su alcance hacia mercados internacionales mediante la participación en ferias como Inexmoda Colombia, con el objetivo de posicionarse como una marca emergente de moda alternativa dentro de Latinoamérica.

En conjunto, el storytelling de Dragona refleja un proyecto construido desde la autenticidad, la exploración artística y la conexión emocional con comunidades creativas, donde cada colección, activación y experiencia fortalece su identidad y visión de marca.

6.8. Consultoría de redes sociales vinculadas a la estrategia comercial

Evaluación y recomendaciones de redes sociales – Instagram Dragona

A partir del análisis realizado con base en los criterios establecidos, se presentan las siguientes recomendaciones estratégicas para optimizar el desempeño de la cuenta de Instagram de la marca Dragona.

1. Consistencia visual

Se recomienda desarrollar una identidad visual más sólida y constante. Actualmente, la marca cuenta con elementos básicos como logotipo e identidad inicial, pero es necesario establecer lineamientos claros de uso de colores, tipografías y estilo fotográfico.

Esto permitirá que el perfil sea reconocible, profesional y coherente, fortaleciendo el posicionamiento de la marca dentro de la industria de moda alternativa.



2. Calidad del contenido

Se sugiere generar contenido original y propio de la marca, evitando depender de imágenes de otras marcas. Es importante trabajar con fotografías y videos propios que reflejen la esencia de Dragona.

Además, se recomienda desarrollar una parrilla de contenido que incluya copys estratégicos y visuales alineados a la identidad de la marca, con el objetivo de generar mayor conexión emocional con la audiencia.

[Calendario de contenido DRAGONAAA](#)

3. Frecuencia de publicación

Actualmente no existe una constancia en publicaciones, por lo que se recomienda establecer una frecuencia de 1 a 2 publicaciones por semana.

Esta frecuencia es adecuada para una marca emergente, ya que:

- Permite mantener presencia constante sin saturar a la audiencia
- Facilita la organización del contenido
- Ayuda al algoritmo de Instagram a posicionar mejor la cuenta
- Genera hábito en los seguidores

La constancia es más importante que la cantidad, por lo que mantener esta frecuencia de forma sostenida es clave.

4. Interacción con la audiencia

Se recomienda fomentar la interacción respondiendo comentarios, mensajes directos y cualquier tipo de participación del público.

Aunque actualmente no hay mucha interacción debido a la falta de contenido, es importante estar preparada para:

- Responder comentarios de forma rápida y personalizada
- Mantener comunicación activa en DM
- Generar cercanía con la audiencia

Esto contribuirá a la construcción de comunidad y fidelización.

5. Relevancia del contenido

El contenido está alineado con la esencia de la marca, sin embargo, se percibe obsoleto por la falta de actualización.

Se recomienda:

- Publicar contenido actual y constante
- Utilizar historias para mostrar el día a día de la marca
- Compartir procesos, inspiración y estilo de vida

Esto permitirá mantener el interés del público y reforzar la identidad de Dragona.

6. Diversidad de formatos

Se sugiere diversificar los formatos de contenido para aumentar el engagement, ya que actualmente la cuenta presenta poca variedad visual y estructural.

Es recomendable implementar distintos formatos como:

- Reels (para mayor alcance y viralidad)
- Carruseles (para contenido informativo o storytelling)
- Historias (para interacción diaria y cercanía)
- Fotografías (para reforzar branding)

Además, es importante respetar los tamaños adecuados de cada formato para lograr una mejor calidad visual y optimización dentro de la plataforma:

- Reels: 1080 x 1920 px (formato vertical 9:16)
- Historias: 1080 x 1920 px (formato vertical 9:16)
- Publicaciones en feed (imagen o carrusel):
 - Vertical: 1080 x 1350 px (recomendado para mayor alcance)
 - Cuadrado: 1080 x 1080 px

El uso correcto de estos formatos y dimensiones permite que el contenido se visualice de manera profesional, evita recortes automáticos y mejora la experiencia del usuario, lo que impacta directamente en el rendimiento de las publicaciones.

[DRAGONA contenido](#)

7. Uso de hashtags y etiquetas

Actualmente no se utilizan hashtags, lo cual limita significativamente el alcance orgánico de las publicaciones.

Se recomienda implementar una estrategia de hashtags que combine:

- Hashtags de la industria (#modaalternativa, #streetwearmexico, #modamexicana, etc.)
- Hashtags de nicho (más específicos al estilo de la marca)
- Hashtags propios de la marca (branding)

Propuesta de hashtags propios para Dragona:

- #DragonaMX
- #DragonaStyle

- #SoyDragona
- #EstiloDragona
- #DragonaCommunity

Recomendación estratégica:

- Usar entre 5 y 10 hashtags por publicación
- Mantener siempre 2–3 hashtags propios en cada post
- Incentivar a clientes y seguidores a utilizarlos

El uso correcto de hashtags permitirá aumentar la visibilidad, atraer nuevos usuarios y fortalecer el posicionamiento de la marca dentro de su nicho.

8. Análisis y ajustes

Se recomienda comenzar a utilizar las herramientas de análisis de Instagram para medir el desempeño de la cuenta y tomar decisiones estratégicas.

Es importante realizar una revisión mensual de métricas, con el fin de evaluar el crecimiento y comportamiento de la audiencia. Algunos indicadores clave a monitorear son:

- Alcance
- Interacciones
- Crecimiento de seguidores
- Rendimiento de publicaciones

Este análisis permitirá identificar qué tipo de contenido funciona mejor y ajustar la estrategia de manera continua.

Asimismo, se recomienda considerar a futuro la apertura de una página en Facebook vinculada a la cuenta de Instagram, con el objetivo de acceder a herramientas de Meta Ads, lo que permitirá:

- Crear campañas publicitarias segmentadas
- Aumentar el alcance de la marca
- Generar tráfico y posibles ventas

La combinación de análisis constante y publicidad digital facilitará un crecimiento más estratégico y medible.

9. Seguimiento de tendencias

Se identificó que la cuenta no ha tenido actividad reciente, por lo que se recomienda retomar la presencia digital adaptándose a tendencias actuales dentro de la industria de la moda alternativa.

Como parte de esta estrategia, se sugiere crear una cuenta en TikTok, ya que es una plataforma clave para detectar y aprovechar tendencias de manera más rápida. TikTok permite:

- Identificar audios, formatos y estilos en tendencia
- Generar contenido con mayor potencial de viralidad
- Aumentar el alcance de la marca en menor tiempo

Además, se recomienda implementar una estrategia de reutilización de contenido, donde los videos creados para TikTok puedan ser adaptados y publicados también como Reels en Instagram. Esto permite:

- Optimizar tiempo y recursos
- Mantener presencia activa en ambas plataformas
- Aprovechar tendencias en distintos canales

Seguir tendencias de forma auténtica permitirá conectar mejor con la audiencia y posicionar a Dragona como una marca actual y relevante.

10. Alineación con los objetivos de negocio

Se recomienda definir pilares de comunicación claros alineados al público objetivo (ej. Parque Rojo, Tianguis Cultural, etc.).

Además, es importante:

- Integrar contenido orientado a venta
- Mostrar productos y precios

- Generar contenido que impulse posicionamiento y fidelización

Esto permitirá que la red social no solo funcione como escaparate visual, sino también como una herramienta estratégica para el crecimiento del negocio.

Áreas de oportunidad detectadas

Actualmente la cuenta presenta:

- Baja interacción
- Falta de catálogo visible
- Ausencia de contenido constante
- Nula generación de ventas a través de la red social

Por lo que es fundamental implementar estas recomendaciones para lograr crecimiento, posicionamiento y conversión.

Propuesta de temas de contenido (lluvia de ideas)

1. Identidad de marca Dragona

- Historia de la marca
- Inspiración detrás de las colecciones
- Significado del concepto “Dragona”

2. Producto y estilo

- Outfits con prendas Dragona
- Cómo combinar las piezas
- Detalles y materiales
- Nuevos lanzamientos
- Creación de bocetos

3. Lifestyle y comunidad

- Día a día de la diseñadora
- Behind the scenes

- Eventos (pop-ups, tianguis)
- Clientes usando la marca

4. Moda alternativa y cultura

- Tendencias en moda alternativa
- Inspiración urbana (Parque Rojo, street style)
- Referencias culturales (arte, música)
- Tips de estilo para expresar identidad

6.9. Propuesta de stand estratégico y producto promocional sustentable



Como propuesta para la participación de Dragona en Colombiamoda 2027 en Medellín, Colombia, se plantea el desarrollo de un stand estratégico alineado con la identidad disruptiva, artística y alternativa de la marca. El concepto visual estaría inspirado en una estética punk-experimental, utilizando materiales reciclados, estructuras reutilizables,

iluminación tenue y elementos gráficos intervenidos para transmitir autenticidad, creatividad y diferenciación dentro del entorno de la feria.

El stand tendría como objetivo generar una experiencia visual inmersiva que permita comunicar la esencia de Dragona como una marca de moda alternativa y diseño de autor. Además de exhibir las prendas de la colección principal, el espacio estaría diseñado para funcionar como punto de interacción con compradores, medios especializados y asistentes internacionales.

La propuesta del stand incluiría:

- Exhibición de la colección principal.
- Área visual para fotografías y creación de contenido digital.
- Pantalla con videos de shootings, pasarelas y activaciones de marca.
- Espacio de interacción con compradores y asistentes.
- Decoración sustentable mediante reutilización de textiles, madera reciclada y mobiliario reutilizable.
- Branding visual con gráficos, logos y elementos intervenidos relacionados con la identidad de Dragona.

Como parte de la estrategia promocional sustentable, también se propone la elaboración de:

- Tote bags reutilizables con diseños originales de la marca.
- Stickers impresos en materiales reciclables.
- Playeras de edición limitada.
- Tarjetas digitales mediante códigos QR para reducir el uso de papel.

El objetivo principal es reforzar el posicionamiento de Dragona como una marca creativa, alternativa y consciente, generando una experiencia visual atractiva y coherente con las tendencias actuales de sostenibilidad y consumo responsable dentro de la industria de la moda.

Para el desarrollo del proyecto se investigaron proveedores colombianos especializados en diseño, fabricación y montaje de stands para eventos realizados en Plaza Mayor Medellín y ferias organizadas por Inexmoda. Entre las empresas consideradas destacan:

- Espacio Vacío Diseño.
- Kanuara.
- Alquipanel de Colombia.
- Exhibiciones Marinillo MH.
- Más Creativos Medellín.
- Design Lab & Marketing.

Estas empresas ofrecen servicios integrales relacionados con:

- Diseño y renderizado 3D del stand.
- Producción y fabricación de estructuras modulares.
- Montaje y desmontaje.
- Producción gráfica e impresión.
- Instalación de iluminación y pantallas.
- Mobiliario y decoración.
- Transporte y logística interna para ferias y exposiciones.

Con base en cotizaciones aproximadas de proveedores colombianos y costos promedio manejados en Colombiamoda para stands pequeños/intermedios de aproximadamente 9 m², se estimó el siguiente presupuesto:

- Diseño y render del stand: entre 1.5 y 3 millones de pesos colombianos.
- Producción de estructura modular: entre 5 y 8 millones de pesos colombianos.
- Montaje y desmontaje: entre 3.7 y 6 millones de pesos colombianos.
- Impresiones gráficas y branding: entre 1.5 y 3 millones de pesos colombianos.
- Iluminación y pantalla audiovisual: entre 2 y 4 millones de pesos colombianos.
- Mobiliario y decoración: entre 1.8 y 3.5 millones de pesos colombianos.

En total, el costo aproximado del stand y activación visual de Dragona se estima entre 15 y 27 millones de pesos colombianos, equivalentes aproximadamente a entre 78,000 y 139,000 pesos mexicanos, dependiendo del tamaño final del espacio, materiales utilizados y nivel de personalización del montaje.

La propuesta del stand busca convertir la participación de Dragona en Colombiamoda en una experiencia visual y comercial coherente con la identidad de la marca, fortaleciendo su

posicionamiento dentro del mercado latinoamericano de moda alternativa y diseño emergente.

6.10. Focus Group de mejora de: precio, producto y análisis del consumidor

Con el objetivo de evaluar el potencial comercial de Dragona y detectar áreas de mejora, se realizó un focus group con participantes interesados en moda alternativa, arte y consumo de marcas independientes

En relación con el producto, los participantes percibieron a Dragona como una marca disruptiva, artística y con una fuerte identidad visual. Las chamarras y piezas más distintivas fueron las mejor valoradas debido a su originalidad y estética alternativa. Sin embargo, también se identificó la necesidad de desarrollar prendas más versátiles y fáciles de combinar para aumentar su uso cotidiano sin perder la esencia de la marca

Asimismo, algunos participantes recomendaron continuar utilizando colores sobrios, oscuros y neutros, ya que consideran que estos refuerzan la identidad punk, urbana y conceptual de Dragona. No obstante, también sugirieron experimentar con detalles visuales, texturas y contrastes que mantengan la propuesta disruptiva sin alejarse de la estética principal de la marca.

Respecto al precio, los consumidores mostraron disposición a pagar más por piezas exclusivas, artesanales y de edición limitada, siempre que exista claridad sobre la calidad, el proceso creativo y el valor artístico detrás de cada diseño. El valor percibido fue considerado más importante que el precio en sí, especialmente cuando las prendas logran transmitir autenticidad y diferenciación

En el análisis del consumidor, se identificó un público conformado principalmente por jóvenes y adultos interesados en la autoexpresión, la originalidad, el arte y la moda independiente. Además, los participantes destacaron la importancia de fortalecer experiencias de marca, contenido visual en redes sociales y eventos culturales que generen una conexión emocional más cercana con Dragona

Otra recomendación importante fue aprovechar el talento artístico de la diseñadora más allá de la ropa, proponiendo la venta o exhibición de sus dibujos e ilustraciones en espacios culturales, exposiciones o eventos relacionados con arte y diseño alternativo. Los

participantes consideraron que esto podría fortalecer el storytelling de la marca y ampliar sus oportunidades comerciales y creativas.

También se sugirió:

- Ampliar la variedad de tallas.
- Crear contenido digital mostrando diferentes formas de usar las prendas.
- Realizar colaboraciones con artistas, fotógrafos y performers.
- Mantener una estética auténtica y coherente en redes sociales.
- Generar productos complementarios como prints, accesorios o piezas de arte visual.

Finalmente, el focus group permitió identificar fortalezas importantes de Dragona relacionadas con autenticidad, creatividad y diferenciación visual, así como oportunidades estratégicas para fortalecer su posicionamiento dentro del mercado de moda alternativa y diseño independiente.

7. Análisis financiero de la misión comercial internacional

Tabla de gastos	Categoría estándar	Categoría Media	Categoría alta	Presupuesto día Dlls
Alimentos	\$4 y \$5 USD \$ 86 mxn	\$7 a \$9 USD y entre \$8 y \$172 mxn	\$30 y \$50 USD según el lugar. \$862 mxn	
Traslados	0 porque está a 5 min de distancia	\$60 mxn \$4 dlls	\$100 mxn \$6 dlls	
Hospedaje	Hotel Plaza Mayor 44- \$2,328 mxn \$135 dlls	Hotel 33: \$3,181 mxn \$184 dlls	Hotel Authentico X atempo 4 mxn \$ 600 dlls	
Costo de viaje				A consideración dependiendo de la linea en la que viaje
Seguro médico				Cobertura de 5 dias (emergencias De \$450- 650 mxn De \$23- 33 dlls
Billete de avión				\$ 6,440- 9,300 mxn \$320-465 dlls (En general)

Gastos de representación	Presupuesto o moderado (comida+transporte) \$1000 mxn \$50 dlls	Presupuesto Ejecutivo (almuerzo + cena drinks) \$2500 mxn \$125 dlls	Presupuesto premium (eventos vip + transporte privado) \$4500 mxn \$225 o más dlls	
Fondo de contingencia/emergencia	\$ 4,341 mxn \$251 dlls	\$ 4,965 mxn \$287 dlls	\$7,446 mxn dlls	20-25% sobre el presupuesto total propuesto (cambio de vuelo, emergencia médica menor, reposición de equipo, transporte extra)
Gastos personales Propinas				Gastos personales como suvenir, antojos, ropa de marcas locales En Colombia se tiene la cultura de propina \$2250 – 4000 mxn \$115- 200 dlls

Total	4 mxn \$1,007 dls	\$ 19,863 mxn \$1,152 dls	\$29,786 mxn \$1,726 dls	
-------	----------------------	------------------------------	-----------------------------	--

Bancolombia no da vivienda, evita cajeros genéricos en la calle, no cambiar dinero en el aeropuerto o ir a casa de cambio como santa fe o el tesoro.

Tratar de feriar los billetes grandes ya que los taxistas o puestos pequeños les cuesta dar denominaciones altas.

Ligas de referencia

Hospedajes:

Hoteles <https://sys.hosroom.com/booking/422-hotel-plaza-mayor-44>

<https://hotels.cloudbeds.com/es/reservation/0Q1CJh?currency=cop>

<https://authentico.com/Home>

Transporte:

Uber

Didi

Tarjeta de transporte: <https://www.metrodemedellin.gov.co/>

Avión: <https://www.google.com/travel/flights>

Alimentación:

<https://hatoviejo.com/>

<https://www.instagram.com/mercadodelriomedellin/?hl=es>

Seguro médico:

<https://www.assistcard.com/mx>

<https://clinicalasvegas.com/>

Seguro de viaje: Depende la aerolinea con la que se viaje

8. Análisis de tendencias y competencia

8.1 Análisis de productos similares y competencia directa: precio, calidad y diferenciadores

La industria de la moda alternativa y streetwear ha crecido considerablemente en los últimos años debido al aumento de consumidores que buscan prendas más auténticas, exclusivas y alineadas con su identidad personal. Actualmente, las marcas independientes compiten no solo con otras propuestas de diseño local, sino también con gigantes de fast fashion como Zara, H&M, Shein o Bershka.

El modelo fast fashion se caracteriza por producir prendas masivamente, a bajo costo y con renovación constante de colecciones. Algunas marcas logran colocar nuevos diseños en tiendas en aproximadamente 15 días, priorizando rapidez sobre exclusividad o durabilidad.

Sin embargo, los consumidores han comenzado a mostrar cansancio frente a la homogeneización de productos. Durante el focus group realizado para Dragona, varios participantes mencionaron sentirse frustrados al encontrar “la misma ropa” en tiendas comerciales y valoraron más la originalidad y personalidad de marcas independientes.

Además, el mercado de moda online en México continúa creciendo. Según Elogia Fashion Lab, el comercio electrónico de moda representa actualmente el 13% del total de ventas de moda en México, mientras que los consumidores realizan en promedio casi 7 compras de moda online al año.

También se identificó que:

- El 61% de los consumidores prioriza la comodidad de comprar en cualquier momento.
- El 55% considera promociones y descuentos como factores importantes.
- Los consumidores “fashionistas” están dispuestos a gastar más cuando encuentran productos diferenciados y con identidad clara.

En cuanto a calidad, Dragona busca posicionarse como una marca de diseño conceptual y producción más limitada, alejándose de la lógica de producción masiva. Esto se relaciona con tendencias de slow fashion, donde los consumidores valoran más la durabilidad, creatividad y autenticidad de las prendas.

Aspecto	Dragona	Fast Fashion
Producción	Limitada y más artesanal	Masiva
Diseño	Conceptual y artístico	Basado en tendencias rápidas
Identidad	Narrativa y personaje propio	Comercial
Exclusividad	Alta	Baja
Relación emocional	Fuerte conexión con la marca	Consumo rápido
Personalización	Posible	Muy limitada

8.2 Innovaciones y tendencias en el producto

Las tendencias actuales de moda muestran un cambio hacia prendas más expresivas, cómodas y emocionalmente conectadas con el consumidor.

Actualmente destacan tendencias como:

- Prendas oversize
- Moda genderless o unisex
- Accesorios statement
- Estética punk y urbana

- Producción limitada (“drops”)
- Moda sostenible y slow fashion
- Integración entre moda, arte y entretenimiento

El focus group reveló que los consumidores sí muestran interés por prendas diferentes, pero necesitan visualizar cómo usarlas en contextos cotidianos. Por ello, una innovación importante para Dragona es transformar piezas conceptuales en prendas más versátiles y combinables.

Otra tendencia relevante es la búsqueda de autenticidad. Estudios recientes muestran que los consumidores conectan más con marcas que muestran procesos reales, storytelling y personas detrás del proyecto.

Por esta razón, Dragona tiene oportunidad de innovar mediante:

- contenido detrás de cámaras
- styling de prendas
- videos del proceso creativo
- storytelling por colección
- drops temáticos
- integración de ilustración y personaje

Además, durante el focus group surgió interés por:

- gorros
- cinturones
- accesorios
- llaveros
- stickers
- prints
- merch inspirado en el personaje Dragona

Esto abre posibilidades para expandir la marca más allá de ropa tradicional.

8.3 Innovaciones en el modelo de negocio

Actualmente muchas marcas independientes ya no dependen únicamente de tiendas físicas, ya que el consumidor moderno busca experiencias híbridas entre lo digital, lo social y lo presencial. Las nuevas tendencias de consumo muestran que las marcas necesitan generar experiencias más cercanas, inmersivas y emocionales para fortalecer la conexión con su comunidad y diferenciarse dentro de un mercado altamente competitivo.

En el caso de Dragona, el modelo de negocio puede innovar mediante distintas estrategias enfocadas en exclusividad, experiencia y construcción de comunidad.

Producción limitada

El uso de drops exclusivos y colecciones limitadas permite:

- Aumentar la percepción de exclusividad.
- Reducir desperdicio y sobreproducción.
- Evitar acumulación de inventario.
- Generar expectativa y deseo en el consumidor.
- Mantener autenticidad dentro de la marca.

Producción bajo pedido

La producción personalizada o bajo pedido ayuda a:

- Disminuir riesgos financieros.
- Reducir acumulación de stock.
- Adaptar prendas a distintos cuerpos y tallas.
- Generar una experiencia más exclusiva y personalizada.

Activaciones experienciales

Durante el focus group, los participantes mostraron interés en experiencias alternativas relacionadas con:

- Coffee parties.
- Pop ups.
- Eventos artísticos.

- Shows performáticos.
- Tiendas híbridas entre moda, arte y cafetería.

Este tipo de activaciones permiten generar interacción directa con la comunidad y fortalecer el posicionamiento emocional de la marca.

Concept store como innovación del modelo de negocio

Otra propuesta importante para Dragona es el desarrollo de un modelo tipo **concept store**, donde la marca no funcione únicamente como una tienda de ropa, sino como un espacio creativo y cultural que combine:

- Moda.
- Arte.
- Música.
- Exhibiciones visuales.
- Productos de diseño.
- Cafetería o experiencias sociales.

El modelo concept store representa una ventaja estratégica porque permite crear una experiencia de marca mucho más inmersiva y diferenciada. Además, este formato conecta especialmente con consumidores jóvenes interesados en espacios alternativos, creativos y visualmente atractivos.

Entre las ventajas del concept store para Dragona destacan:

- Mayor posicionamiento de marca.
- Construcción de comunidad y sentido de pertenencia.
- Mayor interacción en redes sociales debido al impacto visual del espacio.
- Posibilidad de vender productos complementarios como prints, ilustraciones, accesorios y merch.
- Generación de colaboraciones con artistas, músicos y creativos.
- Diferenciación frente a tiendas tradicionales de moda.

Asimismo, este modelo fortalece el storytelling y la identidad visual de Dragona, ya que transforma la compra en una experiencia artística y emocional más completa.

Construcción de comunidad

El personaje e identidad visual de Dragona funcionan como un elemento diferenciador que permite:

- Generar conexión emocional con el consumidor.
- Construir narrativa por colección.
- Desarrollar merch y productos alternativos.
- Crear comunidad digital alrededor de la marca.
- Fortalecer la fidelización y reconocimiento visual.

Las innovaciones propuestas para Dragona buscan construir un modelo de negocio más flexible, experiencial y conectado con las nuevas tendencias de consumo, permitiendo fortalecer el posicionamiento de la marca dentro del mercado de moda alternativa y diseño independiente.

8.4 Propuesta de experiencia de compra

La experiencia de compra propuesta para Dragona busca convertir la adquisición de una prenda en una experiencia creativa y emocional.

Actualmente, los consumidores no solo compran productos; buscan sentirse identificados con las marcas y vivir experiencias memorables.

La propuesta de experiencia contempla:

Experiencia física

- Pop ups inmersivos
- Música y ambientación alternativa
- Visual merchandising artístico
- Exhibición de ilustraciones originales
- Activaciones con DJs, café o arte

Experiencia digital

- Videos mostrando procesos creativos
- Contenido styling (“cómo combinarlo”)
- Fotos tipo Pinterest
- Behind the scenes
- Storytelling de colecciones
- Redes sociales centradas en identidad visual

Durante el focus group, varios participantes mencionaron que les gustaría ver cómo usar las prendas en outfits más cotidianos para sentirse más seguros al comprarlas.

Experiencia emocional

Dragona busca que el consumidor:

- se identifique con la marca
- exprese su personalidad
- vea la ropa como arte
- forme parte de una comunidad alternativa

Además, la incorporación de accesorios, prints y merch permite que personas que quizá no se atrevan a usar prendas muy experimentales puedan seguir conectando con la identidad visual de la marca.

9. Programas de fomento, apoyos y financiamiento para participar en ferias, bienales y misiones internacionales

9.1. Apoyos federales

En México existen diversos apoyos federales orientados al fortalecimiento de pequeñas y medianas empresas, emprendimientos creativos y proyectos con potencial de internacionalización. Estos programas buscan impulsar la competitividad, innovación, exportación y participación de empresas mexicanas en ferias, exposiciones y misiones comerciales internacionales.

Uno de los principales organismos es la Secretaría de Economía, la cual promueve programas relacionados con comercio exterior, capacitación empresarial, exportación y vinculación internacional. A través de sus iniciativas, las empresas pueden acceder a asesorías, acompañamiento técnico y herramientas para fortalecer procesos de internacionalización y posicionamiento comercial.

Asimismo, organismos empresariales como el Consejo Empresarial Mexicano de Comercio Exterior (COMCE) ofrecen programas de networking, misiones comerciales y vinculación con compradores internacionales, facilitando el acceso de marcas mexicanas a nuevos mercados.

Otro apoyo importante proviene de FOCIR (Fondo de Capitalización e Inversión del Sector Rural) y programas de financiamiento empresarial impulsados por el Gobierno Federal, los cuales pueden apoyar proyectos relacionados con producción, innovación, exportación y desarrollo de marca.

En el ámbito creativo y cultural, instituciones como la Secretaría de Cultura y el programa Sistema de Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales (SACPC) ofrecen convocatorias para artistas, diseñadores y proyectos culturales que buscan fortalecer la producción creativa y la proyección nacional e internacional de emprendimientos vinculados al arte y diseño.

Asimismo, existen apoyos relacionados con:

- Capacitación para exportación.
- Registro de marca y propiedad intelectual.
- Participación en ferias internacionales.
- Desarrollo de branding y marketing digital.
- Innovación y emprendimiento creativo.
- Financiamiento para pequeñas empresas.

Para una marca emergente como Dragona, estos apoyos podrían facilitar:

- La participación en Colombiamoda.
- El fortalecimiento de su estructura empresarial.
- El desarrollo de estrategias de exportación.
- La profesionalización de procesos administrativos y comerciales.
- La consolidación de su identidad de marca a nivel internacional.

- Consejo Empresarial Mexicano de Comercio Exterior. (2025). *Programas de comercio exterior y apoyo empresarial*. COMCE. <https://www.comce.org.mx/>
- Fondo de Capitalización e Inversión del Sector Rural. (2025). *Programas de financiamiento empresarial*. Gobierno de México. <https://www.gob.mx/focir>
- Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. (2026). *Registro de marca y propiedad industrial en México*. Gobierno de México. <https://www.gob.mx/impi>
- Secretaría de Cultura. (2025). *Sistema de Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales (SACPC)*. Gobierno de México. <https://sistemacreacion.cultura.gob.mx/>
- Secretaría de Economía. (2025). *Comercio exterior*. Gobierno de México. <https://www.gob.mx/se/comercio-exterior>
- Secretaría de Economía. (2025). *Programas de apoyo para PyMES y comercio exterior*. Gobierno de México. <https://www.gob.mx/se/>

9.2. Programas internacionales de apoyo

Existen diversos programas y organismos internacionales que apoyan a emprendedores, marcas emergentes y proyectos creativos interesados en participar en ferias, bienales, exposiciones y procesos de internacionalización. Estos apoyos buscan fortalecer la innovación, la movilidad cultural, el comercio internacional y el desarrollo de industrias creativas en distintos países.

Uno de los principales organismos es ProColombia, entidad encargada de promover el turismo, inversión y exportaciones en Colombia. A través de ferias como Colombiamoda e iniciativas de networking empresarial, facilita la vinculación entre compradores internacionales, diseñadores y marcas emergentes interesadas en ingresar al mercado latinoamericano.

Asimismo, organismos como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y programas vinculados a industrias creativas impulsan proyectos relacionados con moda, diseño, emprendimiento e innovación cultural en América Latina. Estos apoyos suelen enfocarse en

capacitación, aceleración de negocios y fortalecimiento de empresas creativas con potencial internacional.

Otro organismo importante es la ONU/UNESCO, que mediante programas relacionados con economía creativa y desarrollo cultural promueve la movilidad internacional, participación en eventos culturales y fortalecimiento de proyectos vinculados al arte, diseño y patrimonio creativo.

Además, existen plataformas y convocatorias internacionales orientadas a:

- Participación en ferias y semanas de moda.
- Residencias artísticas y creativas.
- Intercambios culturales.
- Networking internacional.
- Capacitación empresarial y exportación.
- Proyectos de sostenibilidad e innovación en moda.

En el caso específico de la moda, instituciones como Inexmoda Colombia también impulsan programas y espacios para diseñadores emergentes, facilitando oportunidades de visibilidad internacional, acceso a compradores y conexión con industrias creativas de distintos países.

Para Dragona, este tipo de apoyos internacionales podría representar beneficios importantes como:

- Acceso a nuevos mercados.
- Participación en Colombiamoda y eventos internacionales.
- Vinculación con compradores y distribuidores.
- Fortalecimiento de branding y posicionamiento internacional.
- Desarrollo de estrategias de exportación y expansión comercial.

Asimismo, los programas internacionales permiten que marcas independientes puedan reducir barreras económicas y generar conexiones estratégicas dentro de la industria global de la moda y el diseño.

En conclusión, los programas internacionales de apoyo representan herramientas fundamentales para impulsar la profesionalización e internacionalización de proyectos

creativos como Dragona, permitiendo fortalecer su presencia dentro del mercado latinoamericano y ampliar sus oportunidades de crecimiento comercial y cultural.

9.3. Apoyos estatales

En el estado de Jalisco existen distintos programas de apoyo y financiamiento orientados al fortalecimiento de emprendedores, industrias creativas y pequeñas empresas con potencial de crecimiento nacional e internacional. Estos apoyos buscan impulsar la innovación, competitividad, profesionalización y participación de proyectos locales en espacios comerciales y culturales.

Uno de los principales organismos es el Fondo Jalisco de Fomento Empresarial (FOJAL), el cual ofrece financiamiento, capacitación y programas de acompañamiento para emprendedores y pequeñas empresas. A través de estos apoyos, marcas emergentes como Dragona pueden acceder a créditos para producción, compra de materiales, desarrollo de marca y participación en ferias nacionales e internacionales.

Asimismo, la Secretaría de Desarrollo Económico de Jalisco (SEDECO) impulsa programas relacionados con innovación, emprendimiento y fortalecimiento empresarial, brindando asesorías, capacitaciones y vinculación comercial para negocios creativos y de moda.

En el ámbito cultural y creativo, la Secretaría de Cultura de Jalisco ofrece convocatorias y apoyos dirigidos a artistas, diseñadores y proyectos culturales independientes, promoviendo la movilidad artística, exposiciones y desarrollo de industrias creativas dentro del estado.

También existen iniciativas impulsadas por:

- Cámaras empresariales.
- Universidades y programas de incubación.
- Plataformas de emprendimiento creativo.
- Programas de innovación y economía naranja.

Estos apoyos pueden destinarse a:

- Participación en ferias y exposiciones.
- Desarrollo de branding y marketing.
- Producción de colecciones.

- Registro de marca y propiedad intelectual.
- Producción audiovisual y contenido digital.
- Capacitación empresarial y exportación.

Para Dragona, los apoyos estatales podrían facilitar:

- La participación en Colombiamoda.
- La producción de nuevas colecciones.
- El fortalecimiento de su presencia digital.
- La profesionalización administrativa y comercial de la marca.
- La reducción de costos relacionados con internacionalización y promoción.

Además, Jalisco se ha consolidado como uno de los principales estados relacionados con industrias creativas, moda y diseño en México, generando un entorno favorable para el crecimiento de marcas emergentes y proyectos independientes.

Conclusiones Generales

El desarrollo del proyecto Dragona permitió analizar el potencial de una marca emergente de moda alternativa dentro de un contexto nacional e internacional, identificando tanto sus fortalezas creativas como las áreas estratégicas que requieren fortalecimiento para lograr un crecimiento sostenible. A lo largo del proyecto se trabajó en aspectos relacionados con identidad de marca, análisis de mercado, internacionalización, promoción comercial, activaciones de marca y evaluación financiera, permitiendo generar una visión más profesional y estructurada del emprendimiento.

Uno de los principales hallazgos fue que Dragona cuenta con una propuesta estética auténtica, disruptiva y diferenciada, capaz de conectar con consumidores interesados en la autoexpresión, la moda independiente y el diseño de autor. Asimismo, el focus group realizado permitió validar la percepción positiva de la marca y detectar oportunidades de mejora relacionadas con precios, versatilidad de prendas, contenido visual y fortalecimiento de la experiencia de marca.

El análisis del mercado colombiano y de la feria Colombiamoda evidenció que existen oportunidades reales para la internacionalización de Dragona, especialmente debido al crecimiento del consumo de moda alternativa, streetwear y propuestas creativas dentro de sectores urbanos y culturales de Latinoamérica. La participación en este tipo de ferias representa no solo una oportunidad comercial, sino también una plataforma de networking, aprendizaje y posicionamiento internacional.

Además, se identificó la importancia de fortalecer aspectos administrativos, fiscales y comerciales como el registro de marca ante el IMPI, la definición estratégica de precios, la producción visual y la profesionalización de procesos internos, ya que estos elementos son fundamentales para competir dentro de mercados internacionales.

Por otro lado, la propuesta de activaciones, storytelling, contenido audiovisual y diseño de stand permitió construir una estrategia de marca más sólida y coherente con la identidad artística de Dragona. También se analizaron los costos, riesgos operativos y el posible retorno de inversión de participar en Colombiamoda, concluyendo que, aunque representa una inversión importante para una marca emergente, puede generar beneficios significativos en términos de posicionamiento, crecimiento digital y oportunidades comerciales futuras.

Dragona presenta un alto potencial de crecimiento dentro del mercado de moda alternativa y diseño independiente. Su autenticidad, propuesta visual y capacidad de generar conexión emocional con el consumidor representan ventajas competitivas importantes para su desarrollo nacional e internacional. Sin embargo, para consolidarse como una marca con proyección global, será necesario continuar fortaleciendo su estructura interna, estrategia comercial y posicionamiento profesional dentro de la industria de la moda.

Referencias bibliográficas

- Alvear Consultores. (2024). *Propiedad intelectual en el sector de la moda*. [Propiedad intelectual](#)
- Business of Fashion. (2023). *The evolution of limited drops in fashion marketing*. <https://www.businessoffashion.com/>
- CEOE–CEPYME Zaragoza. (2024). *Misiones comerciales directas*.
- ContadorMx. (2024). *Derecho de la moda y propiedad intelectual*. [Derecho de la moda](#)
- El Informador. (2023). *La moda en Jalisco, una industria creativa imparable*. <https://www.informador.mx/entretenimiento/Moda-La-moda-en-Jaliscouna-industria-creativa-imparable-20231005-0029.html.com>
- Future Concept Lab. (2022). *Concept stores and experiential retail trends*. <https://www.futureconceptlab.com/>
- Gento Sierra, M. G. (2024). *La importancia de las ferias comerciales en la generación de negocios como herramienta clave para la internacionalización de empresas* [Trabajo de investigación, Universidad de Valladolid].
- GMO Consultores. (2022). *Ferias y misiones comerciales internacionales*. [GMO Consultores](#)
- ICEX España Exportación e Inversiones. (2023). *Manual de internacionalización* (3.^a ed.).
- Instituto Nacional del Derecho de Autor. (2025). *Marco jurídico del derecho de autor en México*. [INDAUTOR](#)
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Dirección de marketing* (15.^a ed.). Pearson Educación.
- Líder Empresarial. (2026). *Del taller al showroom: así se articula la cadena de moda en Jalisco*. [Líder Empresarial](#)
- McKinsey & Company. (2024). *The state of fashion 2024*. <https://www.mckinsey.com/>
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2011). *The experience economy*. Harvard Business Review Press.
- Pineda Corona, L. A. (2024). *La importancia de las misiones de negocios como instrumentos de vinculación en las operaciones internacionales* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México].
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2022). *Mecanismo de facilitación para la inversión y promoción en el exterior*. [PNUD México](#)
- PROMPERÚ. (2021). *Ferias internacionales: oportunidades de promoción y diversificación*.
- PROMPERÚ. (2023). *La promoción comercial: herramientas y estrategias para impulsar la oferta exportable*.
- Quadratín Jalisco. (2026). *Brilla en Jalisco industria de la moda con Volvo Fashion Week México*. [Quadratín Jalisco](#)
- Safe Creative. (2025). *Protección de diseños de moda en México*. [Safe Creative](#)
- Secretaría de Cultura. (2025). *Programas de apoyo a la cultura y movilidad artística*. Gobierno de México. [Secretaría de Cultura](#)

- Secretaría de Cultura Jalisco. (2025). *Convocatorias y apoyos culturales*. Gobierno de Jalisco. [Secretaría de Cultura Jalisco](#)
- Secretaría de Economía. (2025). *Comercio exterior*. Gobierno de México. [Secretaría de Economía](#)
- Secretaría de Economía. (2025). *Programas de apoyo para MIPYMES e internacionalización*. Gobierno de México. [Secretaría de Economía](#)
- Sistema Creación. (2025). *Estímulos y convocatorias para jóvenes creadores*. Gobierno de México. [Sistema Creación](#)
- UNESCO. (2024). *Creative industries and cultural development*. [UNESCO](#)
- Universidad Autónoma de Guadalajara. (2024). *Destacan a Jalisco como capital de la moda en México*. [UAG](#)
- Wiki Derecho. (2025). *Marco legal de la propiedad intelectual en México: marcas, patentes y derechos de autor*. [Wiki Derecho](#)
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2023). *Economía creativa y emprendimiento cultural en América Latina*. BID. <https://www.iadb.org/>
- Consejo Empresarial Mexicano de Comercio Exterior. (2025). *Programas de internacionalización y comercio exterior*. COMCE. <https://www.comce.org.mx/>
- Fondo Jalisco de Fomento Empresarial. (2025). *Programas de financiamiento para emprendedores y PyMES*. Gobierno de Jalisco. <https://fojal.jalisco.gob.mx/>
- GMO Consultores. (2022). *Ferias y misiones comerciales internacionales*. <https://gmo.com.mx/2022/09/09/ferias-internacionales/>
- ICEX España Exportación e Inversiones. (2023). *Manual de internacionalización* (3.^a ed.). <https://www.icex.es/>
- Inexmoda. (2025). *Colombiamoda 2025: plataforma de negocios, moda e innovación*. <https://colombiamoda.com/>
- Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. (2026). *Registro de marca y propiedad industrial en México*. Gobierno de México. <https://www.gob.mx/impi>
- Instituto Nacional del Derecho de Autor. (2025). *Marco jurídico del derecho de autor en México*. Gobierno de México. <https://indautor.gob.mx/>
- Líder Empresarial. (2026). *Del taller al showroom: así se articula la cadena de moda en Jalisco*. <https://www.liderempresarial.com/>
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2022). *Mecanismo de facilitación para la inversión y promoción en el exterior*. <https://www.undp.org/es/mexico/mecanismo-de-facilitacion-para-la-inversion-y-promocion-en-el-exterior>
- PROMPERÚ. (2023). *La promoción comercial: herramientas y estrategias para impulsar la oferta exportable*. <https://www.promperu.gob.pe/>
- Quadratín Jalisco. (2026). *Brilla en Jalisco industria de la moda con Volvo Fashion Week México*. <https://jalisco.quadratin.com.mx/>
- Safe Creative. (2025). *Protección de diseños de moda en México*. <https://www.safecreative.org/>

- Secretaría de Economía. (2025). *Comercio exterior*. Gobierno de México. <https://www.gob.mx/se/comercio-exterior>
- Secretaría de Cultura de Jalisco. (2025). *Programas de apoyo para industrias creativas y culturales*. Gobierno de Jalisco. <https://sc.jalisco.gob.mx/>
- Universidad Autónoma de Guadalajara. (2024). *Destacan a Jalisco como capital de la moda en México*. <https://www.uag.mx/es/mediahub/destacan-a-jalisco-como-capital-de-la-moda-en-mexico/2024-05>
- UNESCO. (2024). *Industrias culturales y creatividad para el desarrollo sostenible*. <https://www.unesco.org/>
- ProColombia. (2025). *Promoción internacional y oportunidades de negocio para industrias creativas*. <https://procolombia.co/>