



UNIVERSIDAD
SANTO TOMÁS

MOHAN MEN

ETAPA DE POSTULACIÓN (temprana)



JUAN JOSE JIMENEZ SUAREZ

DESCRIPCIÓN TEMPRANA

MOHAN MEN es una marca colombiana de ropa interior masculina inspirada en el mítico Mohán del Huila, un ser encantador y sensual que atraía con su presencia. Nuestro propósito es ofrecer prendas cómodas, elegantes y sensuales para hombres que valoran el diseño, la calidad y el poder del detalle.

La propuesta se construye sobre una estética sofisticada, con colores tierra y materiales premium, manteniendo precios accesibles. Trabajamos con manos artesanas del Huila, generando empleo y visibilizando el trabajo local como parte esencial del valor de marca. Se busca ofrecer un producto de ropa interior de talla internacional a un precio accesible por el hombre colombiano sin dejar de ser premium.

ALINEACIÓN CON

LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

MOHAN MEN se alinea principalmente con los siguientes Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS):

- ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico – al generar empleo digno y visibilizar a comunidades artesanas.
- ODS 12: Producción y consumo responsables – con procesos artesanales, materiales duraderos y enfoque de bajo desperdicio.
- ODS 5: Igualdad de género – fomentando una visión libre de estigmas en torno a la sensualidad masculina.

Nuestro impacto positivo radica en dignificar el trabajo manual colombiano, promover el consumo consciente, y redefinir la sensualidad masculina desde el diseño y la cultura.



DESCRIBE

- Problema/Necesidad:
- En el mercado latinoamericano, la ropa interior masculina suele ser básica, poco expresiva y con escasa representación del hombre moderno que desea sentirse sensual, cómodo y diferente a un precio accesible
- Propuesta de valor:
- Mohan Men ofrece prendas íntimas masculinas con diseño sofisticado, inspiradas en mitología colombiana, con acabados artesanales y materiales de alta calidad, resaltando la sensualidad masculina sin clichés.
- Etapa de participación:
- Contamos con muestras físicas funcionales y testeadas.
- ✓ Producto Mínimo Viable (PMV) – Etapa temprana

COMPONENTE DE MERCADO

Nuestro mercado objetivo son hombres entre 20 y 45 años, principalmente en Colombia, que valoran la estética, el diseño y se identifican con marcas con propósito. También apuntamos a compradores que buscan regalar prendas especiales a sus parejas.

- Canales de venta: Tienda online, redes sociales, ferias de diseño y alianzas con concept stores.
- Aliados clave: Talleres artesanales, fotógrafos de moda, influenciadores del segmento masculino.
- Medios de compra: Principalmente vía e-commerce.
- Tiempo de entrega: Entre 3 a 5 días hábiles a nivel nacional.





UNIVERSIDAD
SANTO TOMÁS

GRACIAS