



**DESARROLLO DE UN PLAN DE NEGOCIO PARA EL DISEÑO DE CAMISAS
GRADUABLES UNISEX PARA EL MERCADO INFANTIL EN LA CIUDAD
BUCARAMANGA DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DEL 2025.**

Modalidad: EMPRENDIMIENTO

**GRAY ELAINE ARIAS NAVARRO
CC 1098809956**

**UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIOECONOMICAS Y EMPRESARIALES
Tecnología en Gestión de la Moda
Bucaramanga,**



**DESARROLLO DE UN PLAN DE NEGOCIO PARA EL DISEÑO DE CAMISAS
GRADUABLES UNISEX PARA EL MERCADO INFANTIL EN LA CIUDAD
BUCARAMANGA DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DEL 2025.**

Modalidad: EMPRENDIMIENTO

**GRAY ELAINEARIAS NAVARRO
CC1098809956**

Trabajo de Grado para optar al título de Tecnología en Gestión de la Moda

**DIRECTOR
SONIA ISABEL HERNANDEZ RUEDA**

Grupo de investigación – GIMOCA

**UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIOECONOMICAS Y EMPRESARIALES
Tecnología en Gestión de la Moda
Bucaramanga,**

Nota de Aceptación

Este informe final de trabajo de grado,
en modalidad **investigación**, fue APROBADO
en cumplimiento de uno de los requisitos exigidos por las
Unidades Tecnológicas de Santander para optar el
Título de **Profesional en Diseño de Modas**,
según acta No. **4-I-2025** del 28 de febrero del 2025,
del Comité de Trabajo de Grado



Firma del Evaluador



Firma del Director

DEDICATORIA

Dedico este trabajo y resultado a mi madre, quien ha sido mi apoyo, compañía e inspiración durante todo mi proceso académico. Le dedico este y cada logro obtenido durante el curso de mi vida.

AGRADECIMIENTOS

Primordialmente quisiera agradecer a Dios que me ha permitido llegar al lugar donde estoy y aún en las dificultades me ha brindado la facultad de cumplir mis metas y poder culminar mi etapa académica. Agradezco a los profesores y compañeros que con su apoyo y enseñanza ayudaron a que este proceso y proyecto fuera más grato. A mi madre y mi familia que sin su apoyo incondicional no habría logrado terminar este programa.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO.....	10
INTRODUCCIÓN.....	11
1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	12
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	12
1.2. JUSTIFICACIÓN.....	14
1.3. OBJETIVOS.....	15
1.3.1. OBJETIVO GENERAL.....	15
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	15
1.4. ESTADO DEL ARTE.....	15
2. MARCO REFERENCIAL	18
2.1.1. DESARROLLO FÍSICO EN LOS NIÑOS	18
2.1.2. DESARROLLO COGNITIVO Y PSICOMOTOR EN LOS NIÑOS.....	18
2.1.3. PLAN DE NEGOCIOS EN LA MODA INFANTIL	19
2.1.4. CARACTERÍSTICAS DE UN PLAN DE NEGOCIO	19
2.1.5. MODELO CANVAS EN LA INDUSTRIA DE LA MODA	20
2.2. MARCO LEGAL.....	20
2.2.1. REGULACIÓN PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE CAMISAS	20
2.2.2. REGULACIÓN PARA LA ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIO	20
3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	22
4. DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO	23
5. RESULTADOS	23
5.1. MODELO CANVAS.....	25
5.1.1. PROBLEMA	25
5.1.2. SEGMENTO DE CLIENTES.....	26
5.1.3. PROPUESTA DE VALOR.....	26
5.1.4. ACTIVIDADES CLAVE	26
5.1.5. CANALES	26
5.1.6. FUENTES DE INGRESO.....	26
5.1.7. ESTRUCTURA DE COSTOS	26
5.1.8. RECURSOS CLAVE.....	27
5.1.9. VENTAJA DIFERENCIAL.....	27
5.2. ANÁLISIS DOFA	27

<u>6.</u>	<u>CONCLUSIONES</u>	<u>31</u>
<u>7.</u>	<u>RECOMENDACIONES</u>	<u>32</u>
<u>8.</u>	<u>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</u>	<u>33</u>
<u>9.</u>	<u>ANEXOS.....¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.</u>	

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 MODELO CANVAS	28
Figura 2 Análisis DOFA	28

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Fase 1¡Error! Marcador no definido.

RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo de este proyecto es realizar un plan de negocio para la elaboración de una prenda superior unisex para el mercado infantil que permita ser usada por niños en diferentes momentos de su vida ya que permite la graduación en puntos específicos de la prenda.

La finalidad de este emprendimiento es alentar la implementación de diseños y técnicas que permitan minimizar el impacto negativo de la industria en el medio ambiente, demostrando que es posible aumentar la vida útil de una prenda de vestir, generando también menor inversión y con esto menor desecho textil.

Se brinda información, acerca de temas directamente relacionados con el desarrollo y crecimiento infantil y de cómo es posible crear un plan de negocio enfocado en ese mercado, afirmando que es posible innovar y ofrecer técnicas o productos funcionales y que a su vez favorezcan el medio ambiente.

PALABRAS CLAVE. Mercado infantil, unisex, medio ambiente, diseño.

INTRODUCCIÓN

Los niños crecen a un ritmo exponencialmente visible, relacionado con las diferentes etapas de crecimiento y desarrollo. Al presentarse este rápido crecimiento los padres se ven en la obligación y necesidad de gastar más dinero con la compra de ropa constantemente. Es necesario exponer una investigación y análisis teórico de los aspectos relacionados con el mercado infantil, su desarrollo y crecimiento según las edades y porcentajes respecto a la población infantil en un lugar específico, para poder planificar un modelo de negocio acorde al mismo.

Sin basarse exactamente en el porcentaje al que pertenece la población infantil, se considera un público o un consumidor importante y significativo al momento de evaluar la posibilidad de un modelo de negocio e innovar en proyectos de moda dirigidos a ellos. Generalmente es importante tener en cuenta aspectos como la comodidad, diseño y materiales para la elaboración y elección de prendas infantiles, en virtud de lo anterior la industria de la moda ha procurado crear prendas con diseños funcionales que permitan el acompañamiento durante el desarrollo y crecimiento de los niños, también creación y aplicación de materiales y técnicas que faciliten ese proceso.

1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La moda infantil es un sector en constante evolución, caracterizado por la rápida rotación de productos y el impacto de tendencias globales en los diseños y preferencias del consumidor (De la Valle & Niño, 2017). A diferencia de la moda para adultos, las prendas infantiles presentan una particularidad clave: su ciclo de vida es significativamente más corto debido al acelerado crecimiento de los niños.

Esto genera un aumento en la frecuencia de compra y, por ende, una mayor inversión económica para los padres (Gómez et al., 2016).

El mercado de moda infantil se ha enfocado en satisfacer las preferencias de los niños y en la constante renovación de diseños, sin considerar plenamente la economía de los padres, quienes deben adquirir prendas nuevas con regularidad (Abud, 2018). Esta situación no solo representa un desafío financiero, sino que también contribuye a un problema ambiental relevante. La industria textil es la segunda más contaminante a nivel mundial, generando el 10% de las emisiones globales de carbono y el 20% de la contaminación del agua potable debido a los procesos industriales involucrados (Ellen MacArthur Foundation, 2019).

Dentro de este contexto, la moda infantil contribuye de manera significativa a la generación de residuos textiles. Un informe de la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI, 2020) señala que el desperdicio de prendas en el segmento infantil es superior al de la moda adulta, ya que los niños dejan de utilizar su ropa no por deterioro, sino por cuestiones de tamaño y comodidad. La falta de estrategias de sostenibilidad en la moda infantil ha llevado a un consumo desmesurado de recursos naturales, afectando la huella ecológica del sector (Fletcher, 2020).

Ante este panorama, surge la necesidad de desarrollar alternativas innovadoras en el diseño de prendas infantiles que prolonguen su tiempo de uso, reduzcan la inversión económica de los padres y minimicen el impacto ambiental. En este sentido, las camisas graduables unisex representan una solución viable, ya que permitirían ajustar el tamaño de la prenda al crecimiento del niño, maximizando su durabilidad y reduciendo la frecuencia de compra (Hernández et al., 2020).

Dado lo anterior, se plantea la siguiente pregunta de investigación:
¿Cómo elaborar un plan de negocio para el diseño de camisas graduables unisex para el mercado infantil en la ciudad de Bucaramanga durante el primer semestre del 2024?

Esta investigación busca analizar la viabilidad de la producción y comercialización de camisas graduables unisex, explorando su impacto en la economía familiar y en la sostenibilidad ambiental, con el fin de proponer un modelo de negocio que responda a las necesidades actuales del mercado infantil.

1.2. JUSTIFICACIÓN

El desarrollo de camisas unisex graduables responde a la necesidad de ofrecer soluciones innovadoras en la industria de la moda infantil, especialmente en lo que respecta a la adaptación de prendas al rápido crecimiento de los niños. A diferencia de la moda para adultos, el mercado infantil se caracteriza por una constante renovación de vestimenta debido a la corta vida útil de las prendas, lo que representa un reto económico para las familias y un impacto ambiental significativo (De la Valle & Niño, 2017).

El mercado de ropa infantil es uno de los más diversos y extensos, donde se busca constantemente la comodidad y practicidad para el desarrollo de los niños y las diferentes actividades que realizan. La propuesta de camisas graduables unisex permite extender el uso de la prenda al ajustarse a distintas tallas o medidas, optimizando la inversión de los padres y reduciendo la generación de residuos textiles. Según estudios recientes, la industria de la moda es una de las más contaminantes del mundo, responsable de aproximadamente el 10% de las emisiones de carbono y del 20% de la contaminación del agua potable (Ellen MacArthur Foundation, 2019). Implementar prendas con un ciclo de vida más prolongado contribuiría a mitigar este impacto, alineándose con principios de sostenibilidad y consumo responsable (Fletcher, 2020).

En términos económicos, los padres enfrentan gastos continuos en ropa infantil, especialmente en niños de edades comprendidas entre 1 y 5 años, donde el crecimiento acelerado demanda constantes renovaciones del guardarropa (Hernández et al., 2020). La introducción de prendas ajustables no solo beneficiaría el presupuesto familiar, sino que también fomentaría una cultura de consumo más consciente dentro del sector de la moda.

Desde la perspectiva de la Tecnología en Gestión de la Moda, esta propuesta busca explorar e innovar dentro de un mercado que ha sido tradicionalmente ignorado en términos de soluciones funcionales y sostenibles. A través de la investigación y el diseño estratégico, se pretende aportar un nuevo enfoque en la producción de prendas infantiles, priorizando tanto la comodidad y funcionalidad como la sostenibilidad y el impacto social.

El desarrollo de este proyecto no solo responde a las necesidades inmediatas del mercado infantil, sino que también se alinea con tendencias globales de sostenibilidad y optimización de recursos en la industria textil. La implementación

de camisas graduables unisex representa una oportunidad para transformar la manera en que se concibe la moda infantil, promoviendo un equilibrio entre diseño, funcionalidad y responsabilidad ambiental.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Elaborar un plan de negocio para el diseño de camisas graduables unisex para el mercado infantil en la ciudad de Bucaramanga durante el segundo semestre del 2024

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar el mercado infantil en Bucaramanga, identificando su tamaño, tendencias de crecimiento y patrones de variación en las medidas corporales de los niños
- Identificar los procesos de diseño, patronaje, ajuste y formas de graduación de las camisas
- Desarrollar las estrategias de desarrollo y comercialización para las camisas graduables infantiles.

1.4. ESTADO DEL ARTE

En los últimos años, la industria textil ha avanzado en el diseño de prendas infantiles ajustables para optimizar su uso y reducir el desperdicio textil. Estudios recientes han explorado diversas estrategias para mejorar la funcionalidad y sostenibilidad de la ropa infantil. Por ejemplo, investigaciones como la de Smith et al. (2022) han desarrollado textiles inteligentes que permiten la adaptabilidad del tamaño en prendas para niños, lo que prolonga su vida útil y reduce la frecuencia de reemplazo. Este tipo de innovaciones contribuye significativamente a la sostenibilidad del sector.

El impacto ambiental de la industria de la moda ha sido objeto de diversos estudios en la última década. Según Johnson & Wang (2021), el 20% de los residuos textiles proviene de la moda infantil, ya que las prendas son descartadas antes de su deterioro debido al crecimiento acelerado de los niños. Ante esta problemática, varias iniciativas han promovido el desarrollo de ropa con materiales

reciclables y diseños modulares. Jones et al. (2023) analizaron cómo la incorporación de algodones orgánicos y fibras biodegradables ha reducido el impacto ecológico de la moda infantil en un 30%.

A través del transcurso de la historia, las prendas de vestir han tenido cambios en cuanto a diseño, materiales, colores y utilidad, estos ajustándose a las tendencias variables y las necesidades según el año en curso. Es importante destacar que el análisis del crecimiento y las medidas corporales infantiles proporciona información no solo sobre salud y bienestar, permite también identificar aspectos necesarios para la elaboración de prendas de vestir con enfoque innovador siendo estas adecuadas para el consumidor.

El uso de tecnologías avanzadas en textiles también ha sido clave en el desarrollo de ropa infantil graduable. Un estudio de García & Lee (2022) muestra que la aplicación de nanofibras elásticas en prendas infantiles permite que estas se expandan de manera uniforme sin perder su estructura original. Además, la implementación de tejidos con memoria de forma ha permitido a las prendas adaptarse a diferentes etapas del crecimiento infantil sin necesidad de ajustes manuales (Martinez et al., 2021).

Aunque en la industria se presenten avances constantemente, principalmente son en materiales e insumos y que no en todos los lugares son asequibles para los creadores de prendas de vestir y así los diseñadores, Esto dando paso a ver más allá de solo estos elementos y poder buscar soluciones a nivel de diseño y función.

Desde una perspectiva económica, el desarrollo de prendas ajustables no solo beneficia al medioambiente, sino también a las familias. Un informe de la ONUDI (2023) indica que el gasto en ropa infantil representa aproximadamente el 15% del presupuesto anual de una familia promedio. La introducción de prendas graduables ha reducido este gasto en un 25%, lo que demuestra su viabilidad económica a largo plazo. Además, la moda sostenible ha sido promovida como una alternativa para reducir la explotación laboral en la producción textil, mejorando las condiciones de trabajo en países en desarrollo (Lopez & Chang, 2023).

El desarrollo de prendas infantiles graduables representa una innovación crucial para la moda sostenible. Investigaciones recientes han demostrado que la

combinación de diseños modulares, textiles inteligentes y materiales reciclables puede transformar la industria textil, reduciendo su impacto ambiental y mejorando la economía de los consumidores. A medida que las tecnologías continúan avanzando, se espera que estas soluciones se vuelvan más accesibles y se integren ampliamente en el mercado.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1.1. Desarrollo Físico en los Niños

El desarrollo infantil no solo implica el crecimiento biológico, sino también la interacción de factores ambientales, familiares y sociales que influyen en el bienestar físico del niño (Gómez et al., 2014). El crecimiento infantil es un proceso continuo que abarca cambios físicos, psicológicos, sociales y cognitivos. Entre estos, el desarrollo físico es fundamental, ya que permite comprender cómo la combinación de factores genéticos y ambientales influyen en la evolución del niño.

Estudios han demostrado que la estatura y contextura de los padres juegan un papel crucial en la determinación del crecimiento infantil. Según Muzzo (2003), *“la talla de los padres influye en la velocidad de crecimiento que presenta el niño en las diferentes etapas de su vida, en la estatura final que alcanzará y también en la duración de su crecimiento”*. Además, el crecimiento infantil no es uniforme, ya que presenta picos de aceleración en el primer año de vida y en la adolescencia, mientras que en la infancia media es más estable (Maganto & Cruz, 2018).

Desde una perspectiva de salud pública, el monitoreo constante del desarrollo físico es crucial para detectar anomalías y prevenir problemas de crecimiento que puedan afectar la salud futura del niño (Martínez et al., 2021).

2.1.2. Desarrollo Cognitivo y Psicomotor en los Niños

Los primeros años de vida son esenciales para el desarrollo cognitivo, ya que en esta etapa se establecen las bases para el aprendizaje futuro (Paolini et al., 2017).

Se ha demostrado que la estimulación temprana en áreas como el lenguaje, la motricidad y la conducta social tiene un impacto significativo en el desarrollo integral de los niños. La observación y el monitoreo del desarrollo cognitivo contribuyen a la detección temprana de posibles dificultades, permitiendo intervenciones oportunas que optimicen el bienestar infantil.

El entorno familiar y social es determinante en la maduración cognitiva. Según Benítez et al. (2020), el apoyo y la interacción con adultos fomentan la resiliencia y la capacidad de autorregulación en los niños, promoviendo un desarrollo equilibrado. Osorio et al. (2012) destacan que *“el adulto es quien ayuda al niño a comprender y hacer uso de los objetos y del lenguaje, lo que amplía las*

oportunidades del niño de actuar de manera exitosa en el mundo y aprender con esta experiencia". Por lo tanto, la presencia de figuras de referencia en la infancia es crucial para fortalecer el aprendizaje y la adquisición de habilidades.

2.1.3. Plan de Negocios en la Moda Infantil

Para el desarrollo de nuevas propuestas en la industria de la moda, la elaboración de un plan de negocios es una herramienta esencial que permite estructurar y proyectar la viabilidad de una idea (Antonio, 2020). Este documento debe incluir una descripción detallada de la propuesta, los objetivos estratégicos, las acciones necesarias y las estrategias de comercialización para garantizar su éxito.

Según Weinberger (2009), los planes de negocio cumplen funciones clave como la presentación de oportunidades de mercado, la atracción de inversionistas y la orientación en la gestión empresarial. En este contexto, es importante considerar que cada plan debe adaptarse a las necesidades del sector y el tipo de empresa.

El modelo de negocios debe permitir la adaptación a los cambios del mercado. Según González et al. (s.f.), *"las compañías deben planear su negocio y visualizar su comportamiento a través del tiempo, por lo que elaborar un plan de negocios resulta de gran importancia para este contexto real"*.

2.1.4. Características de un plan de negocio

El plan de negocios es una herramienta flexible que se adapta a los distintos escenarios empresariales. More (2007) señala que este documento no solo describe la idea central de una empresa, sino que también proyecta su futuro, estableciendo metas y estrategias para minimizar riesgos e incertidumbres.

Un plan de negocios generalmente tiene una vigencia de un año, aunque en algunos casos se pueden desarrollar planes especiales para proyectos específicos como el lanzamiento de nuevos productos (Komiya, 2011). Además, Rodríguez (2001) enfatiza que el plan de negocios se integra dentro de los *"planes de acción"* que guían la dirección empresarial y la toma de decisiones.

2.1.5. Modelo Canvas en la Industria de la Moda

El modelo de negocios Canvas ha revolucionado la manera en que los emprendedores estructuran sus proyectos, ya que permite una visualización clara y organizada de los distintos elementos clave de una empresa (Ferreira, 2015). Este modelo se compone de nueve bloques fundamentales que incluyen el segmento de clientes, la propuesta de valor, los canales de distribución, las relaciones con los clientes, los ingresos, los recursos clave, las actividades clave, las asociaciones estratégicas y la estructura de costos (Cáceres, s.f.).

Según García (2022), *“en un modelo de negocio se debe explicar en qué consiste la creación, captura y entrega de valor a todas las partes interesadas, siendo el cliente la principal de ellas”*. Este enfoque permite a las empresas definir sus estrategias de manera más efectiva, alineando sus objetivos con las demandas del mercado.

2.2. MARCO LEGAL

2.2.1. Regulación para la comercialización de camisas

La Resolución 1950 de 2009 refiere lo siguiente: “Para poder importar o comercializar los productos incluidos en el artículo 3o de este reglamento técnico, los fabricantes en Colombia como los importadores de tales productos, deberán estar inscritos en el Registro de Fabricantes e Importadores de productos o servicios sujetos al cumplimiento de Reglamentos Técnicos, establecidos por la SIC”. (SIC, 2009)

2.2.2. Regulación para la elaboración de un plan de negocio

La ley 1014 de 2006 regula la elaboración de planes de negocio, de manera específica habla de las sociedades, y las nuevas sociedades que se constituyan a partir de la vigencia de esta ley, cualquiera que fuere su especie o tipo, que de conformidad a lo establecido en el artículo 2° de la Ley 905 de 2004, tengan una planta de personal no superior a diez (10) trabajadores o activos totales por valor

inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes, se constituirán con observancia de las normas propias de la Empresa Unipersonal, de acuerdo con lo establecido en el Capítulo VIII de la Ley 222 de 1995. (Congreso de Colombia, 2006).

3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El estudio se desarrolla mediante una metodología basada en la revisión bibliográfica, el análisis y la observación de fuentes secundarias, como lo son los padres que actualmente son consumidores directos por la compra constante de prendas de vestir. A través de la recopilación y el análisis de literatura especializada, informes de mercado y estudios previos, se estructuran las siguientes fases:

El análisis del mercado se realizará por medio de una revisión de la literatura existente sobre la industria de la moda infantil, con énfasis en la viabilidad de prendas graduables unisex. Se consultarán estudios de mercado, reportes de tendencias y artículos académicos sobre el comportamiento del consumidor directo e indirecto en este sector.

La fase de diseño y desarrollo se realizará mediante análisis de publicaciones científicas y técnicas relacionadas con materiales textiles, mecanismos de ajuste, ergonomía en la ropa y estudio de medidas corporales infantiles. A partir de estas fuentes, se identificarán las mejores prácticas para el diseño de camisas graduables.

Igualmente, se revisarán estudios previos sobre la aceptación de productos innovadores en la moda infantil y análisis de casos similares. Se explorarán metodologías utilizadas en investigaciones previas para evaluar la funcionalidad y adaptabilidad de prendas ajustables.

A través del análisis de literatura sobre modelos de negocio en la industria textil y estrategias de mercadeo digital, se definirán posibles estrategias de posicionamiento, canales de distribución y enfoques comerciales para la comercialización de las camisas graduables.

Con la información obtenida se desarrollará el modelo Canvas, que mostrará en resumen el enfoque del modelo de negocios y los resultados obtenidos de los análisis a desarrollar.

4. DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO

El desarrollo del trabajo de investigación se llevó a cabo siguiendo un enfoque metodológico basado en la observación y revisión de fuentes secundarias, análisis de datos estadísticos y estudios previos sobre la moda infantil y el crecimiento antropométrico de los niños. Se realizó una revisión exhaustiva de literatura académica y fuentes secundarias, incluyendo informes del DANE y la Alcaldía de Bucaramanga sobre la población infantil y su evolución demográfica, estudios científicos sobre antropometría infantil y crecimiento físico en niños hasta los 5 años, reportes de tendencias en la industria de la moda infantil a nivel nacional e internacional. Y artículos sobre estrategias de comercialización y comportamiento del consumidor en el sector textil.

A partir de los datos recopilados, se realizó un análisis del mercado infantil en Bucaramanga, considerando el tamaño del mercado infantil, tendencias de crecimiento y comportamiento de compra de los padres.

Además, para garantizar la adecuación de las camisas graduables a las necesidades del mercado, se revisaron estudios antropométricos que permitieron identificar las variaciones promedio en peso, talla y otras medidas corporales en niños hasta los 5 años, se determinaron los factores que influyen en el crecimiento, como la nutrición, el nivel socioeconómico y las condiciones de salud y finalmente se compararon las tallas estándar con la evolución del crecimiento en niños colombianos para diseñar un modelo de prenda ajustable y funcional.

Sobre el modelo de negocio, se investigaron estrategias de comercialización exitosas en la industria textil infantil incluyendo uso de marketing digital y físico y alianzas con distribuidores y tiendas especializadas.

5. RESULTADOS

La población infantil en Bucaramanga representa una proporción significativa de la población total. Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), en 2019 la ciudad contaba con 39.705 niños y niñas entre 0 y 5 años, lo que equivale al 7,51% de la población municipal (Alcaldía de Bucaramanga, 2019). Además, la población entre 6 y 11 años alcanzaba los 43.458 niños y niñas (8,2% del total), mientras que el grupo de 12 a 17 años sumaba 47.599 adolescentes (9%

del total). En conjunto, estos grupos representan aproximadamente el 24,71% de la población de la ciudad.

Las tendencias demográficas indican un decrecimiento en la tasa de natalidad, reflejado en la reducción de la población infantil en primera infancia. Sin embargo, los grupos de edad mayores han mostrado un crecimiento estable, posiblemente debido a factores como la migración o mejoras en las condiciones de vida que han incrementado la supervivencia infantil (Alcaldía de Bucaramanga, 2019).

De otro lado, sobre las tendencias, el mercado infantil en Bucaramanga se ha visto influenciado por tendencias globales y nacionales. La moda infantil ha cobrado relevancia, impulsada por el interés de los padres en adquirir prendas funcionales y versátiles que se adapten al crecimiento de sus hijos. Además, estudios han demostrado que los padres buscan cada vez más productos que combinen comodidad, calidad y sostenibilidad (Gómez, Pacheco & López, 2020).

A pesar de la reducción en la natalidad, el mercado infantil sigue representando una oportunidad importante para el sector textil, en particular para el desarrollo de prendas ajustables que prolonguen su tiempo de uso. Este tipo de prendas responde a la necesidad de optimizar la inversión en ropa para niños pequeños, quienes cambian de talla con rapidez.

La revisión sobre las variaciones en las medidas corporales de los niños mostró que el crecimiento infantil se mide a través de variables antropométricas como el peso, la talla, el perímetro cefálico y el índice de masa corporal (IMC). Estos indicadores permiten evaluar el desarrollo físico y detectar posibles riesgos nutricionales en los niños menores de 5 años (Organización de Datos Antropométricos de América Latina y el Caribe [ODA-ALC], s.f.).

Estudios han identificado diferencias significativas en las medidas corporales de los niños según factores socioeconómicos y geográficos. En América Latina, investigaciones han demostrado que el nivel educativo del jefe del hogar y el acceso a una alimentación balanceada son determinantes clave en la variabilidad del crecimiento infantil (Gutiérrez et al., 2017). En el contexto colombiano, se ha observado que el exceso de peso en niños está asociado a hábitos alimenticios inadecuados y a la falta de actividad física (Pérez, González & Prada, 2015).

Se tienen en cuenta diversos aspectos como el índice de masa corporal (IMC) para la elaboración de tablas de medidas y tallas correspondientes a las diferentes

edades infantiles, permitiendo esto el análisis de los cambios durante las mismas y las proporciones a utilizar en el diseño y fabricación de cualquier tipo de prenda o accesorio.

Respecto a la evaluación antropométrica y su aplicación en la moda infantil Las tablas de tallas son herramientas fundamentales para el diseño de ropa infantil, ya que relacionan las medidas corporales con las tallas comerciales. Marcas internacionales como The Children's Place y Gymboree han desarrollado guías detalladas que permiten a los padres seleccionar la ropa adecuada para sus hijos, basándose en la estatura, el peso y el perímetro de la cintura (The Children's Place, s.f.; Gymboree, s.f.).

En Bucaramanga, la industria de la moda tiene una gran oportunidad para innovar en la producción no solo de textiles y materiales sino también en la creación de diseños de prendas ajustables para niños, considerando las tendencias de crecimiento infantil y los patrones de variación en las medidas corporales. La implementación de materiales flexibles y mecanismos de ajuste puede contribuir a la sostenibilidad y a la optimización del gasto familiar en ropa infantil.

El análisis del mercado infantil en Bucaramanga muestra que, aunque la tasa de natalidad ha disminuido, sigue existiendo una demanda considerable de productos dirigidos a niños. Las tendencias actuales favorecen la adopción de prendas ajustables y sostenibles, alineadas con las necesidades de los padres y los patrones de crecimiento infantil. La evaluación antropométrica es clave para el desarrollo de ropa infantil funcional, garantizando comodidad y adaptabilidad a las diferentes etapas del crecimiento.

Como resumen de los resultados obtenidos, se presenta el modelo de negocio por medio del formato Lean Canvas:

5.1. MODELO CANVAS

5.1.1. PROBLEMA

Los niños crecen rápidamente, lo que obliga a los padres a renovar su ropa constantemente, generando altos costos y aumentando el desperdicio textil. En Bucaramanga, no existen muchas opciones de ropa infantil ajustable que se adapten a este crecimiento.

5.1.2. SEGMENTO DE CLIENTES

- Padres de niños entre 1 y 5 años en Bucaramanga.
- Familias interesadas en la sostenibilidad y la optimización del gasto en ropa.
- Tiendas de ropa infantil y distribuidores locales.
- Plataformas de comercio electrónico enfocadas en moda infantil.

5.1.3. PROPUESTA DE VALOR

- Camisas graduables unisex para niños, que se ajustan a diferentes tallas y permiten un uso prolongado.
- Ahorro económico para los padres al reducir la necesidad de comprar ropa con frecuencia.
- Diseño ergonómico basado en estudios antropométricos.
- Uso de materiales sostenibles y cómodos para la piel infantil

5.1.4. ACTIVIDADES CLAVE

- Implementación de mecanismos de ajuste en las camisas para permitir su uso en distintas etapas del crecimiento.
- Comercialización de ropa infantil con una propuesta innovadora de graduabilidad.
- Estrategias de venta en tiendas físicas y en línea para maximizar la distribución.

5.1.5. CANALES

- Tiendas de ropa infantil en Bucaramanga.
- Plataforma de e-commerce propia y marketplaces como Mercado Libre y Linio.
- Redes sociales (Instagram, Facebook, TikTok) para promoción y venta.
- Alianzas con distribuidores y puntos de venta en centros comerciales.

5.1.6. FUENTES DE INGRESO

- Venta directa de camisas graduables en tiendas y online.
- Packs de ropa ajustable para diferentes edades.
- Ventas al por mayor a distribuidores y tiendas de ropa infantil.

5.1.7. ESTRUCTURA DE COSTOS

- Producción de prendas con materiales sostenibles.
- Costos de diseño y fabricación.
- Estrategias de marketing digital y publicidad en redes sociales.
- Distribución y logística de envíos.

5.1.8. RECURSOS CLAVE

- Cantidad de unidades vendidas por mes.
- Nivel de recompra de los clientes.
- Crecimiento en seguidores y alcance en redes sociales.
- Opiniones y calificaciones en plataformas de venta online.

5.1.9. VENTAJA DIFERENCIAL

- Diseño basado en estudios antropométricos.
- Producto innovador en el mercado de Bucaramanga.
- Ahorro significativo para las familias y menor impacto ambiental.
- Materiales ecológicos y producción sostenible.

5.2. ANÁLISIS DOFA

El análisis DOFA permite desarrollar e implementar estrategias para mejorar las áreas que necesitan mejora o presentan falencias, identificar las oportunidades y fortaleza que tiene un proyecto o negocio y aprovecharlas para alcanzar las metas u objetivos empresariales. La matriz DOFA presentada en la imagen permite analizar estratégicamente la situación actual de un negocio dentro del sector moda. Dentro de las **debilidades (D)** se destacan la falta de reconocimiento de marca, la oferta limitada de diseños y la falta de claridad en costos, lo que puede impactar en la competitividad y en la atracción de nuevos clientes. Sin embargo, las **fortalezas (F)** muestran un sólido conocimiento en patronaje, la creación de diseños exclusivos adaptados al segmento de mercado y la innovación en productos amigables con el medio ambiente, lo que representa una ventaja diferencial. Por otro lado, las **oportunidades (O)** indican un mercado amplio y constante, con pocos productos similares, lo que abre espacio para el posicionamiento de la marca y la fidelización de clientes. Finalmente, dentro de las **amenazas (A)** se identifican factores externos como la fuerte competencia de otras marcas enfocadas en el mismo segmento, la falta de control sobre terceros y la fluctuación de precios en materias primas debido a la variabilidad del dólar, lo que puede afectar la estabilidad de costos. A partir de este análisis, la empresa debe centrar sus esfuerzos en reforzar su identidad de marca, diversificar su portafolio de productos y establecer estrategias de diferenciación para aprovechar su innovación y fortalecer su posición en el mercado.

Figura 1 MODELO CANVAS

<p>PROBLEMA</p> <p>Los niños crecen rápidamente, lo que obliga a los padres a renovar su ropa constantemente, generando altos costos y aumentando el desperdicio textil. En Bucaramanga, no existen muchas opciones de ropa infantil ajustable que se adapten a este crecimiento</p>	<p>ACTIVIDADES CLAVE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Implementación de mecanismos de ajuste en las camisas para permitir su uso en distintas etapas del crecimiento - Comercialización de ropa infantil con una propuesta innovadora de graduabilidad - Estrategias de venta en tiendas físicas y en línea para maximizar la distribución 	<p>PROPUESTA DE VALOR</p> <ul style="list-style-type: none"> - Camisas graduables unisex para niños, que se ajustan a diferentes tallas y permiten un uso prolongado - Ahorro económico para los padres al reducir la necesidad de comprar ropa con frecuencia - Diseño ergonómico basado en estudios antropométricos - Uso de materiales sostenibles y cómodos para la piel infantil 	<p>VENTAJA COMPETITIVA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diseño basado en estudios antropométricos - Producto innovador en el mercado de Bucaramanga - Ahorro significativo para las familias y menor impacto ambiental - Materiales ecológicos y producción sostenible 	<p>SEGMENTO DE CLIENTES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Padres de niños entre 1 y 5 años en Bucaramanga - Familias interesadas en la sostenibilidad y la optimización del gasto en ropa - Tiendas de ropa infantil y distribuidores locales - Plataformas de comercio electrónico enfocadas en moda infantil
	<p>RECURSOS CLAVE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cantidad de unidades vendidas por mes - Nivel de recompensa de los clientes - Crecimiento en seguidores y alcance en redes sociales - Opiniones y calificaciones en plataformas de venta online 		<p>CANALES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tiendas de ropa infantil en Bucaramanga - Plataforma de e-commerce propia y marketplaces como Mercado Libre y Linio - Redes sociales (Instagram, Facebook, Tik Tok) para promoción y venta - Alianzas con distribuidores y puntos de venta en centros comerciales 	
<p>ESTRUCTURA DE COSTOS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Producción de prendas con materiales sostenibles - Costos de diseño y fabricación - Estrategias de marketing digital y publicidad en redes sociales - Distribución y logística de envíos 		<p>FUENTES DE INGRESOS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Venta directa de camisas graduables en tiendas y online - Packs de ropa ajustable para diferentes edades - Ventas al por mayor a distribuidores y tiendas de ropa infantil 		

Fuente: Elaboración propia

Figura 2 Análisis DOFA

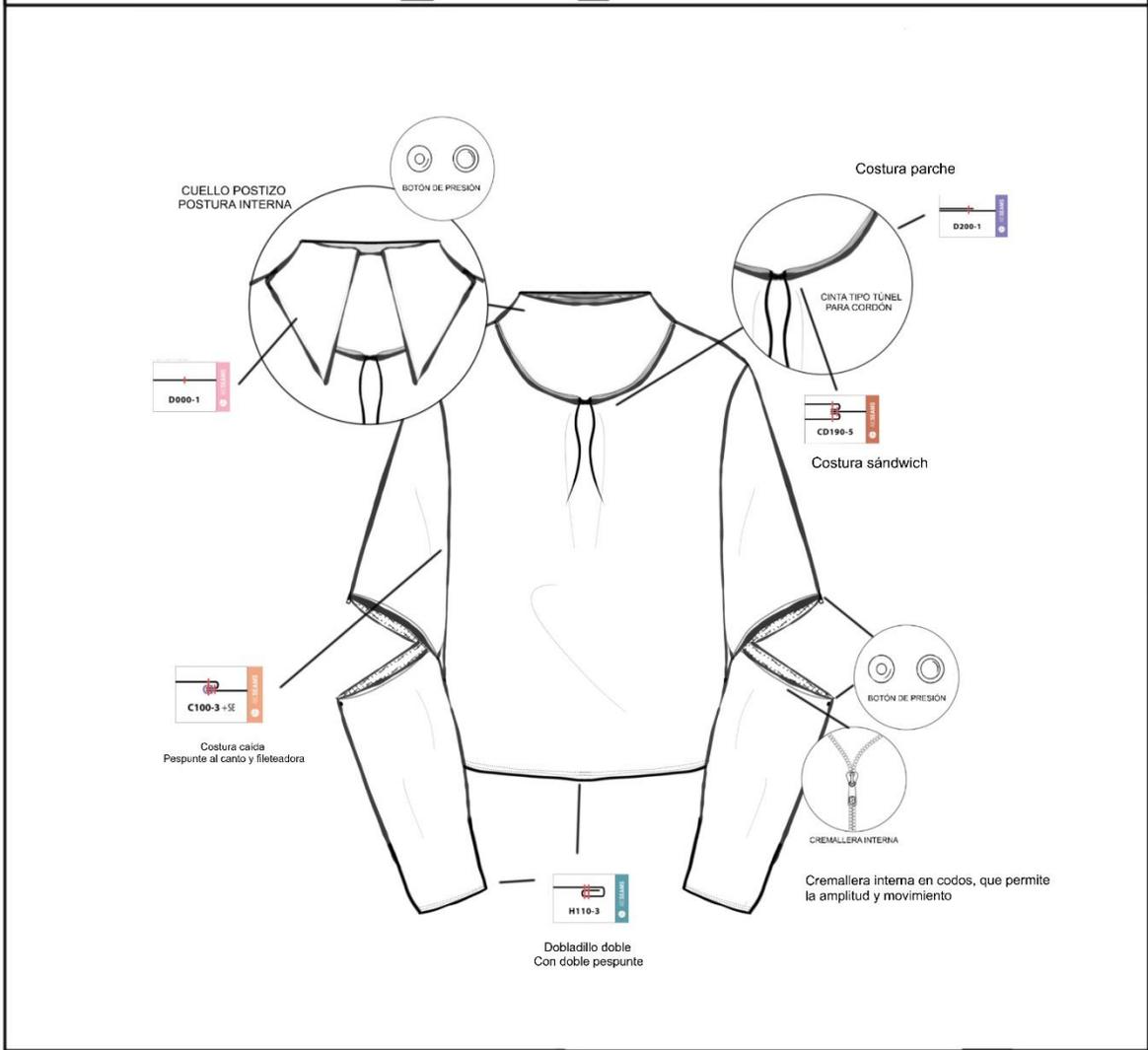


Fuente: Elaboración propia

FICHA TÉCNICA DIBUJO GEOMETRAL

LÍNEA:		PRENDA:	CAMISA
REFERENCIA:	001	TEJIDO:	PLANO
MERCADO:	INFANTIL	TALLA:	

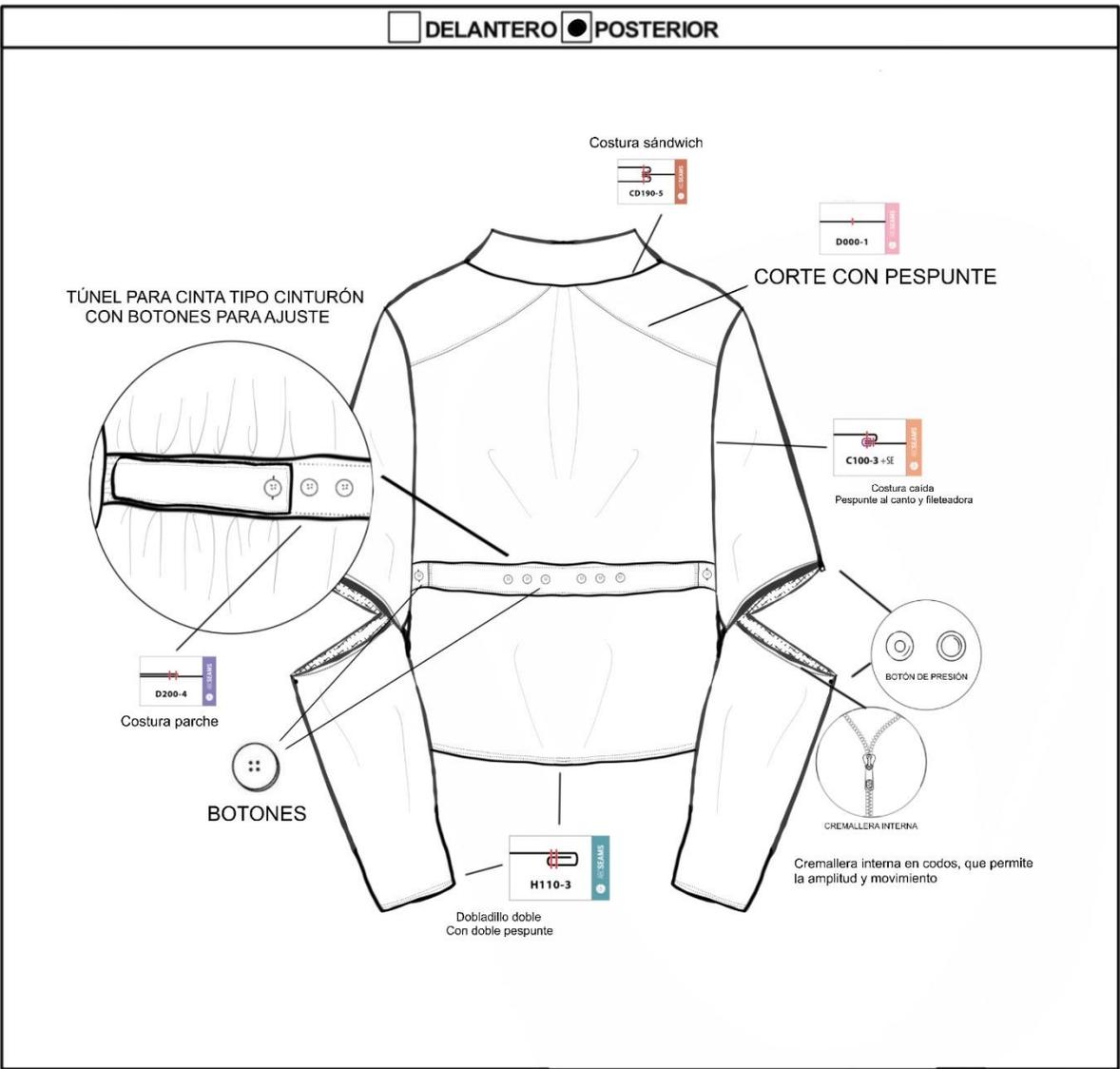
DELANTERO
 POSTERIOR



OBSERVACIONES: Camisa con cuello postizo y ajuste interno por medio de botones de presión. Parte delantera ampliada en zona del cuello y pecho para drpear y ajustar mediante cordón	Muestra Base Textil 1	Muestra Base Textil 2	Muestra Base Textil 3
--	--------------------------	--------------------------	--------------------------

ELABORÓ: _____ **GRAY ARIAS** _____ **APROBÓ :** SI NO _____

FICHA TÉCNICA DIBUJO GEOMETRAL			
LÍNEA:		PRENDA:	CAMISA
REFERENCIA:	001	TEJIDO:	PLANO
MERCADO:	INFANTIL	TALLA:	



OBSERVACIONES:	Muestra Base Textil 1	Muestra Base Textil 2	Muestra Base Textil 3
Camisa infantil con túnel para cinturón de ajuste posterior, con botones ubicados a distancias variadas para permitir la elección de tamaño			

ELABORÓ: _____ GRAY ARIAS _____ APROBÓ : SI NO _____



6. CONCLUSIONES

El análisis del mercado infantil en Bucaramanga ha permitido identificar oportunidades clave para el desarrollo y comercialización de camisas graduables unisex. A partir del estudio del tamaño del mercado, las tendencias de crecimiento y los patrones de variación en las medidas corporales de los niños, se pueden extraer las siguientes conclusiones relevantes para el plan de negocios:

1. Se evidenció una oportunidad de mercado ya que, a pesar de la reducción en la tasa de natalidad, la población infantil en Bucaramanga sigue siendo significativa, representando aproximadamente el 24,71% de la población total. Esto indica un mercado potencialmente atractivo para la venta de ropa infantil, especialmente prendas innovadoras que respondan a las necesidades de los padres y cuidadores.
2. Los padres en la actualidad buscan prendas que combinen funcionalidad, comodidad y durabilidad. Las camisas graduables unisex representan una solución eficiente para prolongar la vida útil de las prendas, reduciendo el gasto frecuente en ropa y alineándose con las tendencias de sostenibilidad en la industria textil.
3. El conocimiento de las variaciones en las medidas corporales de los niños hasta los 5 años es fundamental para el diseño de las camisas graduables. La implementación de sistemas de ajuste ergonómicos basados en estudios antropométricos permitirá ofrecer prendas que se adapten a diferentes etapas del crecimiento, asegurando su funcionalidad y atractivo en el mercado.
4. La propuesta de camisas graduables unisex representa un factor diferenciador dentro de la industria textil local. La incorporación de telas flexibles, mecanismos de ajuste innovadores y diseños atractivos puede generar una ventaja competitiva frente a las opciones tradicionales de ropa infantil en Bucaramanga.
5. La comercialización de las camisas graduables debe considerar tanto la venta en tiendas físicas como la expansión a plataformas digitales. La creciente digitalización del comercio en Bucaramanga permite implementar estrategias de marketing en redes sociales, comercio electrónico y alianzas con influenciadores para aumentar la visibilidad del producto y generar confianza en los consumidores.
6. La producción y venta de camisas graduables puede contribuir a la reducción del desperdicio textil en la industria de la moda infantil. Al mismo tiempo, la

- oferta de prendas ajustables favorece la economía de los hogares, reduciendo la necesidad de compra frecuente de ropa para niños pequeños.
7. El plan de negocios debe incluir una estrategia de expansión progresiva, evaluando constantemente la aceptación del producto en el mercado local. El monitoreo de tendencias en el consumo infantil y la retroalimentación de los clientes serán clave para realizar ajustes y mejoras en el diseño y comercialización del producto.

Finalmente, el desarrollo de camisas graduables unisex en Bucaramanga es un proyecto viable y alineado con las necesidades del mercado infantil. La combinación de un diseño basado en estudios antropométricos, estrategias de comercialización innovadoras y un enfoque en sostenibilidad y la evolución puede posicionar el producto como una alternativa atractiva para los consumidores.

7. RECOMENDACIONES

Se recomienda continuar profundizando en estudios antropométricos de la población infantil en Bucaramanga para garantizar que las camisas graduables se adapten correctamente a las distintas etapas de crecimiento. El uso de datos precisos permitirá tener diseños con tallas funcionales y mejorar la ergonomía de las prendas. Igualmente, este primer acercamiento permitirá validar la aceptación real del producto, por lo que se debe seguir avanzando en la optimización y ajuste de las prendas graduables.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abud, J. (2018). El crecimiento infantil y su impacto en la indumentaria. *Revista de Diseño y Moda*, 12(3), 45-62.

Alcaldía de Bucaramanga. (2019). Informe de gestión sobre primera infancia, infancia, adolescencia y juventud. Recuperado de <https://www.bucaramanga.gov.co/wp-content/uploads/2021/05/INFORME-GESTION-BGA-2016-2019-PRIMERA-INFANCIA-INFANCIA-ADOLESCENCIA-Y-JUVENTUD.pdf>

Antonio, L. (2020). *Plan de negocios y emprendimiento*. Editorial Universitaria.

Benítez, M., López, R., & Ramírez, P. (2020). El papel del entorno familiar en el desarrollo infantil. *Psicología y Sociedad*, 15(3), 45-60.

Cáceres, F. (s.f.). El modelo Canvas aplicado a la industria textil. *Revista de Emprendimiento*, 9(2), 120-135.

De la Valle, R., & Niño, M. (2017). El mercado de moda infantil y su dinamismo. *Estudios de Consumo*, 15(1), 35-50.

Ellen MacArthur Foundation. (2019). *A new textiles economy: Redesigning fashion's future*.

Ferreira, J. (2015). *Innovación y modelos de negocio en la moda*. Universidad de Lisboa.

Fletcher, K. (2020). *Sustainable Fashion and Textiles: Design Journeys*. Routledge.

García, P. (2022). Elementos clave en la planificación de modelos de negocio. *International Business Review*, 28(1), 89-105.

Gómez, A., Pacheco, A., & López, M. (2020). Estado nutricional antropométrico de niños menores de 5 años de la región interandina del Ecuador. *Revista Española de Nutrición Comunitaria*, 26(4), e1-e9. Recuperado de

https://www.renc.es/imagenes/auxiliar/files/RENC_2020_4_01._-RENC-D-19-0036.pdf

Gómez, F., et al. (2016). Crecimiento infantil y desarrollo físico: Perspectivas actuales. *Medicina y Salud Infantil*, 18(4), 233-248.

González, A., Torres, M., & Herrera, J. (s.f.). Estrategias de planificación empresarial en mercados emergentes. *Gestión Empresarial*, 12(4), 112-130.

Gutiérrez, J. P., Rivera-Dommarco, J., Shamah-Levy, T., Villalpando-Hernández, S., Franco, A., Cuevas-Nasu, L., ... & Hernández-Ávila, M. (2017). Evaluación del estado nutricional en menores de 5 años. *Nutrición Hospitalaria*, 34(4), 850-858. Recuperado de https://scielo.isciii.es/scielo.php?pid=S0212-16112017000400010&script=sci_arttext

Gymboree. (s.f.). Tabla de tallas de ropa para bebés y niños. Recuperado de <https://es.gymboree.com/us/content/size-chart>

Hernández, R., et al. (2020). Factores que influyen en el crecimiento infantil. *Journal of Pediatric Research*, 22(1), 67-82.

Komiya, H. (2011). *Business Planning in Competitive Markets*. Tokyo University Press.

Maganto, M., & Cruz, S. (2018). Crecimiento infantil y sus etapas críticas. *Desarrollo Humano*, 22(1), 67-82.

Martínez, H., Kim, S., & Patel, R. (2021). Public Health and Growth Monitoring in Early Childhood. *Journal of Pediatric Research*, 18(4), 233-248.

More, F. (2007). La planificación estratégica en las startups. *Harvard Business Review*, 30(2), 58-77.

Muzzo, S. (2003). Factores genéticos en el crecimiento infantil. *Revista de Endocrinología Pediátrica*, 10(3), 45-60.

ONU DI. (2020). *Sostenibilidad en la industria textil: Impactos y soluciones*. Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial.

Organización de Datos Antropométricos de América Latina y el Caribe (ODA-ALC). (s.f.). Antropometría: Niños menores de 5 años. Recuperado de <https://www.oda-alc.org/documento/antropometria-ninos-menores-de-5-anos/>

Osorio, J., Ramírez, G., & Suárez, L. (2012). Intervención del adulto en el desarrollo cognitivo infantil. *Revista de Psicología Educativa*, 14(2), 90-115.

Paolini, R., González, M., & Vega, L. (2017). Evaluación temprana del desarrollo infantil. *Pediatría Integral*, 21(3), 115-132.

Pérez, L. M., González, L. M., & Prada, G. E. (2015). Patrones de consumo alimentario y exceso de peso infantil: encuesta de la situación nutricional en Colombia 2010. *Revista de Salud Pública*, 17(2), 268-280. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/272522195_Patrones_de_consumo_alimentario_y_exceso_de_peso_infantil_encuesta_de_la_situacion_nutricional_en_Colombia_2010

Rodríguez, A. (2001). *Planificación estratégica empresarial*. McGraw-Hill.

The Children's Place. (s.f.). Tabla de tallas para niños. Recuperado de <https://es.childrensplace.com/us/content/size-chart>

Weinberger, M. (2009). *Estrategias de negocio y competitividad*. Pearson.

GRAY ELAINE ARIAS NAVARRO

VERSION FINAL GRAY ARIAS.docx

-  REVISION TRABAJOS DE GRADO
-  Trabajos de grado
-  Unidades Tecnológicas de Santander_DIE

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::1:3182265642

Fecha de entrega

13 mar 2025, 3:32 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

13 mar 2025, 3:34 p.m. GMT-5

Nombre de archivo

VERSION_FINAL_GRAY_ARIAS.docx

Tamaño de archivo

1.4 MB

35 Páginas

6,311 Palabras

35,715 Caracteres



Página 2 of 40 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega trn:oid:::1:3182265642

10% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado
- ▶ Texto mencionado
- ▶ Coincidencias menores (menos de 8 palabras)

Exclusiones

- ▶ N.º de coincidencias excluidas

Fuentes principales

- 9%  Fuentes de Internet
- 0%  Publicaciones
- 5%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo,

