



Plan de negocio sobre vestido de gala multifuncional con aplicaciones manuales para el
mercado femenino en la ciudad de Bucaramanga durante
el primer semestre del 2025

Emprendimiento – Plan de negocio

Ana Valentina Conde Conde
CC 1.096.946.347

UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
Ciencias Socio Económicas y Empresariales
Tecnología en Gestión de la Moda
Bucaramanga, marzo 12 del 2025



Plan de negocio sobre vestido de gala multifuncional con aplicaciones manuales para el
mercado femenino en la ciudad de Bucaramanga durante
el primer semestre del 2025

Emprendimiento – Plan de negocio

Ana Valentina Conde Conde
CC 1.096.946.347

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

DIRECTOR

Steven Santiago Gelves Martinez

CO-DIRECTOR

Carolina Raigosa Díaz

Grupo de investigación – GIMOCA

**UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
Ciencias Socio Económicas y Empresariales
Tecnología en Gestión de la Moda
Bucaramanga, marzo 12 del 2025**

F-DC-125

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO,
MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO

VERSIÓN: 2.0

Nota de Aceptación

Este informe final de trabajo de grado,
en modalidad plan de negocio, fue APROBADO
en cumplimiento de uno de los requisitos exigidos por las
Unidades Tecnológicas de Santander para optar el
Título de **Tecnólogo en gestión de la moda**
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 proyecto a mi mamá, quien siempre ha sido mi mayor motivación y apoyo incondicional en mi vocación como diseñadora. De ella, aprendí la perseverancia y la disciplina, y por esto, este logro también es suyo. También, a mi querido Mimo, mi fiel compañía gatuna.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a las Unidades Tecnológicas de Santander por abrirme sus puertas y brindarme la oportunidad de formarme con un comprometido grupo de docentes. Entre ellos, destaco a dos grandes mujeres: Mónica Sánchez y Tiffany Ferreira, quienes me acompañaron y corrigieron, permitiéndome alcanzar este proyecto tan ambicioso. Asimismo, vuelvo a agradecer a mi mamá, por estar al pendiente y ser parte de la financiación de este producto.

Tabla de contenido

<u>RESUMEN EJECUTIVO.....</u>	10
<u>INTRODUCCIÓN.....</u>	11
<u>1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN</u>	12
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
1.2. JUSTIFICACIÓN.....	13
1.3. OBJETIVOS	13
1.3.1. OBJETIVO GENERAL.....	13
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	14
1.4. ESTADO DEL ARTE.....	14
<u>2. MARCO REFERENCIAL</u>	20
2.1. MERCADO FEMENINO	20
2.2. INFLUENCIAS DIRECTAS EN LA COMPRA DE PRODUCTOS	20
2.3. LA IMPORTANCIA DEL MARKETING EN EL SEGMENTO.....	22
2.4. MODA FEMENINA	24
2.5. PLAN DE NEGOCIOS	26
2.6. MODELO CANVAS.....	26
2.7. NEGOCIOS ENFOCADOS EN PRENDAS DE VESTIR.....	28
2.8. PLAN DE NEGOCIO POR MODELO CANVAS	29
<u>3. MARCO CONCEPTUAL:.....</u>	31
3.1. VESTIDOS DE GALA	31
3.2. CÓDIGOS DE DISEÑO.....	31
3.3. PROCESO CREATIVO DE LA MODA	33
3.4. DISEÑO DE PRENDAS	35
3.5. APLICACIONES MANUALES	37
3.6. BORDADOS	37
3.7. DISEÑO DE BORDADOS PARA VESTIDOS DE GALA.....	39
3.8. VARIEDAD DE APLIQUES Y MATERIALIDAD	41
<u>4. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....</u>	43
4.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA	43
4.2. ENFOQUE CUALITATIVO.....	43

4.3.	MÉTODO ANÁLISIS	44
4.4.	CONSULTAS EN FUENTES SECUNDARIAS	44
4.5.	CONSULTAS EN FUENTES PRIMARIAS	44
4.5.1.	OBSERVACIÓN NO PARTICIPANTE.....	44
4.5.2.	OBSERVACIÓN PARTICIPANTE.....	45
<u>5.</u>	<u>DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO</u>	<u>48</u>
5.1.	MODELO CANVAS.....	48
5.2.	LIENZO CANVAS	48
<u>6.</u>	<u>RESULTADOS</u>	<u>54</u>
6.1.	RESULTADO DE LAS OBSERVACIONES Y ENTREVISTAS	54
6.2.	OBSERVATORIO DE TENDENCIAS.....	56
6.2.1.	MACROTENDENCIA: OPTIMISMO ALTERNATIVO.....	56
6.2.2.	TEMA DE INSPIRACIÓN	57
6.3.	LÍNEA DE PRODUCTO	58
6.3.1.	ILUSTRACIÓN.....	58
6.3.2.	PERFIL DEL CONSUMIDOR	59
6.4.	ECOPRODUCTO	60
6.4.1.	DIAGRAMA ACV	60
6.4.2.	ENTRADAS Y SALIDAS	60
<u>7.</u>	<u>CONCLUSIONES</u>	<u>62</u>
<u>8.</u>	<u>RECOMENDACIONES</u>	<u>63</u>
<u>9.</u>	<u>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</u>	<u>64</u>
<u>10.</u>	<u>APÉNDICES</u>	<u>70</u>
10.1.	FORMATO DE ENTREVISTA	70
10.2.	MODELO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO.....	71
10.3.	FICHAS TÉCNICAS	73
<u>11.</u>	<u>ANEXOS.....</u>	<u>81</u>
11.1.	FORMATOS DE ENTREVISTAS	81
11.2.	FORMATOS DE CONSENTIMIENTO INFORMADO	84
11.3.	FICHAS TÉCNICAS DESARROLLADAS.....	90
11.4.	FOTOS DE PROTOTIPO.	110

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. <i>Consumo de productos por mujeres.</i>	20
Figura 2. <i>Redes sociales, canal principal del marketing digital.</i>	22
Figura 3. <i>Elección de Indumentaria en el Segmento.</i>	24
Figura 4. <i>Modelo Canvas: Herramienta Clave para el Emprendimiento.</i>	26
Figura 5. <i>Planificación en la Moda.</i>	28
Figura 6. <i>Gestión de emprendimientos.</i>	29
Figura 7. <i>Diseño en el universo formal.</i>	31
Figura 8. <i>Desarrollo de prendas.</i>	33
Figura 9. <i>Moda con Propósito.</i>	35
Figura 10. <i>Cualidades del bordado manual.</i>	37
Figura 11. <i>Equilibrio visual.</i>	39
Figura 12. <i>Búsqueda de insumos.</i>	41
Figura 13. <i>Moodboard macro y micro tendencia.</i>	56
Figura 14. <i>Atlantis collage.</i>	57
Figura 15. <i>Figurín digital</i>	58
Figura 16. <i>Moodboard del consumidor.</i>	59
Figura 17. <i>Análisis de ciclo de vida.</i>	60
Figura 18. <i>Diagrama de entradas y salidas.</i>	60
Figura 19. <i>Ficha de geometral digital.</i>	73
Figura 20. <i>Ficha de patronaje.</i>	74
Figura 21. <i>Ficha de despiece.</i>	75
Figura 22. <i>Ficha de ruta operacional</i>	76
Figura 23. <i>Ficha de insumos.</i>	77
Figura 24. <i>Ficha de base textil</i>	78
Figura 25. <i>Ficha de instrucción de lavado.</i>	79
Figura 26. <i>Ficha de marquilla y etiqueta.</i>	80
Figura 27. <i>Geometral Top.</i>	90
Figura 28. <i>Geometral falda.</i>	91
Figura 29. <i>Geometral enterizo.</i>	92
Figura 30. <i>Fichas técnicas desarrollados.</i>	93
Figura 31. <i>Ficha base textil.</i>	104
Figura 32. <i>Ficha insumos.</i>	108
Figura 33. <i>Ficha ruta operacional.</i>	109
Figura 34. <i>Fotografía 1 prototipo.</i>	110
Figura 35. <i>Fotografía 2 prototipo.</i>	111
Figura 36. <i>Fotografía 3 prototipo.</i>	112
Figura 37. <i>Fotografía 4 prototipo.</i>	113
Figura 38. <i>Fotografía 5 prototipo.</i>	114

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Tipos de observaciones	45
Tabla 2. Entrevistas a expertos.....	45
Tabla 3. Modelo Canvas de elaboración propia	48
Tabla 4. Conclusiones de observaciones.....	54
Tabla 5. Conclusiones de entrevistas a expertos	55
Tabla 6. Formato de entrevista	70
Tabla 7. Modelo de consentimiento informado.....	71
Tabla 8. Entrevista a Yajaira Pérez Ortega.....	81
Tabla 9. Entrevista a Tiffany Brisette Ferreira Ávila	82
Tabla 10. Entrevista a Sonia Isabel Hernández Rueda	83
Tabla 11. Consentimiento de Yajaira Pérez Ortega	84
Tabla 12. Consentimiento de Tiffany Brisette Ferreira Ávila.....	86
Tabla 13. Consentimiento de Sonia Isabel Hernández Rueda	88

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación descriptiva, con enfoque cualitativo, permitió recopilar información sobre los vacíos existentes en las propuestas actuales de vestidos de gala, caracterizadas por diseños genéricos, una elevada industrialización, cuyo uso queda restringido a ocasiones especiales. A partir de la observación de tendencias, la investigación en moda femenina y tipos de aplicaciones, estudio de marcas y recomendaciones de expertos; se propuso un diseño basado en la multifuncionalidad y apliques manuales como valor agregado. Esto acompañado de un plan de negocios y un análisis del perfil del consumidor que dio como resultado, un prototipo de vestido de gala multifuncional, adaptable a diferentes tipologías, viable económicamente y acorde a los códigos de diseño.

PALABRAS CLAVE. Vestido de gala - Prendas multifuncionales - Aplicaciones manuales - Moda femenina - Planes de negocios.

INTRODUCCIÓN

El mercado de la moda formal femenina se enfrenta a una falta de innovación, especialmente en los vestidos de gala, cuya poca versatilidad ha reducido su demanda. La influencia del *fast fashion* ha llevado a la producción masiva de prendas con diseños efímeros, dejando de lado propuestas funcionales y sostenibles. En este contexto, surge la necesidad de desarrollar alternativas que combinen elegancia, practicidad y exclusividad, respondiendo a las expectativas de las consumidoras que buscan prendas versátiles y con mayor valor de uso.

Este proyecto propone la creación de un vestido de gala multifuncional, capaz de transformarse en distintas siluetas y adaptarse a diversas ocasiones. Su diseño integra técnicas textiles manuales como valor diferencial, aportando exclusividad y sostenibilidad. A través de un enfoque cualitativo y descriptivo, se desarrolla un plan de negocios que analiza la viabilidad comercial del producto en Bucaramanga, evaluando su aceptación en el mercado y su potencial como alternativa innovadora frente a la moda rápida.

1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Actualmente muchas personas deciden no invertir en vestidos de gala porque tienen poca utilidad y terminan guardados sin utilizar hasta el punto de echarse a perder. Es por ello, que los consumidores prefieren alquilar los mismos o no vestirse de manera tan elegante.

El mercado femenino ofrece una amplia gama de productos, sin embargo, aquellos con aplicaciones manuales de excesivos detalles son cada vez menos. Dado que, los emprendedores prefieren fabricar ropa sencilla que se venda más seguido.

Desde que el modelo de negocios Fast Fashion se posicionó, la mayoría de marcas dejaron de enriquecer sus diseños. Por el contrario, empezaron a crear prendas atemporales con un tiempo de producción muy corto, que respondan a tendencias y se vendan de forma masiva.

1.2. JUSTIFICACIÓN

Se propone un plan de negocios de un vestido de gala multifuncional, conformado de piezas con la capacidad de transformarse en prendas de distintas tipologías. Cada una de estas, tienen la opción de utilizarlas en conjunto o de forma independiente.

El mercado femenino ha empezado innovar en prendas de uso diario, que más allá de adaptarse a ciertas actividades, sean reflejo de una buena presentación personal. De ahí que, las técnicas manuales posean ese valor agregado que los consumidores necesitan.

“Desarrollar la creatividad en el oficio de la confección, le ubicará en un nivel más alto porque con creatividad innovará y creará profesionalmente, sobresaliendo con el ingenio y habilidad desplegada”. (Anchundia Anchundia, pág. 62, 2017)

Desde el programa de Tecnología en Gestión de la Moda, se busca que los estudiantes reconozcan la importancia de aplicar técnicas manuales en sus diseños. Debido a que estas, ofrecen diferenciación al mercado y exaltan la labor artesanal colombiana.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un plan de negocio sobre vestido de gala multifuncional con aplicaciones manuales para el mercado femenino en la ciudad de Bucaramanga durante el primer semestre del 2025

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Analizar las necesidades y deseos del mercado femenino en la vestimenta formal.
2. Estudiar el proceso creativo para el diseño de vestidos de gala con enfoque en la multifuncionalidad.
3. Identificar las diferentes técnicas manuales de bordado para prendas de vestir formales.
4. Formular un plan de negocios adecuado para la viabilidad económica de productos de moda en la ciudad de Bucaramanga.

1.4. ESTADO DEL ARTE

En el mundo de la moda, las mujeres desean manifestar su personalidad mediante su ropa, accesorios y complementos. Son consumidoras exigentes que demandan una amplia diversidad de diseños, teniendo en cuenta aspectos como: comodidad, versatilidad, condiciones climáticas, calidad y el servicio al cliente ofrecido en el proceso de compra.

El mercado femenino valora enormemente su presentación personal, por lo que invertir en productos y servicios de salud, belleza y moda se ve más como una inversión que como un gasto. Esto les permite sentirse bien y cuidar de sí mismas (Díaz Estela, 2016).

Las mujeres son las compradoras predominantes de productos de belleza y desempeñan un rol crucial en las decisiones de compra en sus hogares. Las mujeres jóvenes se inclinan por las novedades, mientras que las adultas son más prudentes con sus gastos. En cualquier caso, conectar con este grupo es desafiante, ya que hasta el detalle más pequeño puede provocar rechazo hacia la marca.

El mercado femenino está cansado de que su imagen sea estereotipada para vender productos. Las campañas de marketing deben esforzarse por una perspectiva positiva y conectar con las mujeres según su edad, haciéndolas sentir identificadas y respetadas (Finkel Morgenstern y Gordo López, 2019).

El segmento femenino prefiere adquirir productos sostenibles y suele compartir sus experiencias positivas después de usarlos, destacando cómo mejoran la calidad de vida y contribuyen a la protección del medio ambiente. Por eso, es fundamental ofrecer productos con estas características, que atraigan a este grupo de compradoras.

El mercado femenino en Colombia es más ecológico y sostenible que el masculino. Las mujeres revisan las especificaciones del producto para garantizar la seguridad de sus familias y prefieren opciones orgánicas o naturales, especialmente en cuidado personal y cosméticos (Marroquín Ciendúa, et al., 2019).

El vestido de gala es una prenda influenciada por aspectos culturales, sociales y económicos, los cuales pueden cambiar según el contexto y la época. Esta prenda demanda un elevado nivel de habilidad y creatividad en su diseño y fabricación, ya que los consumidores buscan destacar su estatus social y elegancia al usarlo.

Los modelos de vestidos de gala suelen ser modificados, mejorados y perfeccionados, sin novedad alguna. Es allí, donde el diseñador debe relucir y otorgar su estilo personal único, que además de cumplir con los requerimientos del mercado, le permitan aplicar lo visto durante su preparación académica (Barén Salazar, 2017).

Los patrones son necesarios para todas las prendas de vestir, sin embargo, cuando se trata de vestidos de gala, estos deben realizarse con sumo cuidado. Para ello, los profesionales deben tener claros los análisis antropométricos que permitan resaltar la figura de quien los viste, especialmente sí se realizan sobre medida. Al mismo tiempo, los patrones son vitales para poder reflejar las ideas creativas del diseñador y determinar la ubicación de detalles.

Un óptimo proceso de patronaje y ensamblaje con una correcta selección de materiales, da como resultado, un vestido de gala innovador que deleite visualmente y posea elegancia. En este sentido, la creación de estos vestidos brinda rentabilidad, ya que, no todos saben construirlos desde cero (Castro Moreira, 2017).

Los diseñadores de vestidos de gala deben garantizar la comodidad y elegancia de quienes los compran, lo cual implica competir con propuestas que demuestren alto nivel de diseño y calidad. Esto se logra a través del uso de tejidos variados y la aplicación de tecnología o técnicas manuales en los detalles y adornos del vestido.

El mercado actual, invita a los diseñadores a tener en cuenta los múltiples tipos de cuerpo. Con el fin, de que logren deducir los cortes y tipos de vestidos adecuados para cada uno de ellos. Especialmente, cuando se trate de tallas plus size que, no suelen encontrar buenas prendas en este universo del vestuario (Altamirano Silva y Medina Robalino, 2017).

Los tejidos y bordados tienen el poder de renovar ideas, estilos y tendencias, siendo herramientas creativas que enriquecen el valor de los productos, gracias al talento humano que los realiza. Al combinar estas técnicas con materiales poco convencionales, los diseñadores pueden ofrecer prendas estéticamente atractivas que se adapten a la personalidad del usuario final.

Las técnicas manuales en la confección de prendas representan riqueza y distinción. Además, son una forma para destacar lo ancestral, ya que al incorporar formas y diseños autóctonos se rinde homenaje a las culturas, especialmente a las comunidades indígenas (Guamán Llamuca y Flores Chango, 2019).

Los bordados manuales son símbolo de labor, creatividad y flexibilidad, puesto que, tienen la cualidad de adaptarse a los gustos de la demanda y a las ideas propuestas por diseñadores o artesanos. En caso de que se mantenga o no en la tradición, la vestimenta bordada debe tener una estrategia de negocios que la respalde y le permita posicionarse.

Los bordados son una manufactura económicamente rentable debido a su factor novedoso frente a lo realizado con máquinas, y a la escasez de personal que la realiza. Los consumidores muestran interés en estas técnicas, pero para satisfacer sus expectativas, los acabados deben ser estar bien desempeñados (Bances Lloclla y Regis Sánchez, 2021).

Las técnicas manuales han estado presentes en la industria de la moda desde sus inicios, y ahora están siendo redescubiertas como parte del movimiento Slow Fashion. Ya que, representan durabilidad y satisfacen las demandas de los consumidores modernos que son más conscientes de los problemas ambientales.

Lo manual en la producción de prendas es sostenible y resalta las habilidades de las comunidades ancestrales. Este enfoque no solo les añade a las prendas, sino que también promueve la preservación de tradiciones culturales y el desarrollo económico de estas comunidades (Semper Villagrán, 2020).

Los planes de negocios no deben limitarse únicamente a buscar ganancias económicas, sino que también deben considerar el impacto que pueden tener en el bienestar y desarrollo de la comunidad, ya sea a nivel regional o nacional. Esto es garantía de un futuro próspero y equitativo.

Un plan de negocios es fundamental para convertir ideas en proyectos viables, a través de, una planeación adecuada. Esto implica ofrecer productos o servicios que aborden necesidades o vacíos identificados en el entorno, y aplicar estrategias a largo plazo (Gaytán Cortés, 2020).

En el mundo de la moda, es fundamental estar a la vanguardia en cuanto a diseños y colores, y que mantengan una excelente calidad fotográfica en todos sus canales de difusión. Asimismo, es crucial legalizar la empresa para asegurar que los trabajadores reciban las condiciones laborales adecuadas y justas.

El plan de negocios coordina los movimientos futuros de la empresa, para que, esta pueda alcanzar el éxito. Para el ámbito de la moda, la estrategia es la diferenciación, que compita con los modelos nuevos y no con los fijos o tradicionales. Su principal objetivo es poder cobrar con el valor más alto posible (Machado Álvarez, et al. 2019).

Al elaborar un plan de negocio centrado en la venta de prendas de vestir, es crucial tener una comprensión clara del segmento de mercado y, por ende, del perfil del consumidor. Esto, para lograr su fidelización, la prenda ofrecida debe estar estrechamente relacionada con sus preferencias y estilo de vida.

Los procesos de producción deben poseer una infraestructura en buenas condiciones y contar con un personal capacitado con el conocimiento y la

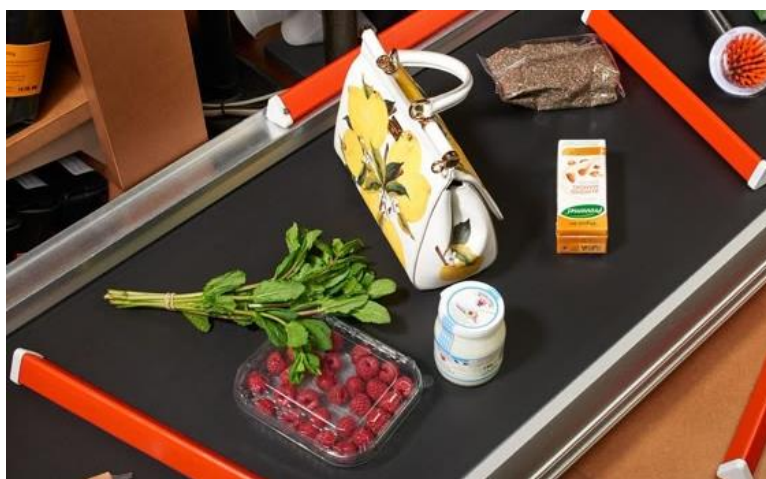
experiencia necesaria. Que resulte, en un producto de calidad que represente la identidad de la marca y de satisfacción al cliente (Quevedo Moreno, 2017).

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. Mercado femenino

2.2. Influencias directas en la compra de productos

Figura 1. Consumo de productos por mujeres.



Nota: Las mujeres buscan productos personalizados que, además de reflejar su identidad, se alineen con las tendencias.

Fuente: https://i.pinimg.com/enabled_hi/564x/bf/56/a3/bf56a37caa1c87265e6f79fab53b13e6.jpg

El éxito empresarial radica en la creación de marcas con identidad propia. En un mercado cada vez más saturado y competitivo, destacar se vuelve fundamental. Las marcas que puedan contar una historia auténtica y ofrecer productos o servicios que resuelvan problemas, tendrán una ventaja competitiva significativa.

En la dinámica del consumo, las mujeres muestran predilección hacia marcas o diseñadores que mejor se alinean con su estilo de vida y personalidad. Para ellas,

una marca no es solo un nombre o logo, sino una expresión de su individualidad. Por tal razón, fidelizarlas es un desafío creciente (González Penas, 2021).

Los concursos de belleza tienen el potencial de abordar y desafiar estereotipos arraigados, para poder celebrar la inclusión y diversidad. Del mismo modo, son una plataforma para la innovación y la creatividad en el diseño de vestuario, donde se puede experimentar con valores más conceptuales que netamente físicos. Estos eventos siempre generan tendencia, y es allí, donde se puede promover una visión progresista de lo que significa moda y belleza.

Los certámenes de belleza influyen en las decisiones de compra de las mujeres, impulsándolas a invertir en su apariencia física para alcanzar los estándares de belleza promovidos por las modelos. Colaborar con estos concursos, puede resultar lucrativo para los diseñadores, permitiéndoles asociar sus productos como elegantes y glamurosos, lo cual, aumenta su visibilidad y moderniza su imagen (Lujan Espejo, 2023).

En un mundo cada vez más digitalizado y orientado hacia el cliente, las soluciones personalizadas son la clave para alcanzar el éxito en las ventas. La atención personalizada implica entender las preferencias y deseos de cada cliente, ofrecer recomendaciones y soluciones adaptadas a sus necesidades. Manteniendo un vínculo cercano y fidelizándolo de manera transparente.

Durante la pandemia de COVID-19, se estableció un entorno digital influenciado por factores culturales, sociales, personales y psicológicos que impactan en las decisiones de compra. Este mercado digital aún presenta barreras entre jóvenes y adultos. De ahí, la importancia de una segmentación efectiva (Ortega Gómez y Villamil Vásquez, 2024).

2.3. La importancia del marketing en el segmento

Figura 2. *Redes sociales, canal principal del marketing digital.*



Nota: Las marcas suben contenido a redes sociales, porque es el medio donde los consumidores buscan información sobre ellas.

Fuente: <https://i.pinimg.com/736x/95/99/6b/95996b1c992a5597097e5e1917a8af49.jpg>

Para que el marketing sea efectivo, debe destacar por su creatividad en los contenidos, tendencias y formatos utilizados, con el fin de mantenerse atractivo para su público. No solo busca impulsar las ventas, sino también valora la participación de aquellos que no son clientes directos. Asimismo, resulta fundamental evaluar los resultados y contar con softwares que proporcionen estadísticas sobre el rendimiento de las campañas.

Con la mayoría de las personas involucradas en medios digitales, las estrategias de marketing se han vuelto esenciales para generar engagement. Colombia, como país emprendedor, enfrenta el desafío de que muchos emprendedores aún desconocen las plataformas digitales y carecen de profesionales que desarrollen campañas publicitarias efectivas, capaces de generar deseo de compra en sus espectadores (Ramos Rubio y Gandur Carrascal, 2022).

Las marcas que no aprovechan las estrategias de marketing en línea corren el riesgo de quedar en el olvido. Este fenómeno se debe a que la mayoría de personas recurren a buscar información y reseñas antes de comprar. Incluso si la marca es recomendada por boca a boca, la falta de presencia digital dificulta su validación. Esta ausencia puede generar desconfianza y llevar a los consumidores a optar por otras opciones más activas en el mundo digital.

El marketing digital ha evolucionado de ser una opción, a una obligación para las compañías. La tecnología ha brindado la capacidad de conocer las reacciones de los consumidores hacia nuestros productos. Además, no solo aumentan la visibilidad de nuestras campañas, sino que también genera expectativas previas a los lanzamientos (Mulett Chaves, 2021).

Las alianzas con influyentes no solo se traducen en una mayor visibilidad, sino también en un mayor nivel de compromiso por parte de la audiencia. Los seguidores de un influyente tienden a tener una conexión emocional, lo que hace que sea una inversión segura. Especialmente, si se trata de generaciones jóvenes.

Los influyentes han emergido como figuras públicas con estilos de vida que cautivan a sus seguidores. El consumidor en línea, exigente y cambiante, busca cada vez más la autenticidad. Recibir una recomendación por parte de un influyente, en quien confía, es una experiencia agradable y bienvenida (Ocampo Giraldo y Dulcey Durán, 2021).

2.4. Moda femenina

Figura 3. *Elección de Indumentaria en el Segmento.*



Nota: Las mujeres se caracterizan por elegir indumentaria que realce sus atributos físicos.
Fuente: https://i.pinimg.com/enabled_hi/564x/2d/e2/16/2de216212c006686c75e7d02ce763c6b.jpg

Las mujeres son compradoras habituales y están rodeadas de muchas marcas que desean fidelizarlas, para lograr este objetivo, debe existir un mensaje que permita crear una comunidad donde estas se sientan identificadas. Considerando el grupo generacional al que está dirigido y los medios que esta emplea.

El segmento femenino se distingue por querer ser uno con la indumentaria. Por tal motivo, la moda femenina debe esforzarse por tener un valor agregado que sea recordado por el consumidor (Abad Giraldo, 2021).

Las marcas deben abandonar la práctica de imitar, ya que las tendencias actuales son más cortas que en el pasado. Para ser competitivas en el mercado, necesitan ofrecer algo más y enfocarse en crear productos novedosos que superen las

expectativas, y emplear tendencias que reflejen los cambios en la perspectiva social.

La ropa femenina suele ser muy aceptada y, por consiguiente, tiene una gran viabilidad económica. Sin embargo, la repetición de diseños y la baja calidad de las prendas hacen que las mujeres busquen opciones fuera de sus áreas locales, recurriendo a tiendas en grandes ciudades (Claro Alvarez y Gaona Prada, 2015).

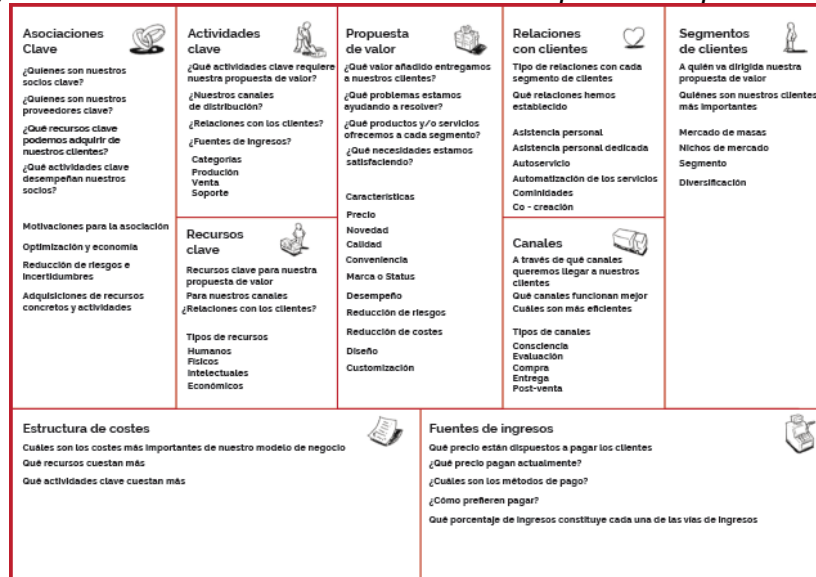
Conocer las ocupaciones y necesidades de vestuario de nuestros clientes es esencial para adaptar nuestra oferta y demostrar adaptabilidad. Esto es especialmente importante en entornos formales, donde las dotaciones suelen ser monótonas. Al comprender sus actividades, podemos ofrecer prendas que cumplen con los requisitos funcionales y aportan estilo.

Las mujeres valoran su imagen personal, especialmente en entornos laborales, pero las opciones de ropa formal son limitadas y carecen de atuendos que reflejen su confiabilidad y profesionalismo. Es necesario ofrecer prendas auténticas, que destaquen su presencia e inspire a quienes la rodean (Gómez Téllez, et al., 2023).

2.5. Plan de negocios

2.6. Modelo Canvas

Figura 4. *Modelo Canvas: Herramienta Clave para el Emprendimiento.*



Fuente: <https://descargarmodelo.com/wp-content/uploads/2024/01/lienzo-canvas-1.png>

El Canvas es un modelo personalizado, que refleja el valor único de cada empresa y actúa en pro del crecimiento y adaptación continua. Su representación gráfica condensa la información de manera más efectiva, que en los planes de negocios tradicionales. Lo que ayuda a, mantener su relevancia a largo plazo y anticipar problemas emergentes.

Diseñado para establecer lógica entre los componentes cruciales de una organización, el modelo Canvas es una guía flexible para decisiones y estrategias. Es una herramienta que permite a los emprendedores comprobar el potencial de una idea (Ferreira Herrera, 2016).

La simplicidad del Canvas, lo hace accesible para emprendedores y empresarios de todos los niveles de experiencia. No se requiere un profundo conocimiento en teoría empresarial para comenzar a utilizarlo de manera efectiva. Lo cual, significa que su utilidad va más allá de cualquier limitación específica.

El modelo Canvas demanda un análisis estructurado para convertir corazonadas en planes tangibles. Este no reemplaza otros estudios ni garantiza el éxito absoluto, ya que, todos los modelos se basan en suposiciones. Sin embargo, este proporciona un marco claro para identificar los elementos que más influyen en las actividades comerciales (García Puga, 2023).

El mercado actual se caracteriza por su constante cambio, lo que obliga a las empresas a adaptarse con rapidez para mantenerse competitivas. A través del modelo Canvas, se pueden analizar las áreas clave de una organización, lo que facilita la reformulación de los objetivos, alineados con las expectativas y sugerencias de los clientes.

El modelo Canvas proporciona una estructura para formular estrategias dirigidas a resolver problemas que obstaculizan el crecimiento empresarial, ya sea en empresas emergentes o con experiencia. Además de ofrecer soluciones, este modelo brinda una visión integral del negocio, facilitando su presentación y comprensión por parte de terceros (Lara Martínez, 2019).

2.7. Negocios enfocados en prendas de vestir

Figura 5. *Planificación en la Moda.*



Nota: La industria de la moda conlleva desafíos, y un plan de negocio adecuado ayudará a mitigar pérdidas considerables.

Fuente: <https://i.pinimg.com/736x/58/5f/e6/585fe619b0210ed274863304d3bf8b47.jpg>

Entender profundamente la naturaleza del negocio y su audiencia es fundamental. Una propuesta magnífica carece de valor si no se tiene el conocimiento sobre como es y que desea nuestro cliente, más allá, de la simple atracción visual. Independientemente, del sector o del producto.

Los planes de negocios son fundamentales para estructurar y ejecutar actividades empresariales. En el contexto de la industria de la moda, se debe tener en cuenta la situación del sector textil, para así, proponer diseños con altos estándares que sean acordes a tallas, accesibilidad y preferencias de los consumidores objetivos (Bacca Velásquez, 2017).

La planeación en los negocios permite anticipar los movimientos de la competencia y conocer el potencial de nuestras prendas. Ya que mediante el análisis de resultados y casos precedentes, se minimizan los riesgos.

En la industria textil, la adaptabilidad del plan de negocios es clave para sobrevivir en un mercado altamente competitivo. Este modelo, debe identificar las características de los textiles y la forma de confeccionarlos, para que respondan al universo del vestuario propuesto (Botello Villar, 2023).

La sostenibilidad no solo representa una oportunidad para establecer conexiones más profundas con los consumidores, sino también con la sociedad en su conjunto. Este enfoque implica la adopción de medidas responsables en la mayor parte de su cadena de suministros.

Un plan de negocios evalúa si los factores políticos, económicos, sociales, ecológicos y legales promueven la creación y comercialización de una prenda de vestir. Desde la llegada del Fast Fashion, los modelos deben orientarse hacia la sostenibilidad ya que es una de las prioridades de las futuras generaciones (Cubillos Castellanos, 2023).

2.8. Plan de negocio por modelo Canvas

Figura 6. *Gestión de emprendimientos.*



Nota: Las empresas en crecimiento deben implementar un plan estratégico que garantice su sostenibilidad.

Fuente: https://cloudinary.hbs.edu/hbsit/image/upload/s--EmT0INtW--/f_auto,c_fill,h_375,w_750/v20200101/6978C1C20B650473DD135E5352D37D55.jpg

La rentabilidad es el resultado de un plan estratégico bien estructurado. Al establecer indicadores clave de rendimiento y métodos de seguimiento, un plan de negocios permite una gestión proactiva y ajustes que favorezcan por un largo tiempo.

Los planes de negocios permiten identificar y abordar obstáculos potenciales mientras establece objetivos a corto, mediano y largo plazo. Esta planificación meticulosa maximiza la utilidad al asignar de manera eficiente los recursos disponibles (Gaytán Cortés, 2020).

El notable crecimiento económico y social ha incrementado la necesidad de emprender. Aunque una idea puede ser suficiente para identificar y resolver una necesidad, el verdadero éxito depende de la correcta elección del método y de su adaptación conforme surjan obstáculos.

Los módulos del Canvas permiten evaluar la viabilidad de un negocio antes de realizar inversiones, ya que cada uno integra las operaciones internas y externas.

Gracias a esto, es recomendable incluir este modelo en el plan de negocio de pequeñas empresas (Lozano Chaguay, et al.,2019).

El plan de negocios elimina los vacíos y brinda un rumbo concreto, que merezca una inversión y prevenga los posibles problemas. Con el fin de que esto se cumpla, estos planes deben ser lo más específicos posibles.

Las mentes emprendedoras se pueden ver afectadas por el miedo al fracaso o por la falta de apoyo. Para ello, existen los planes de negocios, que superan las barreras y permiten competir en un ambiente empresarial sano (Castelán Valdivia y Oros Méndez, 2011).

3. Marco conceptual:

3.1. Vestidos de Gala

3.2. Códigos de diseño

Figura 7. *Diseño en el universo formal.*



Nota: Elaborar prendas elegantes requiere de amplios conocimientos y habilidades.

Fuente: [https://orientacion.universia.edu.pe/imgs2011/imagenes/1k-\(73\)-2020_05_28_075340@2x.jpg](https://orientacion.universia.edu.pe/imgs2011/imagenes/1k-(73)-2020_05_28_075340@2x.jpg)

El diseñador de moda, a lo largo de su proceso de formación, adquiere las bases necesarias para maximizar su potencial creativo y técnico. El diseño requiere tiempo y destreza, desde la fase inicial de lluvia de ideas hasta la culminación del producto final.

Un vestido de gala es el resultado tangible de la aplicación de conocimientos especializados. Esta prenda exige un gran sentido de la estética, una horma perfecta en la figura humana, acabados inigualables en corte y confección, en sintonía con una correcta selección de insumos (Barén Salazar, 2017).

Es fundamental conocer los tipos de cuerpo y aplicar cortes que favorezcan a cada uno. El patronaje, sea manual o digital, y una toma precisa de medidas son esenciales, ya que un fallo en la estructura puede alterar por completo la prenda.

La elegancia que puede adquirir una prenda radica en el cuidado de cada mínimo detalle en todas las fases de fabricación, esto con el fin, de garantizar que la prenda será duradera y sus costuras se mantendrán firmes y estables por un prologado tiempo (Moreira Mero, 2015).

Las líneas de producto deben basarse en necesidades y gustos objetivos, integrando innovación en cada una de ellas. En el caso de los vestidos de gala, se observa una clara inclinación por prendas a medida. Por tanto, ofrecer a los clientes servicios como la toma de medidas y la creación de prototipos permitirá garantizar una confección precisa y una horma adecuada.

El arte de las prendas a medida reside en la capacidad de diferenciar cada diseño a través de la personalización. Esto implica jugar con distintos tipos de escotes y

faldas, así como seleccionar cuidadosamente los textiles que sean reflejo la personalidad de quien lo porte (Arévalo Quito y Guamán Samaniego, 2016).

3.3. Proceso creativo de la moda

Figura 8. *Desarrollo de prendas.*



Nota: La creación de moda involucra creatividad y originalidad.

Fuente: <https://i.pinimg.com/564x/c1/a3/d9/c1a3d9729aaefb06f878c1dc15b46dcf.jpg>

El diseño de modas y la ingeniería comparten más similitudes de las que uno podría anticipar, ya que ambos responden a una necesidad mediante la creación. Diseñar no solo se valora por el producto final, sino por las concepciones mentales que surgen y se transforman en algo tangible. Este proceso inicia con una investigación que se entrelaza con la experiencia y el conocimiento práctico y teórico de la industria en la que se está trabajando.

Los procesos en la moda no siguen un esquema rígido; en su desarrollo influyen variables, tales como valores, tecnología, estética, artesanía, funcionalidad y economía. Todas estas se integran a través de la creatividad y, en el contexto actual

de la situación mundial, deben estar vinculadas con la responsabilidad ambiental (Carvajal Villaplana, 2017).

Desde el inicio del proceso de globalización, hubo una tendencia a imitar a Europa. Sin embargo, recientemente esta inclinación ha disminuido, ya que los diseñadores latinoamericanos han descubierto que, al reconocer su cultura ancestral, obtienen un valor agregado que enriquece su identidad personal. Recurrir a estas raíces no implica replicarlas de manera literal, sino de un despliegue de creatividad en el que se adaptan a las corrientes actuales. Todo esto, desde el respeto y el reconocimiento.

Incorporar las raíces autóctonas en el proceso creativo es una labor admirable por parte de los diseñadores. Latinoamérica se distingue por sus colores vivos e intensos, los cuales resaltan en sus espléndidos textiles, elementos que, sin duda, destacarán y lograrán un reconocimiento internacional (Colzani, 2014).

En la antigüedad, no existía un concepto claro de inspiración, ya que las influencias eran impuestas según la posición social o derivaban de las divinidades. En la actualidad, todo proceso de creación debe contar con referentes de inspiración, lo cual otorga a la moda un valor que trasciende lo meramente comercial, permitiéndole también convertirse en una forma de arte.

La inspiración, sin el respaldo de conocimientos y creatividad personal, no tiene valor. Es la combinación de estos elementos lo que otorga el carácter competitivo a las obras de alto diseño (Ríos Montoya, 2020).

3.4. Diseño de prendas

Figura 9. *Moda con Propósito.*



Nota: Los consumidores desean reflejarse en lo que usan, mientras tienen responsabilidad ambiental.

Fuente: https://i.pinimg.com/enabled_hi/564x/8f/08/a2/8f08a2be17ee671a30e9809c2a743d41.jpg

La ergonomía es una característica crucial en la fabricación de cualquier tipo de vestimenta, ya que, de esta depende parte de la percepción positiva que puede tener el usuario. Diseñar teniendo en cuenta la transpiración y la termorregulación, es apuntar al futuro, del que se esperan altas temperaturas. Estos aspectos, también tienen que ver con la salud, al tratarse de la fisiología y anatomía humana.

El confort es una estrategia competitiva. Los productos masivos a menudo ignoran la temperatura de los textiles y el ensamblaje de las prendas. Estas características de bienestar deben ajustarse a las actividades y estilos de vida, especialmente en el ámbito deportivo (Baena Restrepo y Baquero Álvarez, 2005).

Diseñar en el sistema moda implica una renovación constante. La accesibilidad a información permite a cada individuo establecer su personalidad y su forma de expresarla. La moda, como medio de expresión, debe adaptarse y rediseñarse para alinearse con las principales tendencias que influyen en los comportamientos de compra.

La globalización y la tecnología amplían las posibilidades de satisfacer diversas necesidades. Ampliar conocimientos y ser más versátiles, combinando valores emocionales con responsabilidad ambiental, resulta atractivo para los clientes (Baquero, et al., 2012).

Crear con responsabilidad social es una obligación, no una opción. Las marcas deben enfocarse en eco productos que beneficien a la sociedad. Esto incluye la selección de insumos en fibras naturales, diseños alineados con tendencias reales y condiciones laborales éticas, todo bajo una propuesta de valor que asegure rentabilidad y permanencia en el mercado.

La moda rápida ha generado hábitos insostenibles en los consumidores. Una manera de contrarrestar esta inclinación es a través de información transparente, que conecte con el público y promueva la conciencia ambiental, valorando los procesos de marcas nacionales y locales (Heredia Ordoñez, et al., 2021).

3.5. Aplicaciones manuales

3.6. Bordados

Figura 10. *Cualidades del bordado manual.*



Nota: Los bordados manuales poseen versatilidad y un alto valor estético, adaptable a cualquier tipo de prenda o complemento.

Fuente: https://i.pinimg.com/enabled_hi/564x/16/7d/a1/167da1b6070d3009dbc6701cff74ca35.jpg

El bordado añade valor a las prendas como medio de ornamentación. Es experimental y puede reflejar temas emocionales, estéticos, culturales y funcionales. La variedad de técnicas y materiales disponibles permite a los diseñadores expresar su creatividad y ofrece una oportunidad para que las marcas implementen el auge de las prendas personalizadas.

En la indumentaria formal, los bordados aportan un refinamiento que transmite calidad, justificando precios elevados, especialmente si se realizan de manera artesanal. Esta labor dedicada debe integrarse con una propuesta de alto valor artístico (Anchundia Anchundia, 2017).

Con la llegada de los bordados industrializados, los bordados hechos a mano han disminuido. Sin embargo, gracias a las tendencias de moda ética, están reincorporándose como un medio de sostenibilidad y como un elemento diferenciador, rico en diversidad, herencia cultural y, sobre todo, adaptabilidad.

Los bordados manuales merecen reconocimiento para fomentar la demanda de proveedores textiles nacionales. Esto generará empleo en estas áreas y permitirá que estas habilidades vuelvan a convertirse en un ingreso para mantener hogares (Zeas Carrillo y Bravo Gordillo, 2016).

El bordado es un elemento capaz de enriquecer la estética de una prenda o complemento. Para alcanzar este objetivo, es necesario un estudio minucioso de la técnica, la elaboración de muestras que garanticen el resultado deseado, una clara definición de la paleta de colores, el análisis de tendencias y la experimentación con diversos materiales.

El mercado artesanal se mantiene competitivo debido al perfeccionismo inherente a los productos hechos a mano. Adquirir este tipo de artículos implica reconocer su valor empírico, al tiempo que fortalece la autoconfianza del artesano que los crea (Pérez Calvo, 2006).

3.7. Diseño de bordados para vestidos de gala

Figura 11. *Equilibrio visual.*



Nota: Los detalles manuales deben integrarse sin afectar la estructura de la prenda.
Fuente: <https://i.pinimg.com/564x/36/ce/1b/36ce1b621b509017b65ad4b4cdcf872d.jpg>

Rediseñar desde el respeto implica reconocer que numerosas culturas ancestrales han dejado un legado de inspiración único, incomparable con la producción masiva. Sus elementos gráficos poseen una riqueza artística notable y sus prácticas son intrínsecamente sostenibles, características que resultan ideales para su aplicación en la indumentaria formal.

Basar diseños en identidades culturales conlleva la responsabilidad de informarse adecuadamente, entendiendo que, al no ser conceptos propios, su uso debe estar autorizado y, en la medida de lo posible, desarrollado en colaboración con las comunidades. Esto incluye solicitar sugerencias y hacerlas parte activa del proceso (Solís Sánchez y Farinango Tipanluisa, 2022).

La propuesta de diseño en líneas de gala suele basarse únicamente en la claridad de conceptos, de los cuales se extraen elementos visuales para elaborar patrones mediante transformaciones geométricas. Si bien este proceso es fundamental, se puede optimizar no solo transformando los patrones visuales, sino también explorar con cortes y tipologías fuera de lo convencional.

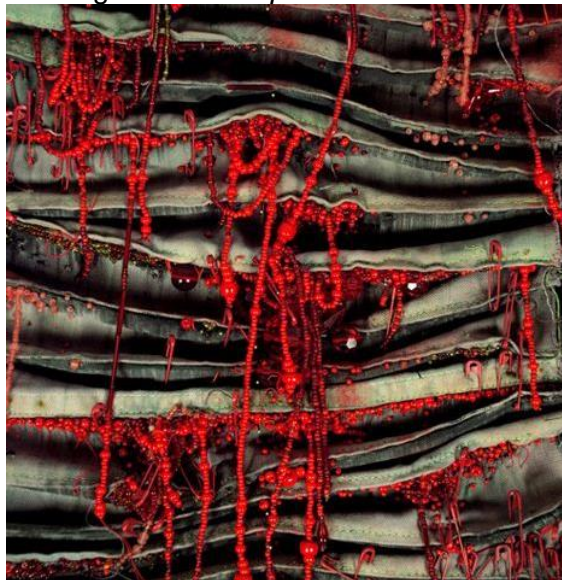
Los vestidos de gala tienen la ventaja de ser apreciados principalmente por la estética del diseño, más allá de las fluctuaciones del mercado. Las propuestas estéticas para este tipo de indumentaria deben incluir técnicas de realce estético tales como el bordado (Pinos Espinoza y Zalamea Orellana, 2019).

La ubicación de las aplicaciones de bordado en los diseños no debe comprometer la estructura estilizada previamente planteada. Al proponer estos bordados, resulta fundamental poseer conocimiento sobre el comportamiento de los diversos materiales involucrados, en especial cuando se trabaja con pedrería. El tipo de pedrería utilizada puede determinar el hilo adecuado para su aplicación.

Existen ciertos códigos preestablecidos en el ámbito textil que dictan qué materiales corresponden a determinados universos del vestuario y cuáles permiten la realización de bordados, considerando factores como el peso y tamaño. En prendas elegantes, el tul destaca como la opción preferida, especialmente cuando se busca generar un efecto de transparencia o desnudez (Chabla Muñoz, 2019).

3.8. Variedad de apliques y materialidad

Figura 12. *Búsqueda de insumos.*



Nota: Reinención contemporánea de procesos tradicionales.

Fuente: https://i.pinimg.com/enabled_hi/564x/b2/8a/de/b28ade0fe8bd44ffc83fb0378eca82d2.jpg

En la actualidad, el bordado ha trascendido su carácter tradicional al combinarse con técnicas contemporáneas y aplicarse en diversas bases textiles. Estas pueden fusionarse con la tecnología mediante el uso de cortes láser y sublimación, lo que permite innovar en cada colección, ofreciendo diseños más sofisticados y versátiles.

La exploración con nuevos materiales, debe asegurar que no se incremente el peso de la prenda ni se comprometa su estética visual con un grosor inadecuado, ya que es fundamental que conserve su refinamiento (Narváez Torres y Merchán Castro, 2019).

El avance tecnológico y la industrialización continúan introduciendo insumos y textiles que varían en colores, acabados, tamaños y formas. Estos nuevos

materiales amplían las posibilidades en el desarrollo de propuestas de bordado, un oficio que tradicionalmente se ha limitado a ciertos insumos. Al integrar o fusionar estos con nuevos elementos, las prendas o piezas resultantes pueden volverse más atractivas y deseables desde una perspectiva comercial.

En la actualidad, existen numerosas maquinarias que pueden optimizar el proceso de bordado, un oficio que, aunque manual y de gran precisión, se beneficia del ahorro de tiempo y de la obtención de acabados casi perfectos que estas ofrecen. Entre las herramientas más destacadas se encuentran el corte láser y la impresión textil (Trelles Muñoz y Mendez Mendez, 2019).

La selección de materiales juega un papel fundamental en la sostenibilidad, una de las principales preocupaciones actuales. La tela, como base común en la industria, tiene el potencial de reflejar un enfoque sostenible al responder a necesidades específicas y ofrecer una vida útil prolongada. Esto minimiza la producción de productos obsoletos y reduce el impacto ambiental.

Si bien es cierto que la inversión en telas inteligentes implica un costo significativo y que aún existen limitaciones para su adquisición, la inversión resulta valiosa. Los consumidores, cada vez más, demandan personalización y funcionalidad en las prendas, y las telas inteligentes ofrecen soluciones innovadoras que incluso pueden tener beneficios dermatológicos (Rodríguez Amaya, 201

4. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Tipo de investigación descriptiva

Según Guevara Alban, et al. (2020), la investigación descriptiva identifica un problema y propone una solución basada en datos verídicos y sustentables, en el que, el investigador puede ser participante o no.

Este emprendimiento se fundamenta en una investigación descriptiva, partiendo de la identificación de una carencia en el mercado femenino actual. Se utilizó información de fuentes académicas confiables para comprobar la viabilidad de implementar técnicas manuales y cumplir con las exigencias de la línea de gala. Asimismo, se encuestó a expertos y se analizaron otros emprendimientos para obtener sugerencias que permitieran dar inicio al proceso de fabricación.

4.2. Enfoque cualitativo

Se afirma que “la investigación cualitativa se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto” (Hernández Sampieri, et al., 2014).

El enfoque cualitativo resulta adecuado para este proyecto de grado, ya que ambos se apoyan en prácticas interpretativas que integran de forma flexible conceptos personales y factores externos. No se basan en análisis estadísticos ni en procesos lineales, sino en una dinámica activa orientada a objetivos y a la viabilidad de estos. Además, se sustenta en la recopilación de datos.

4.3. Método análisis

Según Lopera Echavarría, et al. (2010), el método analítico se centra en obtener un resultado mediante el examen de las diferentes partes que componen un todo, con el fin de lograr una comprensión precisa. Se aplica tanto en análisis empíricos como simbólicos.

4.4. Consultas en fuentes secundarias

Este informe se sustenta en la revisión de fuentes verídicas, utilizando trabajos de grado y artículos de revistas para las categorías de estudio. Además, en otras secciones de este documento, se recurrió a libros y a leyes de la regulación colombiana.

4.5. Consultas en fuentes primarias

Se establece en las consultas primarias entrevistas a personas o profesionales expertos en el tema, tales como:

- Diseñadora y fundadora de una marca de prendas de vestir para mujeres - Yajaira Pérez Ortega
- Docente y empresaria en el área de confección – Tiffany Brisette Ferreira
- Persona experta en enfoques empresariales, marketing digital y planes de negocio – Sonia Isabel Hernández Rueda

4.5.1. Observación no participante

De acuerdo con Díaz Sanjuan (2010), la observación es primordial para la recolección de datos, porque está libre de interpretaciones de terceros, que puedan influir en los resultados. Al ser no participante, no se interviene directamente y se apoya en percepciones interpersonales.

Tabla 1. Tipos de observaciones

Observación	Tipo de observación
VASQUEZ & GARCIA	Se visitó la tienda física de VASQUEZ & GARCIA ubicada en Cabecera del Llano, Bucaramanga. Además, se visualizó el contenido publicado en su cuenta de Instagram.
JULIANA SALAMANCA	Se hizo una visita presencial en la Casa de Modas Juliana Salamanca, en Cabecera del Llano, Bucaramanga.
ATELIER CRUMP	Se hizo un estudio basado en la página web y el contenido disponible en redes sociales.
JOHANNA ORTIZ	Se llevó a cabo una revisión a través del sitio web oficial de la marca.

4.5.2. Observación participante

Tabla 2. Entrevistas a expertos

Observación participante	Tipo de observación
YAJAIRA PÉREZ ORTEGA	Se realizó una entrevista a la diseñadora Yahaira Pérez Ortega, con el fin de, poder conocer las preferencias de las consumidoras de su marca en la vestimenta formal.

<p>TIFFANY BRISSETTE FERREIRA AVILA</p>	<p>Se entrevistó a la profesional en diseño de modas Tiffany Brissette Ferreira Ávila, en busca de recomendaciones en el área de patronaje que permitan realizar diseños con multifuncionalidad.</p>
<p>SONIA ISABEL HERNÁNDEZ RUEDA</p>	<p>Se efectuó una entrevista a la empresaria y profesional Sonia Isabel Hernández Rueda, para recibir orientación a la hora de promocionar y vender el producto.</p>

2. Entrevista estructurada

Se entrevistó a Yajaira Pérez Ortega, diseñadora y fundadora de una marca de prendas de vestir para mujeres.

Se implementaron las siguientes preguntas:

1. ¿Qué espera el segmento femenino cuando se trata de prendas formales?
2. ¿Cuáles son los riesgos más comunes al lanzar un diseño innovador?
3. ¿Cuáles son los colores o estampados preferidos por sus clientas cuando desean verse elegantes?
4. ¿De qué manera aseguras el equilibrio entre ser innovador y comercialmente atractivo?
5. ¿Cuáles son los elementos de diseño más favorables para prendas elegantes?

Se entrevistó a Tiffany Brissette Ferreira Ávila, docente y empresaria en el área de confección.

Se implementaron las siguientes preguntas:

1. ¿Qué expectativas tendrías de una prenda multifuncional?

2. ¿Cuáles son los mejores textiles para vestidos de gala?
3. ¿Qué sistemas de ajustes (botones, cierres, etc.) recomendarías para realizar la multifuncionalidad de la prenda?
4. ¿Qué elementos estéticos consideras importantes en una línea de gala?
5. ¿Cuáles son los ajustes que se necesitan en el patronaje femenino, que aseguran una horma perfecta?

Se entrevistó a Sonia Isabel Hernández Rueda, experta en enfoques empresariales, marketing digital y planes de negocios.

Se implementaron las siguientes preguntas:

1. ¿Qué estrategias de marketing son más eficaces para fidelizar segmentos con un alto valor adquisitivo?
2. ¿Cómo optimizar los recursos a la hora de comprar materias primas?
3. ¿Cuáles son las alertas tempranas cuando se es un emprendedor emergente?
4. ¿Cuáles serían los mejores canales de distribución para vestidos de gala?
5. ¿Qué consideras importante en un plan de negocios cuando el valor agregado es la multifuncionalidad?

5. DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO

5.1. MODELO CANVAS

Teniendo en cuenta el estudio planteado por (Osterwalder, A., & Pigneur, Y. 2010), el modelo Canvas representa una dinámica flexible, en la que, es más comprensible la información de los fundamentos de la empresa. Esta cualidad, lo hace ideal para toma de decisiones en equipo y la creación de nuevas estrategias.

5.2. LIENZO CANVAS

Tabla 3. Modelo Canvas de elaboración propia

<p>1. Segmento de mercado</p>	<p>Mujeres de 22 a 27 años en Bucaramanga, pertenecientes a estratos 4 y 5. Con ingresos que oscilan entre 3 y 4 millones de pesos mensuales. Se dedican a estudiar o trabajar en su carrera profesional. Tienen un estilo de vida orientado a su trabajo, en el que, tienen preferencias de compra hacia productos tecnológicos, educación y prendas formales. Este perfil busca constantemente cursos, certificaciones y seminarios para mejorar sus habilidades.</p> <p>Les importa la moda, ya que lo ven como un medio para demostrar confianza y profesionalismo, priorizan la calidad sobre el precio. Les gustan los diseños exclusivos e interesantes, y que funcionen dentro sus actividades diarias. Usualmente, compran en marcas nacionales o pedidos bajo medida.</p>
-------------------------------	---

	<p>Por otro lado, valoran el equilibrio entre lo laboral y el bienestar. Invierten en gimnasios, alimentación sana y terapias anti – estrés. Dentro de sus actividades recreativas, están asistir a restaurantes gourmet o tomar un tour por un lugar atractivo y poco turístico.</p>
<p>2. Problema</p>	<p>Actualmente muchas personas deciden no invertir en vestidos de gala porque tienen poca utilidad y terminan guardados sin utilizar hasta el punto de echarse a perder. Es por ello, que los consumidores prefieren alquilar los mismos o no vestirse de manera tan elegante.</p> <p>El mercado femenino ofrece una amplia gama de productos, sin embargo, aquellos con aplicaciones manuales de excesivos detalles son cada vez menos. Dado que, los emprendedores prefieren fabricar ropa sencilla que se venda más seguido.</p> <p>Desde que el modelo de negocios <i>Fast Fashion</i> se posiciono, la mayoría de marcas dejaron de enriquecer sus diseños. Por el contrario, empezaron a crear prendas temporales con un tiempo de producción muy corto, que respondan a tendencias y se vendan de forma masiva.</p>
<p>3. Propuesta de valor</p>	<p>Las piezas que conforman este vestido de gala se convierten en un enterizo y un top totalmente</p>

	<p>independiente, los cuales, pueden ser utilizados en cualquier ocasión que requiera una presentación personal elegante. Además, el diseño incorpora detalles cuidadosamente elaborados a mano, con puntadas que combinan pedrería.</p>
<p>4. Actividades clave</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación del problema y análisis de soluciones • Segmentación de mercado • Estudio de tendencias actuales • Propuesta de diseño basada en la multifuncionalidad • Desarrollo del patronaje • Contacto y negociación con proveedores • Corte de telas y aplicación de detalles manuales • Confección y ensamble del vestido • Acabados finales y empaçado • Aplicación de estrategias de marketing en los canales de comunicación • Venta y distribución del producto • Servicio post venta
<p>5. Canales</p>	<p>Canales de comunicación:</p> <p>Aplicación de estrategias de Marketing digital en redes sociales como Instagram y TikTok, con contenidos enfocados en una participación activa de los usuarios y</p>

	<p>conexión con el público objetivo. Acompañado de un chat de Whatsapp, con el que, se gestionarán los pedidos.</p> <p>Además, se establecerán alianzas con asesores de imagen, quienes recomendarán nuestros productos y amplificarán nuestra visibilidad a través de sus clientes.</p> <p>Canales de distribución:</p> <p>Servicio de envíos contra entrega en Bucaramanga, Floridablanca, Girón y Piedecuesta. Que garantice una buena experiencia, en la que se podrá medir el vestido y aprender cómo es la multifuncionalidad del mismo.</p>
<p>6. Flujo de ingresos</p>	<p>Inversión desde recursos propios.</p> <p>El dinero será producto de la venta del vestido de gala a través de pagos en efectivo o transacciones en la cuenta de Bancolombia y número de Nequi 310 4112117.</p>
<p>7. Estructura de costos</p>	

COSTOS DE FABRICACIÓN			
ITEMS	UNIDAD	POR PRENDA	SUBTOTAL
Metros de tela <i>Seda princesa</i>	\$ 16.000	4	\$ 64.000
Metros de tela <i>Organza tornasol</i>	\$ 10.000	1	\$ 10.000
Interlon	\$ 10.000	1	\$ 10.000
Cierre invisible	\$ 1.700	1	\$ 1.700
Broches forrados	\$ 1.800	4	\$ 7.200
Sarta de <i>murano azul</i>	\$ 3.500	2	\$ 7.000
Sarta de <i>murano blanco</i>	\$ 2.500	3	\$ 7.500
Bolsa de <i>mostacilla azul</i>	\$ 1.000	4	\$ 4.000
Pedrería variada en gr	\$ 15.000	1	\$ 15.000
Lentejuelas por metros	\$ 1.000	2	\$ 2.000
Hilo Bestex 175	\$ 13.000	1	\$ 13.000
Empaque	\$ 20.000	1	\$ 20.000
Marquilla y Etiqueta	\$ 10.000	1	\$ 10.000
TOTAL COSTO DE FABRICACIÓN POR UNIDAD			\$ 171.400
COSTOS DE ADMINISTRACIÓN Y DISTRIBUCIÓN			
VARIABLES	MENSUAL	# de prendas vendidas por mes	VALOR POR UNIDAD
Operaria de Confección	\$ 1.423.500	10	\$ 142.350
Operaria de Bordado	\$ 1.600.000	10	\$ 160.000
Maquinas (Mantenimiento)	\$ 50.000	10	\$ 5.000
Diseño	\$ 300.000	10	\$ 30.000
Patronaje	\$ 150.000	10	\$ 15.000
Licencia de Ilustrador	\$ 45.000	10	\$ 4.500
TOTAL COSTOS DE ADMIN.	\$ 3.568.500	10	\$ 356.850
	COSTO DE FABRICACIÓN		\$ 263.400
	COSTO TOTAL POR UNIDAD		\$ 620.250
	Rentabilidad	100%	\$ 620.250
	Impuestos	35%	\$ 217.088
	IVA	19%	\$ 117.848
	PRECIO DE VENTA		\$ 1.575.435

<p>8. Métricas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Metros de tela <i>Seda Princesa</i>, <i>Organza</i> e Interlon. • Cierre invisible. • Broches forrados. • Pedrería de <i>muranos</i> y <i>mostacillas</i>, y lentejuelas. • Hilo Bestex 175.
--------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> • Maquina industrial • Habilidades de diseño, patronaje, confección y bordado • Licencia de Illustrator • Computadora portátil.
<p>9. Ventaja competitiva</p>	<p>Vestido de gala con aplicaciones manuales, símbolo de sofisticación y versatilidad.</p>

6. RESULTADOS

6.1. Resultado de las observaciones y entrevistas

Tabla 4. Conclusiones de observaciones

Observación	Conclusión
VASQUEZ & GARCIA	Marca especializada en la venta de prendas femeninas elegantes, que ofrece una amplia selección de diseños con estampados abstractos. Los complementos de las prendas incluyen lentejuelas, flecos, volantes, brillos, plisados y sobre posiciones. La mayoría de los vestidos son largos, confeccionados con telas de buena caída, y tienen un rango de precios superior a 1.200.000. En general, se presenta una amplia variedad de colores y prendas ceñidas.
JULIANA SALAMANCA	Su oferta está compuesta principalmente por vestidos largos, con diseños convencionales que emplean cortes y escotes clásicos, como el corsé con varillas. Predominan las telas de terciopelo con lentejuelas, organza y sedas con caída. Los detalles de las prendas son bordados y escarchados industrializados, sobre los cuales suelen aplicarse re-bordados con pedrería sobrepuestos. En general, se percibe una marcada preferencia por el uso de lentejuelas y patrones florales.
ATELIER CRUMP	Destaca una estética sobria, con patrones lineales y motivos inspirados en la naturaleza. Ha desarrollado colaboraciones con artesanas colombianas y marcas especializadas en tejidos. Las siluetas predominantes son anchas o con transparencias. A pesar de su orientación tradicional, la selección de paletas cromáticas, tipologías clásicas y acabados impecables, establece a esta marca como un referente de elegancia.
JOHANNA ORTIZ	La marca es un exponente del estilo "latin flair" y "tropical chic", caracterizándose por

	<p>el uso de colores vivos y estampados inspirados en la cultura y biodiversidad de América Latina. En sus vestidos, se emplean técnicas como drapeados, boleros, englobados, trenzados y maxi adornos. Las aplicaciones incluyen bordados con mostacillas y lentejuelas, bordados en relieve, flecos y una variedad de pedrería, e incluso piezas en cuero.</p>
--	--

Tabla 5. Conclusiones de entrevistas a expertos

Entrevistado	Conclusión
Tiffany Brisette Ferreira Ávila	La construcción de prendas multifuncionales debe centrarse no solo en su transformación, sino también en su capacidad para tener una larga vida útil. Para lograrlo, es fundamental mantener disciplina en los acabados y en la calidad de la confección, acompañado de un diseño cautivador y duradero.
Yajaira Pérez Ortega	Un vestido de gala comercialmente atractivo debe presentar una propuesta de valor con un mensaje claro y comprensible, respondiendo a la demanda de prendas y a las tendencias actuales. En términos de diseño, se recomienda explorar los volúmenes de las telas mediante técnicas como drapeados, trillados y volantes. Asimismo, los detalles pueden realzar la estética de la prenda. En cuanto a la elección de colores, es aconsejable evitar una dependencia exclusiva del blanco y negro, optando por una paleta más variada.
Sonia Isabel Hernández Rueda	Emprender implica riesgos, pero estos pueden anticiparse estableciendo indicadores claros en un plan de negocios y monitoreando periódicamente su cumplimiento o realizando ajustes según sea necesario. Al dirigirse a un consumidor de alto poder adquisitivo, resulta fundamental construir una identidad de marca que logre una diferenciación notable. Este tipo de consumidor suele ser exigente; por tanto, es indispensable asegurar perfección y coherencia en todos los aspectos asociados al producto,

incluidas las estrategias de marketing, el empaque y la distribución.

6.2. OBSERVATORIO DE TENDENCIAS

6.2.1. Macrotendencia: *Optimismo alternativo*

Figura 13. Moodboard macro y micro tendencia.



Fuente: Propia a partir de Pinterest

En un mundo tan inclemente, la imaginación será la mejor alternativa para encontrar la paz, los productos enfocados en brindar pequeños placeres, brindaran la motivación para seguir trabajando por un futuro próspero. Pronostico propuesto por la WGSN para el 2025 y 2026.

Microtendencia: *Número circense*

Tendencia alusiva al maximalismo, alegría y colores vibrantes de los circos.

6.2.2. Tema de inspiración

Figura 14. Atlantis collage.



Fuente: Propia a partir de Pinterest

Atlantis, es un mito de Platón, que reflexiona sobre cómo la búsqueda insaciable de poder conduce a la corrupción moral, destacando la importancia de la sabiduría y la disciplina personal. Se representa como una ciudad perdida en el mar, famosa por su avanzada tecnología y riquezas invaluables.

6.3. LÍNEA DE PRODUCTO

6.3.1. Ilustración

Figura 15 Figurín digital



Fuente: Elaboración propia

Vestido de gala en tonalidades azules, que posee la cualidad de transformarse en enterizo con falda o top independiente. Posee volantes influenciados por la microtendencia y unas aplicaciones manuales con pedrería inspiradas en la ciudad perdida de Atlantis.

6.3.2. Perfil del consumidor

Figura 16. Moodboard del consumidor.



Fuente: Propia a partir de Pinterest

Mujeres de 22 a 27 años en Bucaramanga, pertenecientes a estratos 4 y 5. Con ingresos que oscilan entre 3 y 4 millones de pesos mensuales. Se dedican a estudiar o trabajar en su carrera profesional. Tienen un estilo de vida orientado a su trabajo, en el que, tienen preferencias de compra hacia productos tecnológicos, educación y prendas formales. Este perfil busca constantemente cursos, certificaciones y seminarios para mejorar sus habilidades.

Les importa la moda, ya que lo ven como un medio para demostrar confianza y profesionalismo, priorizan la calidad sobre el precio. Les gustan los diseños exclusivos e interesantes, y que funcionen dentro sus actividades diarias. Usualmente, compran en marcas nacionales o pedidos bajo medida.

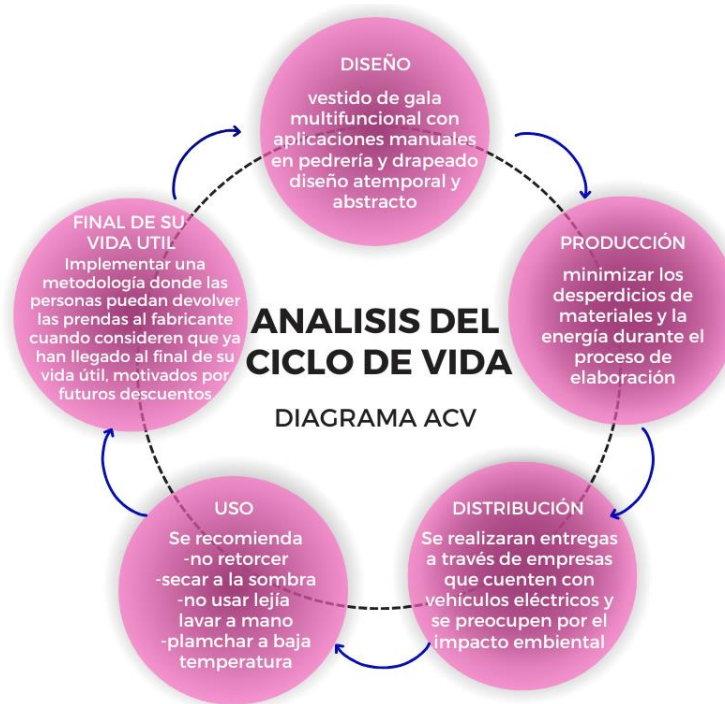
Por otro lado, valoran el equilibrio entre lo laboral y el bienestar. Invierten en gimnasios, alimentación sana y terapias anti – estrés. Dentro de sus actividades

recreativas, están asistir a restaurantes gourmet o tomar un tour por un lugar atractivo y poco turístico.

6.4. ECOPRODUCTO

6.4.1. Diagrama ACV

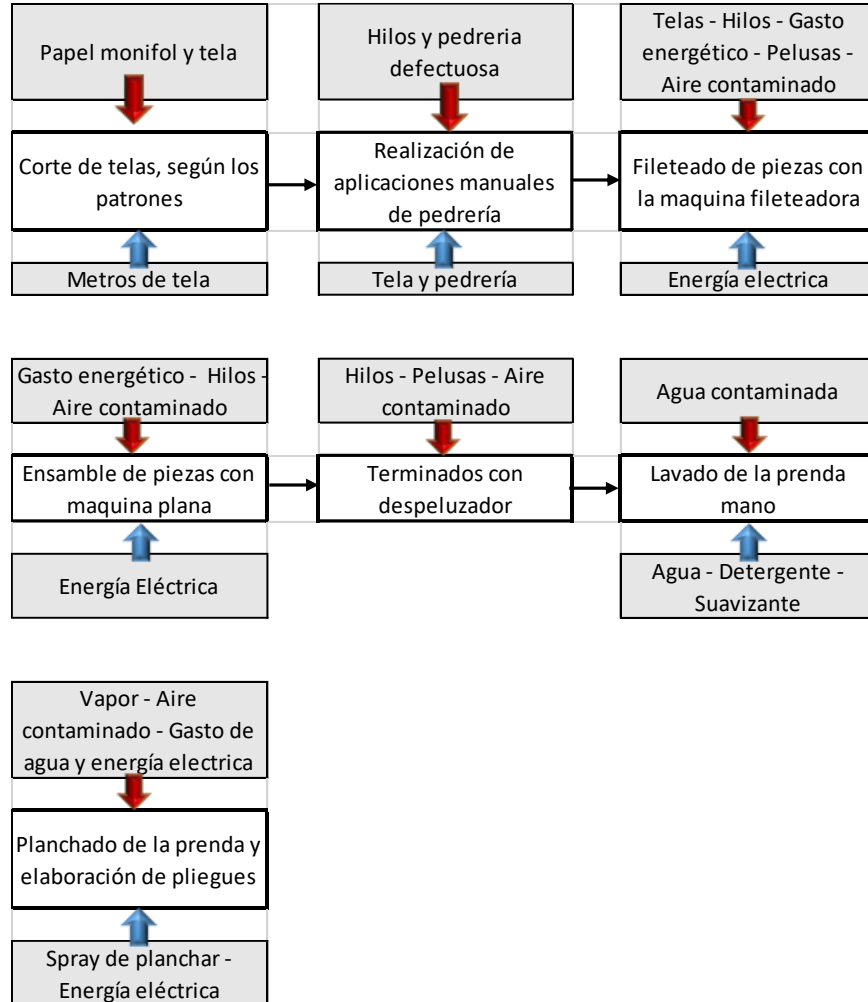
Figura 17. Análisis de ciclo de vida.



Fuente: Propia

6.4.2. Entradas y salidas

Figura 18. Diagrama de entradas y salidas.



Fuente: Propia

7. CONCLUSIONES

La moda, como medio de comunicación personal, sigue siendo un reflejo de la identidad y los gustos individuales. En la actualidad, la búsqueda por destacar y mostrar quiénes somos se ve reflejada en las prendas que elegimos, y el estudio realizado ha demostrado que el mercado femenino se inclina hacia una combinación de estilo, funcionalidad y sostenibilidad. Este cambio de enfoque responde a una creciente conciencia sobre el consumo excesivo, lo que ha llevado a las consumidoras a valorar más la durabilidad y versatilidad de sus prendas.

En este contexto, la multifuncionalidad se presenta como una propuesta clave para responder a las nuevas exigencias del mercado. Integrar este concepto en el diseño de prendas no solo aporta una solución práctica, sino que también promueve un consumo más responsable, alineado con las preocupaciones actuales sobre el impacto ambiental.

Al adoptar técnicas manuales, es posible ofrecer productos que se diferencien de la moda rápida, proporcionando un valor que resuena con los consumidores conscientes de la importancia de la calidad sobre la cantidad. Al mismo tiempo que se conmemoran las técnicas ancestrales.

Emprender desde la línea de gala es un desafío constante, que demanda un alto nivel de perfeccionismo y tiempo. Aunque es un sector arriesgado y generalmente mal remunerado, la combinación y exclusividad puede convertirlo en un mercado altamente valorado. La elaboración del plan de negocios confirmó la viabilidad económica del proyecto en la ciudad de Bucaramanga, destacando que, si se hacen buenos diseños, con estrategias de mercado claramente definidas y precios competitivos, se satisface eficazmente las expectativas del mercado local.

8. RECOMENDACIONES

Se recomienda optimizar el desarrollo de prendas multifuncionales mediante la elección de materiales adecuados y sistemas de ajuste prácticos. Es clave diseñar estructuras que permitan transformar la prenda sin afectar su calidad o estética, asegurando versatilidad y durabilidad en su uso.

La línea de gala representa un desafío donde el verdadero esfuerzo radica en la calidad de los acabados. Aunque se busca competir en costos, los emprendedores deben igualar precios sin comprometer la exclusividad y el detalle. En este sentido, las habilidades en confección y diseño son clave para ofrecer un producto diferenciado que permita competir en un mercado exigente y de alto valor.

9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abad, K. (2021). Posicionamiento de marca de ropa femenina en Centennials. Trabajo de Grado. Universidad Autónoma de Occidente. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/10614/13070>

Anchundia, I. (2017). Desarrollo de la creatividad en vestidos de novia incide en el proceso de enseñanza en el gremio de modistas del cantón el Empalme, provincia del guayas. Tesis de grado. Universidad Técnica de Babahoyo. Recuperado de: <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/3480>

Antamirano, J. & Medina, A. (2017). Diseño de Trajes de Gala para mujeres con sobrepeso de 25 a 30 años de la ciudad de Ambato. Tesis de grado. Universidad Técnica de Ambato. Recuperado de: <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/26914>

Arévalo, J. & Guamán, F. (2016). Confección de vestidos de gala infantil y juvenil con inspiración en el volcán “reventador”, para niñas de 3 a 6 años y damas de 15 a 22 años de edad, de la provincia de orellana, cantón la joya de los sachas, en el año 2016. Tesis de grado. Universidad Estatal de Bolívar. Recuperado de: <https://dspace.ueb.edu.ec/server/api/core/bitstreams/319cf241-ae4e-4225-8000-fa4bab0d9909/content>

Bacca, K. (2017). Plan de negocios para la creación de una empresa de confección de ropa femenina en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander. Trabajo de grado. Universidad Francisco de Padua Santander. Recuperado de: <https://repositorioinstitucional.ufpso.edu.co/xmlui/handle/20.500.14167/1866>

Baena, M. & Baquero, M. (2005). El confort como una característica importante en el diseño de prendas. Iconofacto, 1(1), 75-79. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5204321>

Bances, J. & Regis, H. (2021). Plan de marketing para la comercialización de camisas bordadas a mano producidas por la asociación artesanal rosa muga del distrito de Monsefú. Tesis de grado. Universidad Señor de Sipán. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/20.500.12802/8862>

Baquero, M., Lloveras, J., Baena, M. Bosch, M. & Cantista, I. (2012). Definiciones y características del diseño de vestimenta. "IconoFacto", 01 Gener 2012, vol. 7, núm. 9, p. 32-52. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/2117/19214>

Barén, M. (2017). Vestidos de gala y su influencia en el proceso de aprendizaje de los estudiantes de corte y confección unidad educativa y centro de formación artesanal “Guayaquil” del cantón Quevedo, provincia de los Ríos. Tesis de grado. Universidad Técnica de Babahoyo, UTB. Recuperado de: <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/3494>

Botello, M. (2023). Modelo de Negocio Para la Creación de una Empresa Comercializadora de Ropa Deportiva Femenina Bajo la Metodología Lean Canvas. Trabajo de grado. Recuperado de: <https://repositorio.udes.edu.co/handle/001/9923>

Carvajal, Á. (2017). Diseño, innovación y moda: entre la tecnología y el arte. Legado de Arquitectura y Diseño, [S.l.], v. 12, n. 22, jun. 2017. ISSN 2448-749X. Recuperado de: <https://legadodearquitecturaydiseno.uaemex.mx/article/view/11360>.

Castelán, A., & Oros, L. (2011). Importancia de un plan de negocios. Contribuciones a la Economía, 9(2), 8. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9177060>

Castro, M. (2017). Diseño de patrones y su incidencia en la enseñanza en corte y confección de vestidos de gala dirigidos a la comunidad de la Isla Puná “Barrio Lindo” cantón Guayaquil provincia del Guayas. Tesis de grado. Universidad Técnica de Babahoyo, UTB. Recuperado de: <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/4298>

Chabla, C. (2019). Diseño de moda femenina de inspiración cultural Jama-Coaque: documentación de experiencia creativa. Revista de Investigación y Pedagogía del Arte, (6). Recuperado de: <https://publicaciones.ucuenca.edu.ec/ojs/index.php/revpos/article/view/2852>

Claro, K., & Gaona, Y. (2015). Plan de negocios para la creación de una fábrica y distribuidora de blusas para dama en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander. Tesis de Grado. Universidad Francisco de Paula Santander. Recuperado de: <https://repositorioinstitucional.ufps.edu.co/xmlui/handle/20.500.14167/1602>

Colzani, G. (2014). Entramado: moda y diseño en Latinoamérica. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos, (47), 151-162. Recuperado de: https://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1853-35232014000100013&script=sci_arttext

Congreso de Colombia (2006, enero). Ley 1014. Recuperado de: <https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/ley-1014-2006.pdf>

Congreso de Colombia (2021, enero). Ley 2184. Recuperado de: <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=119837&dt=S>

Cubillos, J. (2023). Plan de negocio para la creación de una empresa de diseño y comercialización de ropa femenina ecológica. Trabajo de grado. Universidad Autónoma Latinoamericana. Recuperado de: <http://repositorio.unaula.edu.co:4000/handle/123456789/2906>

Díaz, M. (2016). Plan de negocios para una tienda de ropa y accesorios para mujeres. Tesis de grado. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Recuperado de: <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/609465>

F-DC-125

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO,
MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO

VERSIÓN: 2.0

Díaz, L. (2010). La observación. Facultad de Psicología. Universidad Nacional Autónoma de México. Recuperado de http://www.psicologia.unam.mx/documentos/pdf/publicaciones/La_observacion_Lidia_Diaz_Sanjuan_Texto_Apoyo_Didactico_Metodo_Clinico_3_Sem.pdf

Ferreira, D. (2016). El modelo CANVAS en la formulación de proyectos. Revista Cooperativismo & Desarrollo, 23(107). Recuperado de: <https://doi.org/10.16925/co.v23i107.1252>

Finkel, L., & Gordo, Á. (2019). Redes sociales, mujeres y marcas. Una aproximación Netnográfica. Espacio Abierto Cuaderno Venezolano de Sociología Vol.28 No.3. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/20.500.14352/13637>

García, Y. (2023). El lienzo de modelo de negocios o modelo canvas: herramienta para emprendedores. Revista FAECO sapiens, 6(1), 347-363. Recuperado de: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/221/2213811033/html/>

Gaytán, J. (2020). El plan de negocios y la rentabilidad. Revista científica Mercados y Negocios, Año 21, No. 42. Recuperado de: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2594-01632020000200143&script=sci_arttext

Gómez, A., Ampié, J., & Ortiz, K. (2023). Plan de negocio para la implementación de un taller de confección y comercialización de ropa formal para mujeres ejecutivas en la ciudad de Managua para el periodo julio 2023-julio 2026. Tesis de grado. Universidad de Ciencias Comerciales. Recuperado de: <http://repositorio.ucc.edu.ni/id/eprint/1287>

González, E. (2021). Influencia de la marca en el consumo femenino de moda. Revista ADResearch ESIC International Journal of Communication Research, 24(24), 86–101. Recuperado de: <https://doi.org/10.7263/adresic-024-05>

Guamán, C. & Flores, E. (2019). Diseño de vestidos de gala con tejidos Salasaca. Tesis de grado. Universidad Técnica de Ambato, UTA. Recuperado de: <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/29511>

Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). RECIMUNDO, 4(3), 163-173. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7591592.pdf>

Heredia, M., Jaramillo F. & Mc Causland, M. (2021). La Mancha - Moda sostenible, atemporal, versátil y multifuncional. Trabajo de grado. Pontificia Universidad Javeriana. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10554/54128>

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). Metodología de la Investigación. (6ª ed.). MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES S.A. https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf

Lara, J. (2019). El modelo Canvas como herramienta para optimizar una microempresa. Trabajo de grado. Universidad Autónoma del Estado de México. Recuperado de: <https://core.ac.uk/reader/288923600>

Lopera, J., Ramírez, C., Zuluaga, M. & Vanegas, J. (2010). El método analítico como método natural. *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*. 25 (2010.1). Recuperado de: https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24786w/U3_S8_Elmetodoanaliticoomometodonatural.pdf

Lozano, L., Caicedo, J., Fernández, T., & Onofre, R. (2019). El modelo de negocio: metodología Canvas como innovación estratégica para el diseño de proyectos empresariales. *Revista Journal of Science and Research*, 4(CIEIS2019), 87–99. Recuperado a partir de <https://revistas.utb.edu.ec/index.php/sr/article/view/786>

Lujan, E. (2023). Los certámenes de belleza y su influencia en la intención de compra del consumidor femenino en el sector moda. Trabajo de grado. Universidad ESAN. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/20.500.12640/3591>

Machado, O., Cabrera, A., & Magallanes, A. (2019). Plan de negocio para la creación de una microempresa dedicada a la confección y comercialización de prendas de vestir femeninas. Tesis de grado. Observatorio de la Economía Latinoamericana. Recuperado de: <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/06/microempresa-prendas-vestir.html>

Marroquín, F., Palacios, J., Sandoval, M. & Sierra, M. (2019). Consumo ecológico: estudio exploratorio sobre el comportamiento de mujeres en Colombia. *Revista Espacios Vol. 40* (Nº 24). Recuperado de: <http://hdl.handle.net/20.500.12010/8696>.

Ministerio de comercio, industria y turismo (2022, diciembre). Decreto 2568. Recuperado de: <https://www.mincit.gov.co/getattachment/1e9d8941-eb1a-49e1-b4b6-34d25bf5fef9/Decreto-2598-del-23-de-diciembre-de-2022.aspx>

Moreira, F., (2015). Patrones en diseño de vestidos de novia y su incidencia en el aprendizaje en los estudiantes de básica superior del Centro de Formación Artesanal Rosita Paredes Jumbo del Cantón Buena Fe. Tesis de grado. Universidad Técnica de Babahoyo. Recuperado de: <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/3068>

Mulett, S. (2021). Marketing digital y su impacto en el sector de consumo masivo de Bogotá, un análisis a las compañías de accesorios femeninos: Caso FXA. Trabajo de grado. Colegio de Estudios Superiores de Administración. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10726/4100>

Narváez, S. & Merchán, M. (2019). Experimentación con materiales y gráfica para bordado artesanal. Caso: Centro de Bordados de Cuenca. Tesis de grado. Universidad del Azuay. Recuperado de: <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/9232>

Ocampo, L. & Dulcey, V. (2021). Impacto de las estrategias de marketing de influenciadores en las categorías de belleza y cuidado personal en Bogotá, Cali y Medellín para mujeres de 20 a 50 años. Trabajo de grado. Colegio de Estudios Superiores de Administración. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10726/4340>

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Generación de modelos de negocio. Recuperado de: [Generacion_de_modelos_de_negocio\[1\].pdf](#)

Ortega, J., & Villamil, E. (2024). Evaluación de estrategias de marketing de acuerdo con los perfiles de comportamiento de compra de moda femenina en Bucaramanga y el área metropolitana. Trabajo de grado. Universidad Autónoma de Bucaramanga. Recuperado de: <https://repository.unab.edu.co/handle/20.500.12749/23556>

Pérez, E. (2006). Fortalecimiento de la actividad artesanal en el oficio del bordado en técnica y diseño para el municipio de Lebrija Santander: informe final. Recuperado de: <https://repositorio.artesanasdecolombia.com.co/handle/001/7371>

Pinos, M. & Zalamea, A. (2019). Análisis comparativo y morfológico de los bordados del Austro para su aplicación en una línea de gala. Tesis de grado. Universidad del Azuay. Recuperado de: <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/9145>

Presidencia de la republica (2011, noviembre). Decreto 4463. Recuperado de: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=44805>

Quevedo, S. (2017). Plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la fabricación, producción y comercialización de prendas de vestir para el Público joven de la Ciudad de Bogotá. Tesis de pregrado. Universidad Santo Tomás. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/11634/3151>

Ramos, L., & Gandur, M. (2022). Determinar la influencia de las estrategias digitales en Instagram en la decisión de compra a los emprendimientos de ropa femenina en Colombia. Trabajo de grado. Colegio de Estudios Superiores de Administración. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10726/4827>

Ríos, M. (2020). Sentido de la inspiración para el diseñador de moda colombiano en su proceso creativo. Actas de Diseño, Vol. 23, pp. 144-153. Recuperado de: <https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/actas/article/view/2336>

Rodríguez, J. (2019). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa que confeccioné y comercialicé vestidos de baño con telas inteligentes y acabados artesanales en Bogotá. Fundación Universidad de América. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/20.500.11839/7704>

Semper, G. (2020). Plan de negocios para la producción y exportación de prendas de vestir con diseños bordados a mano y bisutería ecuatoriana hacia el mercado francés. Tesis de

F-DC-125

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO,
MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO

VERSIÓN: 2.0

pregrado. Universidad de las Américas, Quito. Recuperado de:
<http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/13162>

Solís, S. & Farinango, E. (2022). Aplicación de la técnica del bordado de la comunidad Zuleta en prendas de indumentaria, para fortalecer y difundir la identidad del pueblo Karanqui. Tesis de grado. Universidad Técnica de Ambato. Recuperado de:
<https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/36069>

Trelles, M. & Mendez, J. (2019). Experimentación con materiales y tecnologías alternativas para el diseño de bases textiles para Demi Couture. Caso: Bordado de Zuleta. Tesis de grado. Universidad del Azuay. Recuperado de:
<http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/9138>

Zeas, S. & Bravo, R. (2016). Diseño de apliques artesanales con criterios de alta costura. Tesis de grado. Universidad del Azuay. Recuperado de:
<https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/6049>

10. APÉNDICES

10.1. Formato de entrevista

Tabla 6. Formato de entrevista

<p>UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER FACULTAD DE CIENCIAS SOCIO ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DE LA MODA</p> <p>TÍTULO DEL PROYECTO</p> <p>Estudiante/s:</p> <p>FORMATO DE ENTREVISTA ESTRUCTURADA</p> <p>Fecha:</p> <p>Nombre del entrevistado:</p> <p>Profesión:</p>
<p>Este formato tiene como finalidad recopilar la información por parte de los expertos o profesionales en el área de estudio que se está llevando a cabo con el proyecto de investigación/emprendimiento y de esta manera, concluir con la fase de resultados del tema planteado.</p>
<p>Pregunta 1:</p> <p>Respuesta:</p>
<p>Pregunta 2:</p> <p>Respuesta:</p>
<p>Pregunta 3:</p> <p>Respuesta:</p>
<p>Pregunta 4:</p> <p>Respuesta:</p>

Pregunta 5:
Respuesta:

10.2. Modelo de consentimiento informado

Tabla 7. Modelo de consentimiento informado

TÍTULO DEL PROYECTO
<p>Descripción</p> <p>Usted ha sido invitado a participar en una investigación sobre “TÍTULO”. Esta investigación es realizada por “AUTORES”, estudiantes de X semestre de la Profesional en Diseño de Modas de las Unidades Tecnológicas de Santander.</p> <p>Si acepta participar en esta investigación, se le solicitará que conteste las preguntas que serán realizadas mediante esta entrevista, su participación consistirá en responder una serie de preguntas de acuerdo con su experiencia y conocimiento en el tema a desarrollar.</p> <p>La participación en este estudio le tomará aproximadamente de 5 a 8 minutos.</p> <p>Confidencialidad</p> <p>La información o datos que pueda identificar al participante serán manejados confidencialmente. Nadie fuera del departamento de investigaciones o el programa en Gestión de la Moda, podrá tener acceso a los documentos recopilados.</p> <p>Solamente el departamento de investigaciones y el programa de Diseño de Modas tendrán acceso a los datos crudos o que puedan identificar directa o indirectamente a un participante, incluyendo esta hoja de consentimiento.</p> <p>Estos datos serán almacenados en medio digital como repositorio de consulta del departamento de investigaciones, el programa en Diseño de Modas y la biblioteca de las Unidades Tecnológicas de Santander.</p>

De esta manera, usted nos autoriza al registro de fotos, audios, videos que surjan de esta entrevista y la documentación del mismo en el informe escrito que será entregado al programa y el departamento de investigaciones.

Derechos

Su participación es completamente voluntaria y usted tiene derecho a abstenerse de participar o retirarse del estudio en cualquier momento. También tienen derecho a no contestar alguna pregunta en particular.

Su firma en este documento significa que ha decidido participar después de haber leído y discutido la información presentada en esta hoja de consentimiento.

Nombre _____ del _____ participante

Firma _____

Fecha _____

He discutido el contenido de esta hoja de consentimiento con el arriba firmante.

Le he explicado los riesgos y beneficios del estudio.

Nombre del investigador o persona designada:


Nombre del entrevistador _____

Firma _____

Fecha

10.3. Fichas técnicas

Figura 19. Ficha de geometral digital.

FICHA TÉCNICA DIBUJO GEOMETRAL			
UNIVERSO:		PRENDA:	
REFERENCIA:		TEJIDO:	
MERCADO:		TALLA:	
<input type="checkbox"/> DELANTER <input type="checkbox"/> POSTERIOR			
			
OBSERVACIONES:	Muestra Base Textil 1	Muestra Base Textil 2	Muestra Base Textil 3
ELABORÓ: _____		APROBÓ: <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO _____	

Fuente: UTS

Figura 20. Ficha de patronaje.

FICHA TÉCNICA PATRONAJE			
UNIVERSO:		PRENDA:	
REFERENCIA:		TEJIDO:	
MERCADO:		TALLA:	
NÚMERO DE PIEZAS:			



ELABORÓ: _____	APROBÓ: <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO _____
----------------	---



Fuente: UTS

Figura 21. Ficha de despiece.

FICHA TÉCNICA DESPIECE			
UNIVERSO:		PRENDA:	
REFERENCIA:		TEJIDO:	
MERCADO:		TALLA:	
NÚMERO DE PIEZAS:			



ELABORÓ: _____	APROBÓ: <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO _____
----------------	---



Fuente: UTS

Figura 22. Ficha de ruta operacional

FICHA TÉCNICA RUTA OPERACIONAL					
UNIVERSO:		PRENDA:			
REFERENCIA:		TEJIDO:			
MERCADO:		TALLA:			
NÚMERO DE PIEZAS:					
					
No.	SÍMBOLO	PROCESO	MAQUINA	TIEMPO EN MINUTOS	PRODUCCION POR HORA
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					
21					
22					
23					
24					
25					
26					
27					
28					
29					
30					
TOTAL TIEMPO DE CONFECCION				0	

ELABORÓ: _____ APROBÓ: SI NO _____



Fuente: UTS

Figura 23. Ficha de insumos.

FICHA TÉCNICA INSUMOS						
UNIVERSO:		PRENDA:				
REFERENCIA:		TEJIDO:				
MERCADO:		TALLA:				
NÚMERO DE PIEZAS:						

NÚMERO	DESCRIPCION DEL INSUMO	PROVEEDOR	COLOR	UNIDAD DE MEDIDA	CONSUMO	CANTIDAD
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						
18						
19						
20						
21						
22						
23						
24						
25						
26						
27						
28						
29						
30						

ELABORÓ: _____ APROBÓ: SI NO _____



Fuente: UTS

Figura 24. Ficha de base textil

FICHA TÉCNICA BASE TEXTIL O TEJIDO			
UNIVERSO:		PRENDA:	
REFERENCIA:			
MERCADO:			

Espacio para muestra de material	TIPO DE TEJIDO:		
	NOMBRE TÉCNICO:		
	NOMBRE COMERCIAL:		
	COMPOSICIÓN:		
	TEXTIL DE LÓNEA	TEXTIL DE TEMPORADA:	
	PROVEEDOR:		
	USOS Y APLICACIONES:		
DESCRIPCIÓN:			

Espacio para muestra de material	TIPO DE TEJIDO:		
	NOMBRE TÉCNICO:		
	NOMBRE COMERCIAL:		
	COMPOSICIÓN:		
	TEXTIL DE LÓNEA	TEXTIL DE TEMPORADA:	
	PROVEEDOR:		
	USOS Y APLICACIONES:		
DESCRIPCIÓN:			

ELABORÓ: _____	APROBÓ: <input type="checkbox"/> SÍ <input type="checkbox"/> NO _____
----------------	---



Fuente: UTS

Figura 25. Ficha de instrucción de lavado.

FICHA TÉCNICA INSTRUCCION DE LAVADO			
UNIVERSO:	FORMAL WEAR	PRENDA:	VESTIDO DE GALA
REFERENCIA:	T01	TEJIDO:	PLANO
MERCADO:	FEMENINO	TALLA:	M
NÚMERO DE PIEZAS:			
INSTRUCCION DE LAVADO			
SIMBOLOGIA DE LAVADO			
ABORÓ: <u>ANA VALENTINA CONDE CONDE</u> APROBÓ: <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO _____			



Fuente: UTS

Figura 26. Ficha de marquilla y etiqueta.

FICHA TÉCNICA DE MARQUILLA Y ETIQUETA			
UNIVERSO:	FORMAL WEAR	PRENDA:	VESTIDO DE GALA
REFERENCIA:	T01	TEJIDO:	PLANO
MERCADO:	FEMENINO	TALLA:	M
NÚMERO DE PIEZAS:			
MARQUILLA			
ETIQUETA			
ABORÓ: <u>ANA VALENTINA CONDE CONDE</u> APROBÓ: <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO _____			



Fuente: UTS

11. ANEXOS

11.1. Formatos de entrevistas

Tabla 8. Entrevista a Yajaira Pérez Ortega.

<p>UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER FACULTAD DE CIENCIAS SOCIO ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES TECNOLOGIA EN GESTION DE LA MODA</p> <p>PLAN DE NEGOCIO SOBRE VESTIDO DE GALA MULTIFUNCIONAL CON APLICACIONES MANUALES PARA EL MERCADO FEMENINO EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DEL 2025</p> <p>Estudiante: Ana Valentina Conde Conde</p> <p>FORMATO DE ENTREVISTA ESTRUCTURADA Fecha: 22/10/24 Nombre del entrevistado: Yajaira Pérez Ortega Profesión: Diseñadora de Modas</p>
<p>Este formato tiene como finalidad recopilar la información por parte de los expertos o profesionales en el área de estudio que se está llevando a cabo con el proyecto de investigación/emprendimiento y de esta manera, concluir con la fase de resultados del tema planteado.</p>
<p>Pregunta 1: ¿Qué espera el segmento femenino cuando se trata de prendas formales?</p> <p>Respuesta: La mayoría busca destacarse y diferenciarse de los demás, priorizando no solo la elegancia sino también la comodidad. Prefieren prendas no convencionales para hacer la experiencia más especial, como maxi faldas, blazers, vestidos de cóctel y pantalones palazzo, que son las más solicitadas.</p>
<p>Pregunta 2: ¿Cuáles son los riesgos más comunes al lanzar un diseño innovador?</p> <p>Respuesta: El principal riesgo siempre será no lograr la aceptación del público, pero también existen otros riesgos, como la dificultad para encontrar materias primas o el riesgo de que el mensaje promocional sea inadecuado o malinterpretado. Es fundamental ser cauteloso con lo que se ofrece y cómo se comunica.</p>
<p>Pregunta 3: ¿Cuáles son los colores o estampados preferidos por sus clientas cuando desean verse elegantes?</p> <p>Respuesta: Los colores más solicitados incluyen el verde esmeralda, diversas tonalidades de azul, con especial preferencia por el azul petróleo, negro y rojo, siendo el fucsia el menos frecuente. En cuanto a estampados, predominan el clásico bicolor, los motivos florales y los zócalos.</p>
<p>Pregunta 4: ¿De qué manera aseguras el equilibrio entre ser innovador y comercialmente atractivo?</p>

Respuesta: Conociendo los códigos de vestimenta más demandados, analizando tendencias y fusionando esto con mi estilo personal. El objetivo es evitar propuestas simples o demasiado exhibicionistas, buscando un equilibrio que haga que la clienta aprecie tanto la prenda que desee utilizarla en varias ocasiones.

Pregunta 5: ¿Cuáles son los elementos de diseño más favorables para prendas elegantes?

Respuesta: Los más destacados incluyen drapeados, trillados, volantes, faldas rotondas con aperturas, strapless, corsés, recamado con pedrería y si es un clima cálido, mangas cortas interesantes.

A modo de recomendación en textiles: velo botticelli, seda princesa, podesua, licra espejo y satín licrado.

Fuente: Propia

Tabla 9. Entrevista a Tiffany Brisette Ferreira Ávila

**UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIO ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
TECNOLOGIA EN GESTION DE LA MODA**

**PLAN DE NEGOCIO SOBRE VESTIDO DE GALA MULTIFUNCIONAL CON APLICACIONES
MANUALES PARA EL MERCADO FEMENINO EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA
DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DEL 2025**

Estudiante: Ana Valentina Conde Conde

FORMATO DE ENTREVISTA ESTRUCTURADA

Fecha: 27/10/24

Nombre del entrevistado: Tiffany Brisette Ferreira Ávila

Profesión: Profesional en diseño de Modas

Este formato tiene como finalidad recopilar la información por parte de los expertos o profesionales en el área de estudio que se está llevando a cabo con el proyecto de investigación/emprendimiento y de esta manera, concluir con la fase de resultados del tema planteado.

Pregunta 1: ¿Qué expectativas tendrías de una prenda multifuncional?

Respuesta: Que sea de buena calidad y acabados excepcionales, que permita la movilidad y en cualquiera de sus usos sea cómodo. Además, que tenga una estructura dirigida a la durabilidad y atemporalidad.

Pregunta 2: ¿Cuáles son los mejores textiles para vestidos de gala?

Respuesta: Aquellos que tengan una buena caída y un factor diferencial frente a una tela convencional, este factor se puede ver reflejado desde la calidad o la textura. Si no se tiene gran experiencia en confección, recomendaría tejidos planos, como la noche de Viena, crepe, sedas y podesua.

Pregunta 3: ¿Qué sistemas de ajustes (botones, cierres, etc.) recomendarías para realizar la multifuncionalidad de la prenda?

Respuesta: Optaría por broches o botones, ideales para conectar bordes curvos o formas orgánicas, ya que, si se llegaran a implementar cierres, estos podrían tender a torcerse o poseer dificultades en el deslizamiento del zipper. Para el caso de los botones, aconsejo que no sean en gran cantidad.

Pregunta 4: ¿Qué elementos estéticos consideras importantes en una línea de gala?

Respuesta: Ante todo, la pulcritud en los acabados de la prenda. Que no solamente sea estético visualmente, sino también, que sus costuras estén derechas, hilos y cierres al color de la tela, todo prolijo y con un buen planchado. También que el diseño sea interesante y, sobre todo, llamativo.

Pregunta 5: ¿Cuáles son los ajustes que se necesitan en el patronaje femenino, que aseguran una horma perfecta?

Respuesta: Como primera instancia, una cuidadosa toma de medidas que permita conocer la tabla de medidas más favorable y ajustar la prenda según su ocasión de uso. Tener especial atención en la adición de centímetros de costura, ubicación de cierres y el tendido y corte de las piezas.

Fuente: Propia

Tabla 10. Entrevista a Sonia Isabel Hernández Rueda

**UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIO ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
TECNOLOGIA EN GESTION DE LA MODA**

**PLAN DE NEGOCIO SOBRE VESTIDO DE GALA MULTIFUNCIONAL CON APLICACIONES
MANUALES PARA EL MERCADO FEMENINO EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA
DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DEL 2025**

Estudiante: Ana Valentina Conde Conde

FORMATO DE ENTREVISTA ESTRUCTURADA

Fecha: 23/10/24

Nombre del entrevistado: Sonia Isabel Hernández Rueda

Profesión: Administradora de empresas, Mg. en enseñanzas e-learning y nuevas tecnologías, Dra. en Investigación y Marketing y Docente programa en Diseño de Modas

Este formato tiene como finalidad recopilar la información por parte de los expertos o profesionales en el área de estudio que se está llevando a cabo con el proyecto de investigación/emprendimiento y de esta manera, concluir con la fase de resultados del tema planteado.

Pregunta 1: ¿Qué estrategias de marketing son más eficaces para fidelizar segmentos con un alto valor adquisitivo?

Respuesta: Este segmento busca diferenciación social y marcas de alto estatus. Su objetivo es destacar, por lo que las estrategias deben enfocarse en presentar el producto de manera exclusiva y colaborar con personas

reconocidas que refuercen esta idea. Las estrategias tradicionales también son efectivas, siempre que quede claro que no es un producto para todos.

Pregunta 2: ¿Cómo optimizar los recursos a la hora de comprar materias primas?

Respuesta: Dado que se trata de una prenda tan elaborada, la optimización debe planificarse desde la fase de diseño. Esto se debe a que se utilizan diversidad de telas especializadas y de alta calidad, además de otros insumos, que dificultan lograr grandes negociaciones con los proveedores debido al bajo volumen de ventas. Desde el inicio del proceso de bocetado, descartar propuestas que excedan el presupuesto establecido, para evitar pérdidas monetarias.

Pregunta 3: ¿Cuáles son las alertas tempranas cuando se es un emprendedor emergente?

Respuesta: Antes de ingresar al mercado, es crucial tener definidas las proyecciones de ventas, preferencias del consumidor y su capacidad adquisitiva. Las alertas tempranas surgen cuando los indicadores del plan de negocios no se cumplen; en ese caso, es necesario realizar evaluaciones periódicas para identificar fallos y, si es preciso, replantear. Durante los primeros meses, el enfoque no debe ser grandes ventas, sino obtener reconocimiento por parte de los consumidores, asegurando que los canales de comunicación si estén cumpliendo sus objetivos.

Pregunta 4: ¿Cuáles serían los mejores canales de distribución para vestidos de gala?

Respuesta: Si el vestido es sofisticado y exclusivo, el empaque debe reflejar lo mismo, con espacio adecuado para el vestido y un tamaño que destaque. Además, el transporte es muy importante, no es recomendable usar servicios de entrega tradicionales, sino optar por un domiciliario con vehículo propio que aporte a la experiencia “Premium”.

Pregunta 5: ¿Qué consideras importante en un plan de negocios cuando el valor agregado es la multifuncionalidad?

Respuesta: La multifuncionalidad debe planificarse cuidadosamente desde el diseño, para que este exigente segmento perciba que nunca ha visto o utilizado una prenda similar. Además, al tratarse de una prenda de gala, debe incorporar un alto nivel de perfeccionismo que la haga aún más deseable. Independientemente del tipo de negocio, es fundamental mantenerse firmes en la identidad propia y en lo que se solicita, evitando devaluar el trabajo y estableciendo precios fijos.

Fuente: Propia

11.2. Formatos de consentimiento informado

Tabla 11. Consentimiento de Yajaira Pérez Ortega

Plan de negocio sobre vestido de gala multifuncional con aplicaciones manuales para el mercado femenino en la ciudad de Bucaramanga durante el primer semestre del 2025

Descripción

Usted ha sido invitado a participar en una investigación sobre preferencias en la moda femenina. Esta investigación es realizada por Ana Valentina Conde Conde, estudiante de 6to semestre de la Tecnología en Gestión de Modas de las Unidades Tecnológicas de Santander.

Si acepta participar en esta investigación, se le solicitará que conteste las preguntas que serán realizadas mediante esta entrevista, su participación consistirá en responder una serie de preguntas de acuerdo con su experiencia y conocimiento en el tema a desarrollar.

La participación en este estudio le tomará aproximadamente de 5 a 8 minutos.

Confidencialidad

La información o datos que pueda identificar al participante serán manejados confidencialmente. Nadie fuera del departamento de investigaciones o el programa en Gestión de la Moda, podrá tener acceso a los documentos recopilados.

Solamente el departamento de investigaciones y el programa de Diseño de Modas tendrán acceso a los datos crudos o que puedan identificar directa o indirectamente a un participante, incluyendo esta hoja de consentimiento.

Estos datos serán almacenados en medio digital como repositorio de consulta del departamento de investigaciones, el programa en Diseño de Modas y la biblioteca de las Unidades Tecnológicas de Santander.

De esta manera, usted nos autoriza al registro de fotos, audios, videos que surjan de esta entrevista y la documentación del mismo en el informe escrito que será entregado al programa y el departamento de investigaciones.

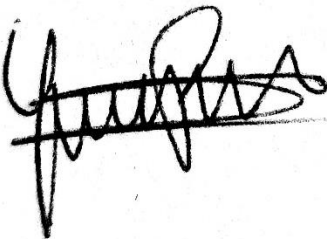
Derechos

Su participación es completamente voluntaria y usted tiene derecho a abstenerse de participar o retirarse del estudio en cualquier momento. También tienen derecho a no contestar alguna pregunta en particular.

Su firma en este documento significa que ha decidido participar después de haber leído y discutido la información presentada en esta hoja de consentimiento.

Nombre del participante _____ Yajaira Pérez Ortega _____

Firma




Fecha 22/10/2024

He discutido el contenido de esta hoja de consentimiento con el arriba firmante. Le he explicado los riegos y beneficios del estudio.

Nombre del investigador o persona designada:
Nombre del entrevistador Ana Valentina Conde Conde

Firma



Fecha 22/10-2024

Fuente: Propia

Tabla 12. Consentimiento de Tiffany Brisette Ferreira Ávila

Plan de negocio sobre vestido de gala multifuncional con aplicaciones manuales para el mercado femenino en la ciudad de Bucaramanga durante el primer semestre del 2025

Descripción

Usted ha sido invitado a participar en una investigación sobre patronaje y confección. Esta investigación es realizada por Ana Valentina Conde Conde, estudiante de 6to semestre de la Tecnología en Gestión de la Moda de las Unidades Tecnológicas de Santander.

Si acepta participar en esta investigación, se le solicitará que conteste las preguntas que serán realizadas mediante esta entrevista, su participación consistirá en responder una serie de preguntas de acuerdo con su experiencia y conocimiento en el tema a desarrollar.

La participación en este estudio le tomará aproximadamente de 5 a 8 minutos.

Confidencialidad

La información o datos que pueda identificar al participante serán manejados confidencialmente. Nadie fuera del departamento de investigaciones o el programa en Gestión de la Moda, podrá tener acceso a los documentos recopilados. Solamente el departamento de investigaciones y el programa de Diseño de Modas tendrán acceso a los datos crudos o que puedan identificar directa o indirectamente a un participante, incluyendo esta hoja de consentimiento.

Estos datos serán almacenados en medio digital como repositorio de consulta del departamento de investigaciones, el programa en Diseño de Modas y la biblioteca de las Unidades Tecnológicas de Santander.

De esta manera, usted nos autoriza al registro de fotos, audios, videos que surjan de esta entrevista y la documentación del mismo en el informe escrito que será entregado al programa y el departamento de investigaciones.

Derechos

Su participación es completamente voluntaria y usted tiene derecho a abstenerse de participar o retirarse del estudio en cualquier momento. También tienen derecho a no contestar alguna pregunta en particular.

Su firma en este documento significa que ha decidido participar después de haber leído y discutido la información presentada en esta hoja de consentimiento.

Nombre del participante _____ Tiffany Brisette Ferreira Ávila _____

Firma



_____ Fecha 27/10/2024 _____

He discutido el contenido de esta hoja de consentimiento con el arriba firmante. Le he explicado los riegos y beneficios del estudio.

Nombre del investigador o persona designada:

Nombre del entrevistador Ana Valentina Conde Conde _____

Firma



Fecha 27/10-2024

Fuente: Propia

Tabla 13. Consentimiento de Sonia Isabel Hernández Rueda

Plan de negocio sobre vestido de gala multifuncional con aplicaciones manuales para el mercado femenino en la ciudad de Bucaramanga durante el primer semestre del 2025

Descripción

Usted ha sido invitado a participar en una investigación sobre planes de negocios y marketing digital. Esta investigación es realizada por Ana Valentina Conde Conde, estudiante de 6to semestre de la Tecnología en Gestión de la Moda de las Unidades Tecnológicas de Santander.

Si acepta participar en esta investigación, se le solicitará que conteste las preguntas que serán realizadas mediante esta entrevista, su participación consistirá en responder una serie de preguntas de acuerdo con su experiencia y conocimiento en el tema a desarrollar.

La participación en este estudio le tomará aproximadamente de 5 a 8 minutos.

Confidencialidad

La información o datos que pueda identificar al participante serán manejados confidencialmente. Nadie fuera del departamento de investigaciones o el programa en Gestión de la Moda, podrá tener acceso a los documentos recopilados.

Solamente el departamento de investigaciones y el programa de Diseño de Modas tendrán acceso a los datos crudos o que puedan identificar directa o indirectamente a un participante, incluyendo esta hoja de consentimiento.

Estos datos serán almacenados en medio digital como repositorio de consulta del departamento de investigaciones, el programa en Diseño de Modas y la biblioteca de las Unidades Tecnológicas de Santander.

De esta manera, usted nos autoriza al registro de fotos, audios, videos que surjan de esta entrevista y la documentación del mismo en el informe escrito que será entregado al programa y el departamento de investigaciones.

Derechos

Su participación es completamente voluntaria y usted tiene derecho a abstenerse de participar o retirarse del estudio en cualquier momento. También tienen derecho a no contestar alguna pregunta en particular.

Su firma en este documento significa que ha decidido participar después de haber leído y discutido la información presentada en esta hoja de consentimiento.

Nombre del participante _____ Sonia Isabel Hernández Rueda _____

Firma



Fecha _____ 22/10/2024 _____

He discutido el contenido de esta hoja de consentimiento con el arriba firmante. Le he explicado los riegos y beneficios del estudio.

Nombre del investigador o persona designada:

Nombre del entrevistador _____ Ana Valentina Conde Conde _____

Firma



Fecha _____ 22/10-2024 _____

Fuente: Propia

11.3. Fichas técnicas desarrolladas

Figura 27. Geometral Top.

FICHA TÉCNICA DIBUJO GEOMETRAL			
UNIVERSO:	FORMAL WEAR	PRENDA:	TOP SUPERIOR
REFERENCIA:	T01	TEJIDO:	PLANO
MERCADO:	FEMENINO	TALLA:	M

DELANTER POSTERIOR

OBSERVACIONES:
Top con piezas delanteras de delicados pliegues y aplicaciones manuales de muranos, lentejuelas y mostacillas. En su parte posterior, broches forrados al color de la tela y unos volantes alrededor de la cintura.

Muestra Base Textil 3
 REDA PRINCESA ORGANZA

ELABORÓ: ANA VALENTINA CONDE CONDE APROBÓ: SI NO

Fuente: Propia

Figura 28. Geometral falda.

FICHA TÉCNICA DIBUJO GEOMETRAL			
UNIVERSO:	FORMAL WEAR	PRENDA:	FALDA LARGA
REFERENCIA:	F01	TEJIDO:	PLANO
MERCADO:	FEMENINO	TALLA:	M

DELANTER POSTERIOR

OBSERVACIONES:
Falda larga con volates e aplicaciones manuales de muranos, lentejuelas y mostacillas. Es doble faz y se cierra a través de un cierre invisible.

SEDA PRINCESA ORGANZA Muestra Base Textil 3

ELABORÓ: ANA VALENTINA CONDE CONDE APROBÓ: SI NO

Fuente: Propia

Figura 29. Geometral enterizo.

FICHA TÉCNICA DIBUJO GEOMETRAL			
UNIVERSO:	FORMAL WEAR	PRENDA:	ENTERIZO
REFERENCIA:	F02	TEJIDO:	PLANO
MERCADO:	FEMENINO	TALLA:	M

DELANTER POSTERIOR

Aplicaciones manuales

HD190
DIBLAJILLO SANDWICH

C103
COSTANA LARBA

OBSERVACIONES:

Enterizo de falda corta con un cuello cubierto de aplicaciones manuales de muranos, lentejuelas y mostacillas.

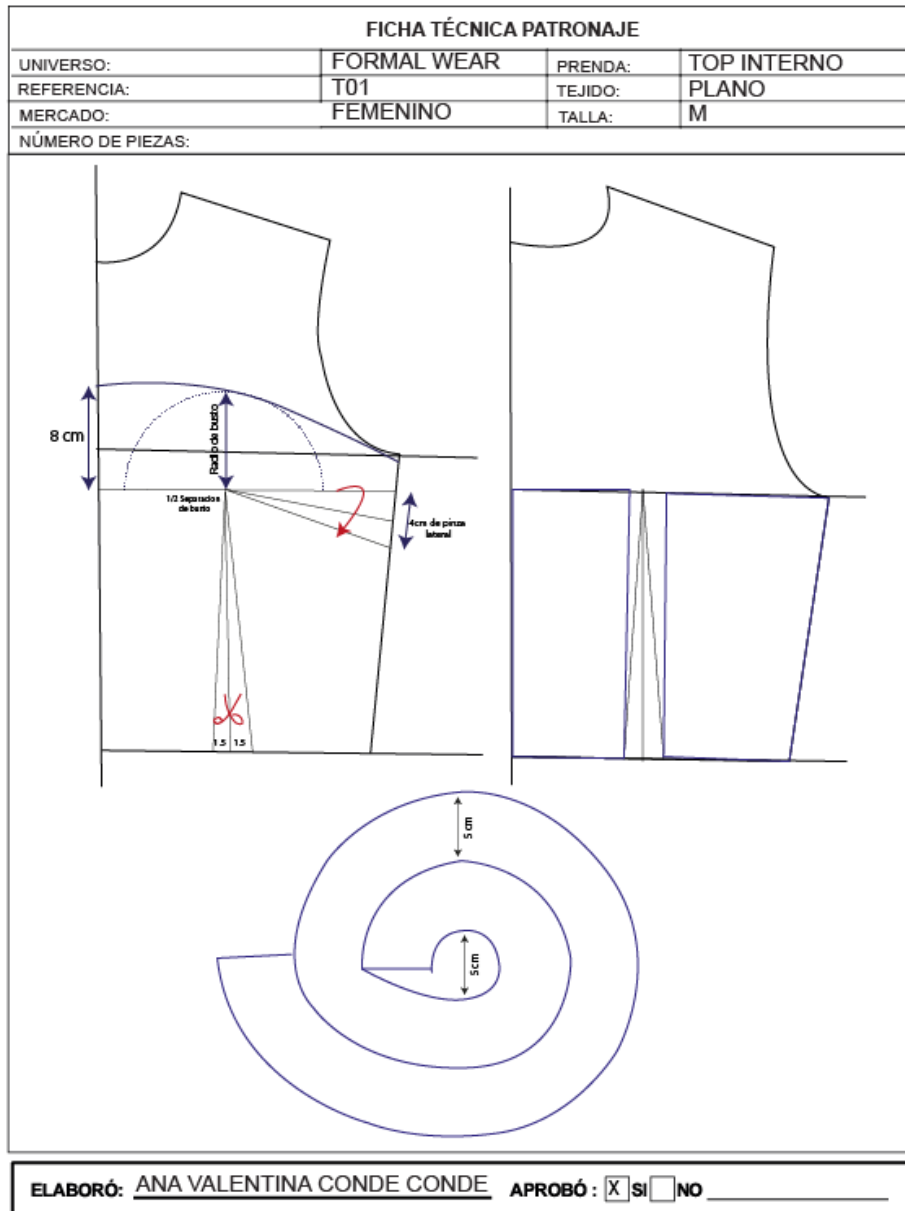
Muestra Base Textil 3

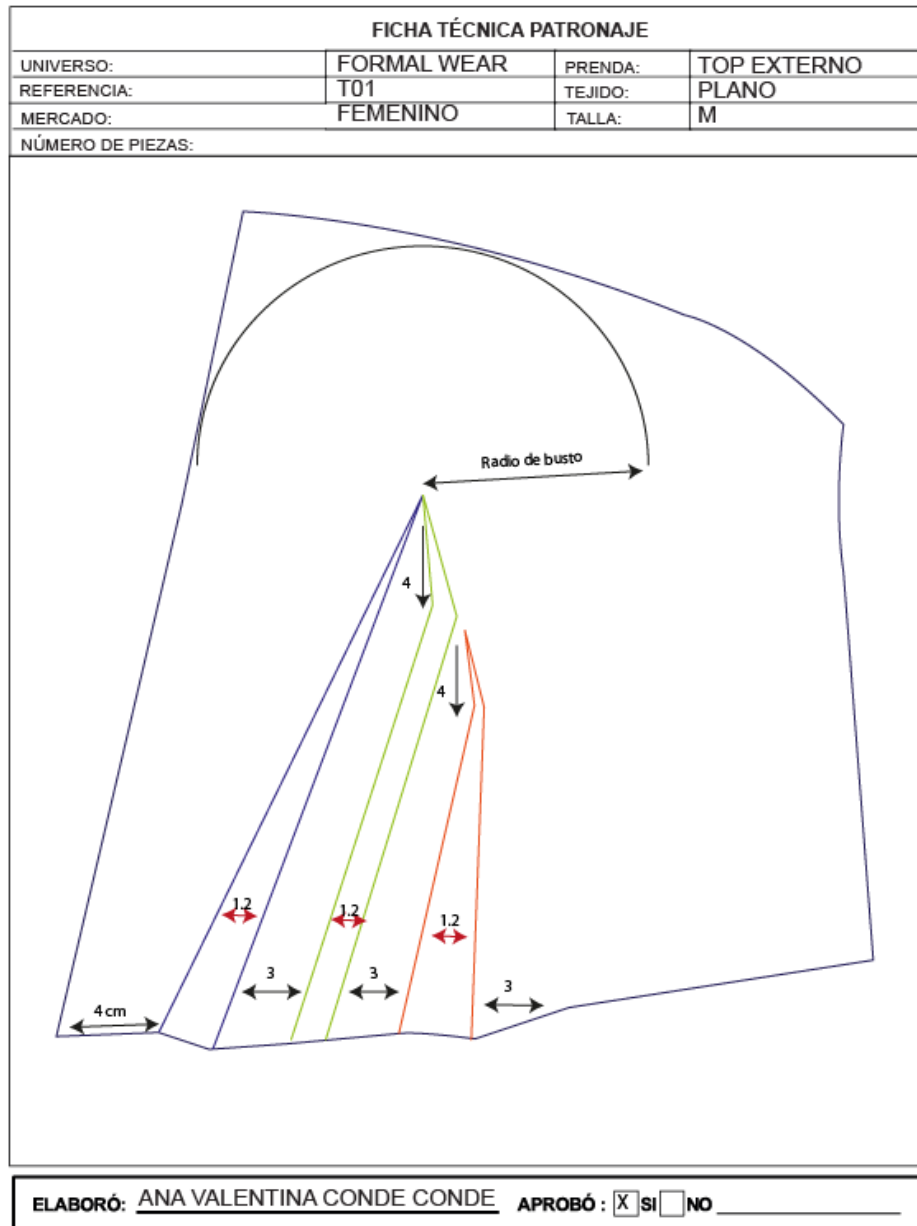
SEDA PRINCESA ORGANZA

ELABORÓ: ANA VALENTINA CONDE CONDE APROBÓ: SI NO

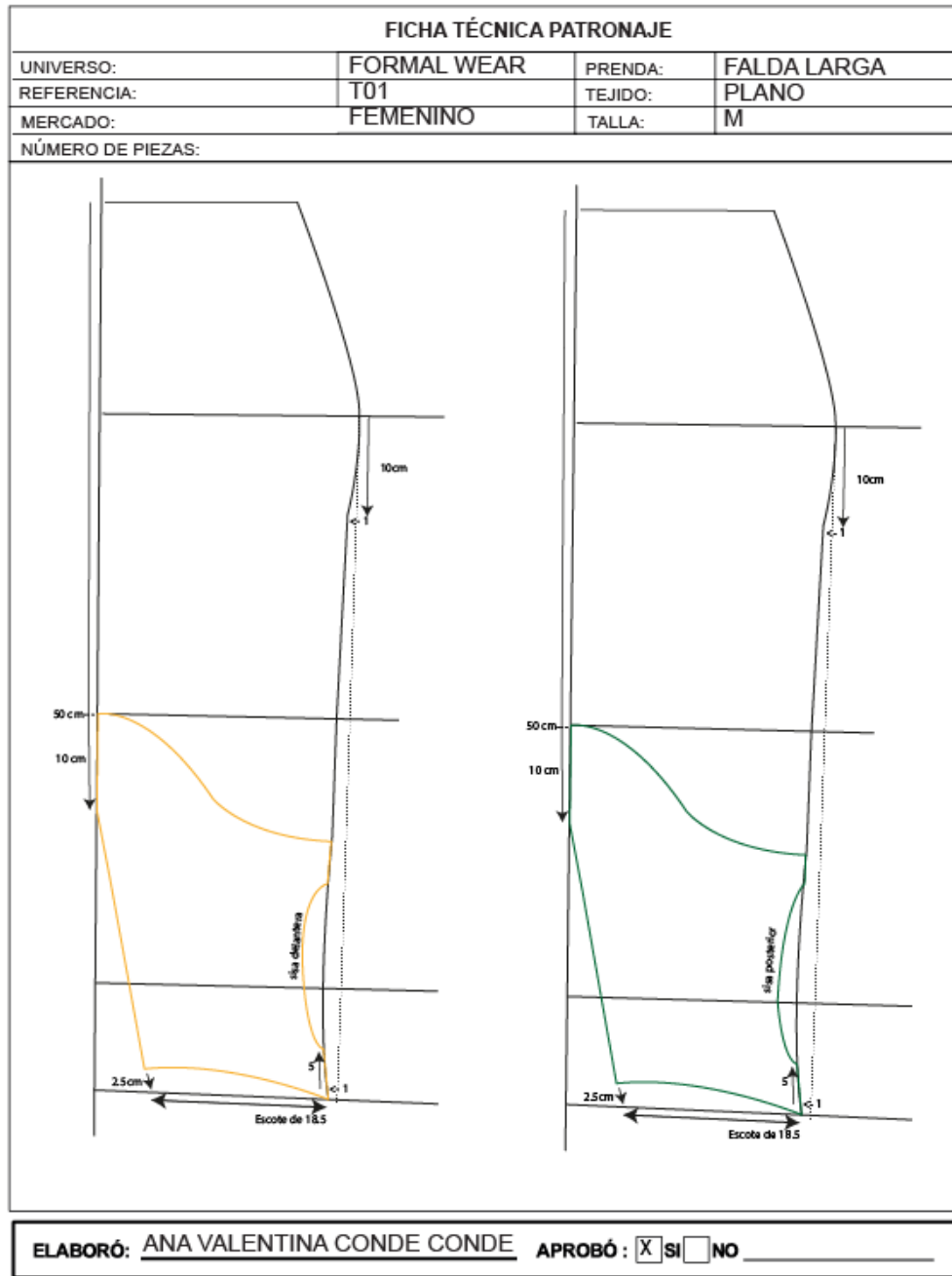
Fuente: Propia

Figura 30. Fichas técnicas desarrollados.





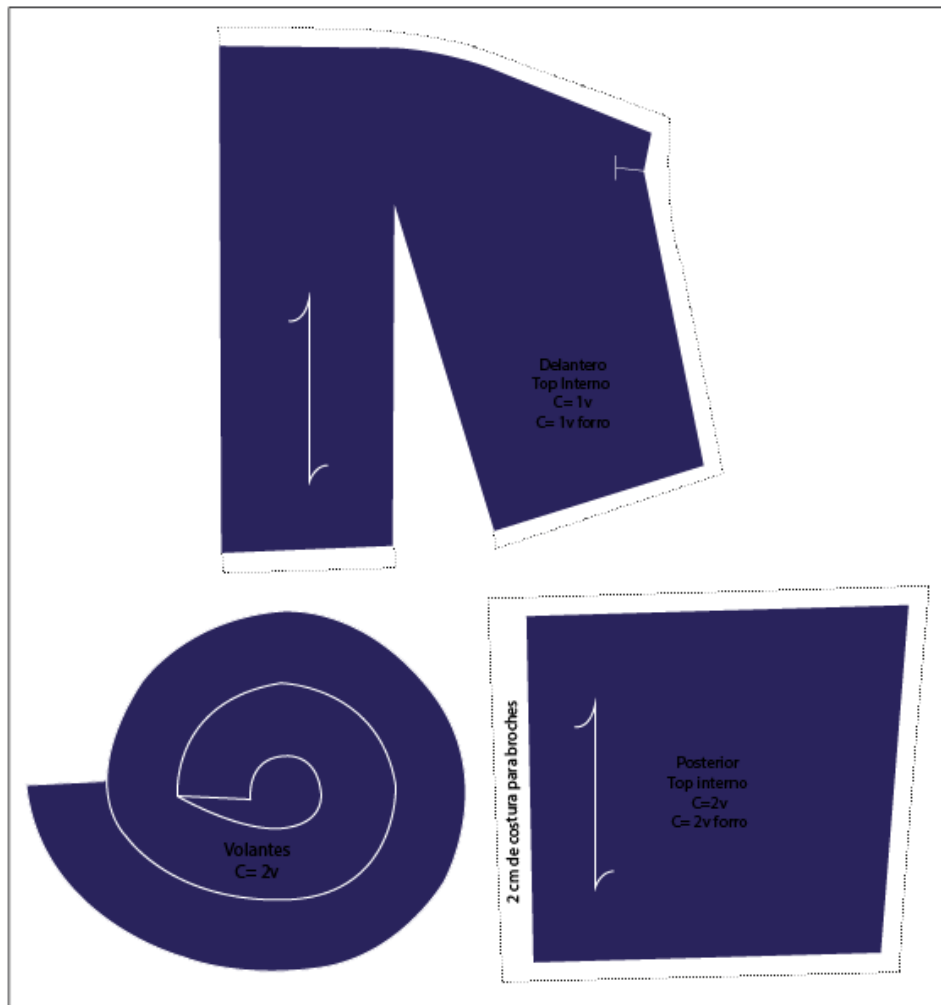
FICHA TÉCNICA PATRONAJE			
UNIVERSO:	FORMAL WEAR	PRENDA:	FALDA CORTA
REFERENCIA:	T01	TEJIDO:	PLANO
MERCADO:	FEMENINO	TALLA:	M
NÚMERO DE PIEZAS:			
Delantero y posterior falda basica corta			
ELABORÓ: <u>ANA VALENTINA CONDE CONDE</u> APROBÓ : <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO _____			



FICHA TÉCNICA PATRONAJE			
UNIVERSO:	FORMAL WEAR	PRENDA:	FALDA LARGA
REFERENCIA:	T01	TEJIDO:	PLANO
MERCADO:	FEMENINO	TALLA:	M
NÚMERO DE PIEZAS:			

ELABORÓ: ANA VALENTINA CONDE CONDE	APROBÓ: <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO _____
------------------------------------	--

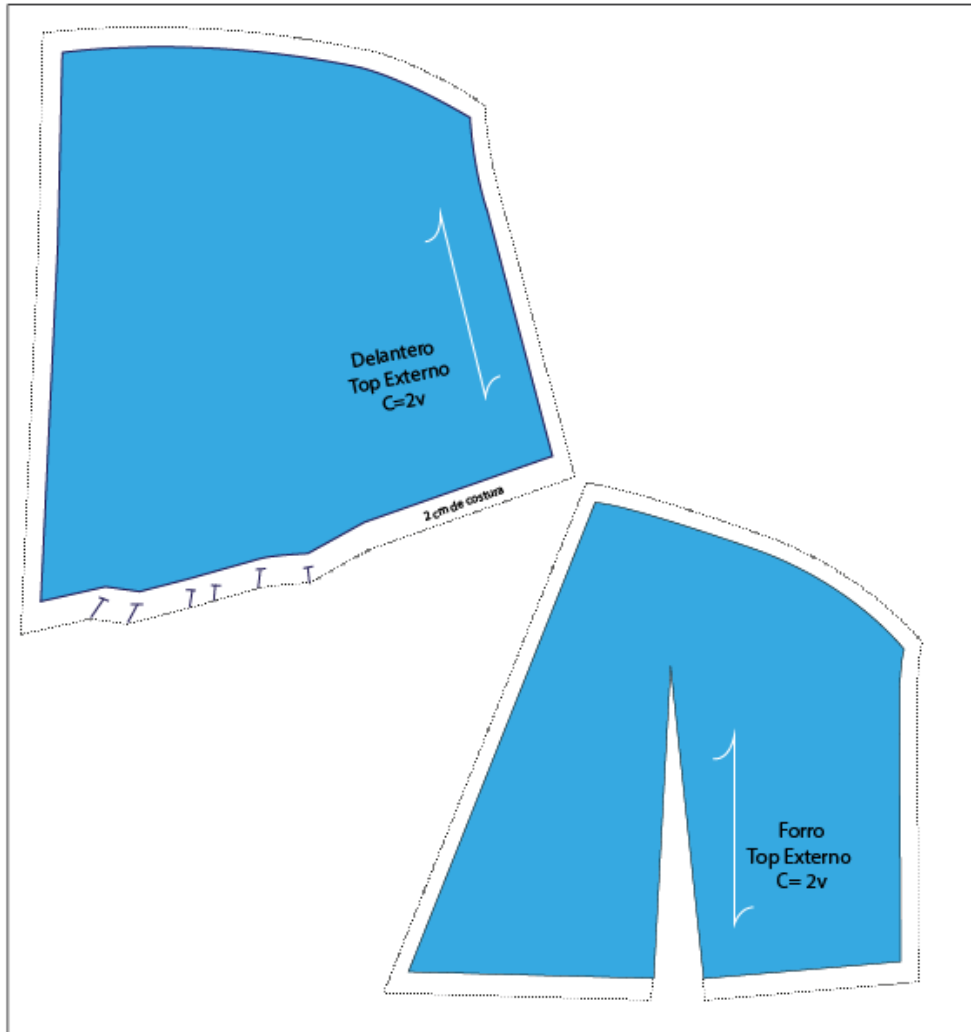
FICHA TÉCNICA DESPIECE			
UNIVERSO:	FORMAL WEAR	PRENDA:	TOP INTERNO
REFERENCIA:	T01	TEJIDO:	PLANO
MERCADO:	FEMENINO	TALLA:	M
NÚMERO DE PIEZAS:			



ELABORÓ: ANA VALENTINA CONDE CONDE APROBÓ: SI NO



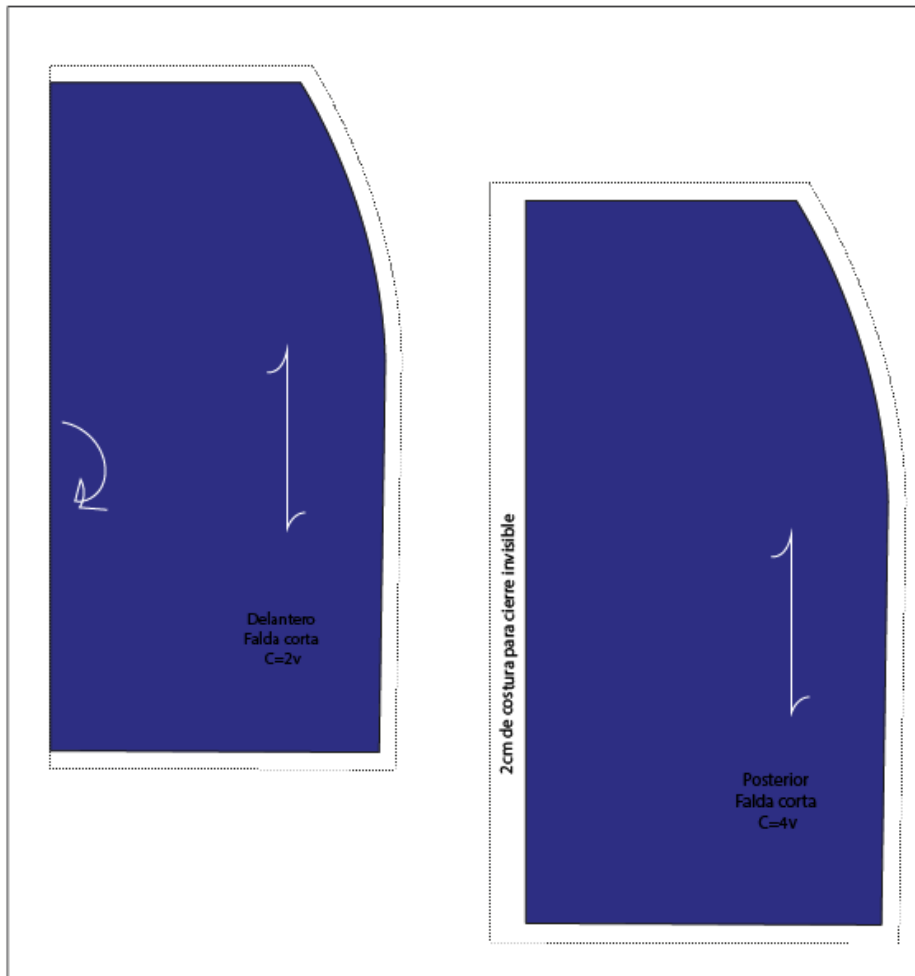
FICHA TÉCNICA DESPIECE			
UNIVERSO:	FORMAL WEAR	PRENDA:	TOP INTERNO
REFERENCIA:	T01	TEJIDO:	PLANO
MERCADO:	FEMENINO	TALLA:	M
NÚMERO DE PIEZAS:			



ELABORÓ: ANA VALENTINA CONDE CONDE APROBÓ: SI NO

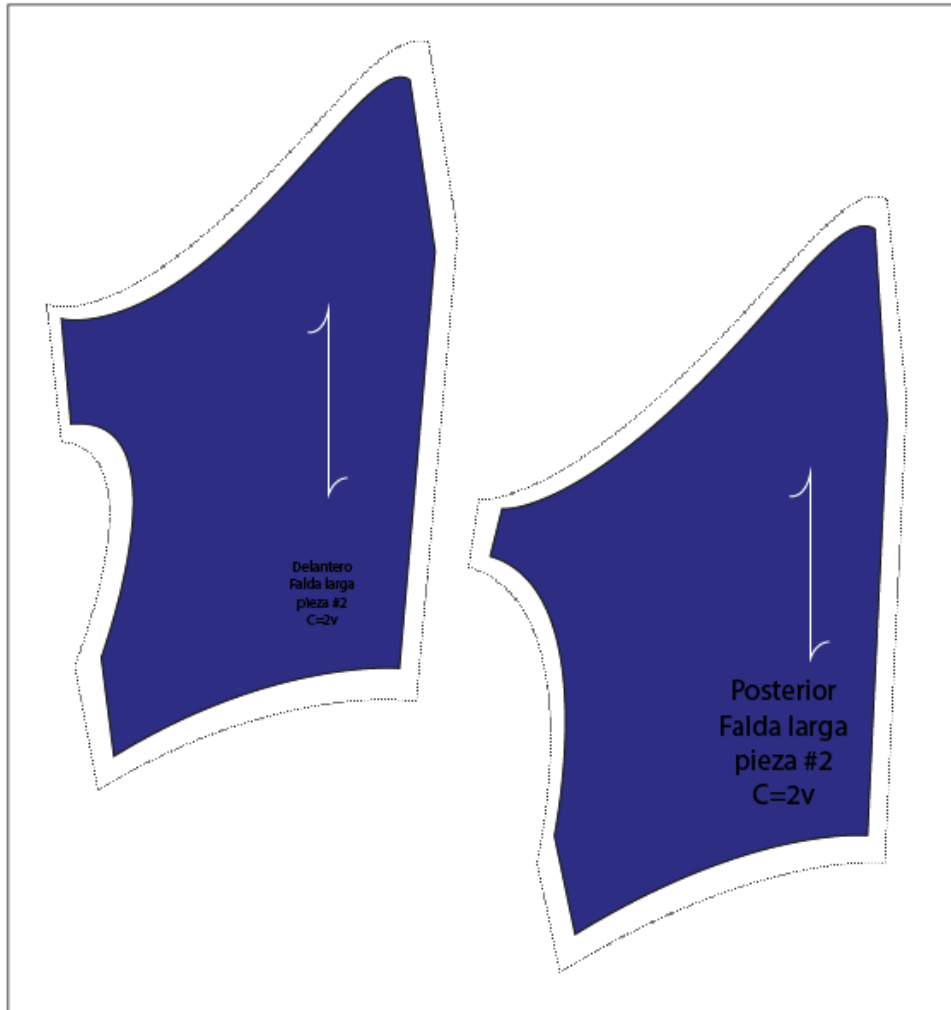


FICHA TÉCNICA DESPIECE			
UNIVERSO:	FORMAL WEAR	PRENDA:	FALDA CORTA
REFERENCIA:	T01	TEJIDO:	PLANO
MERCADO:	FEMENINO	TALLA:	M
NÚMERO DE PIEZAS:			



ELABORÓ: ANA VALENTINA CONDE CONDE APROBÓ: SI NO

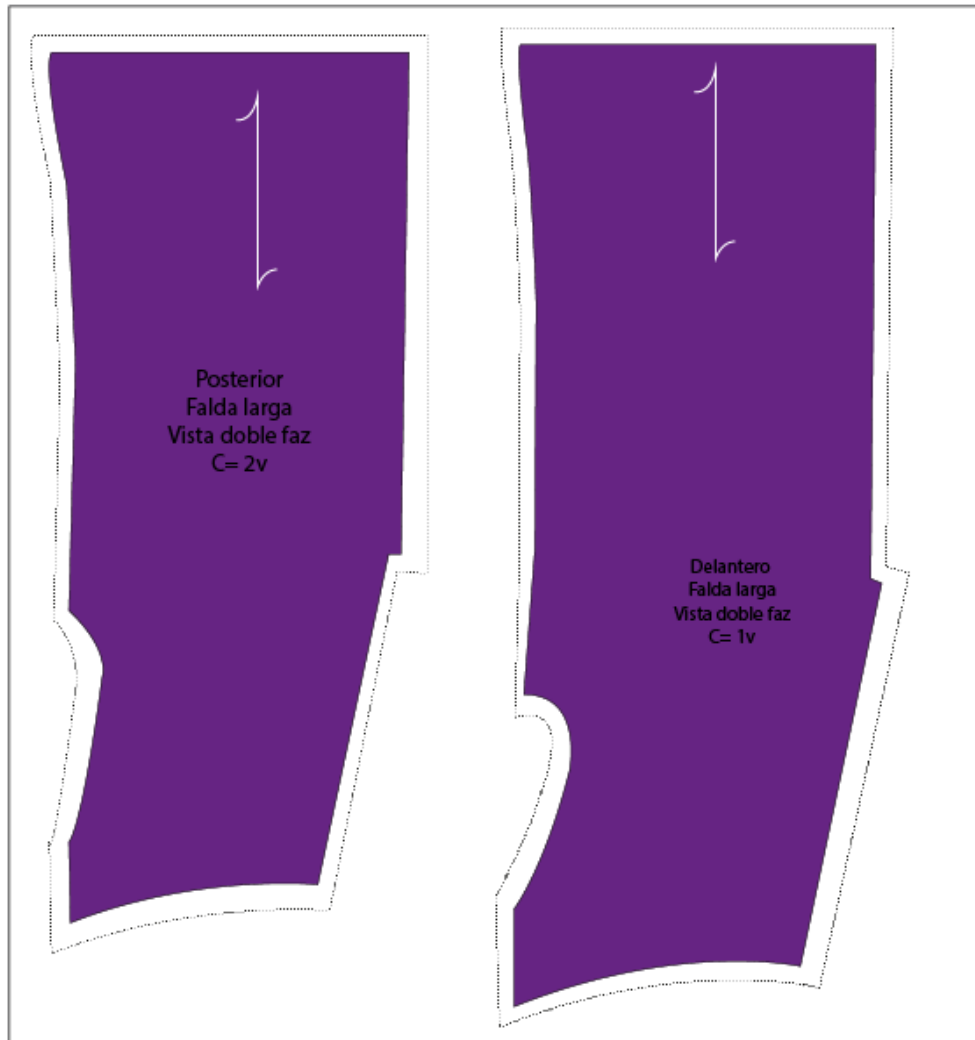
FICHA TÉCNICA DESPIECE			
UNIVERSO:	FORMAL WEAR	PRENDA:	FALDA LARGA
REFERENCIA:	T01	TEJIDO:	PLANO
MERCADO:	FEMENINO	TALLA:	M
NÚMERO DE PIEZAS:			



ELABORÓ: ANA VALENTINA CONDE CONDE APROBÓ: SI NO

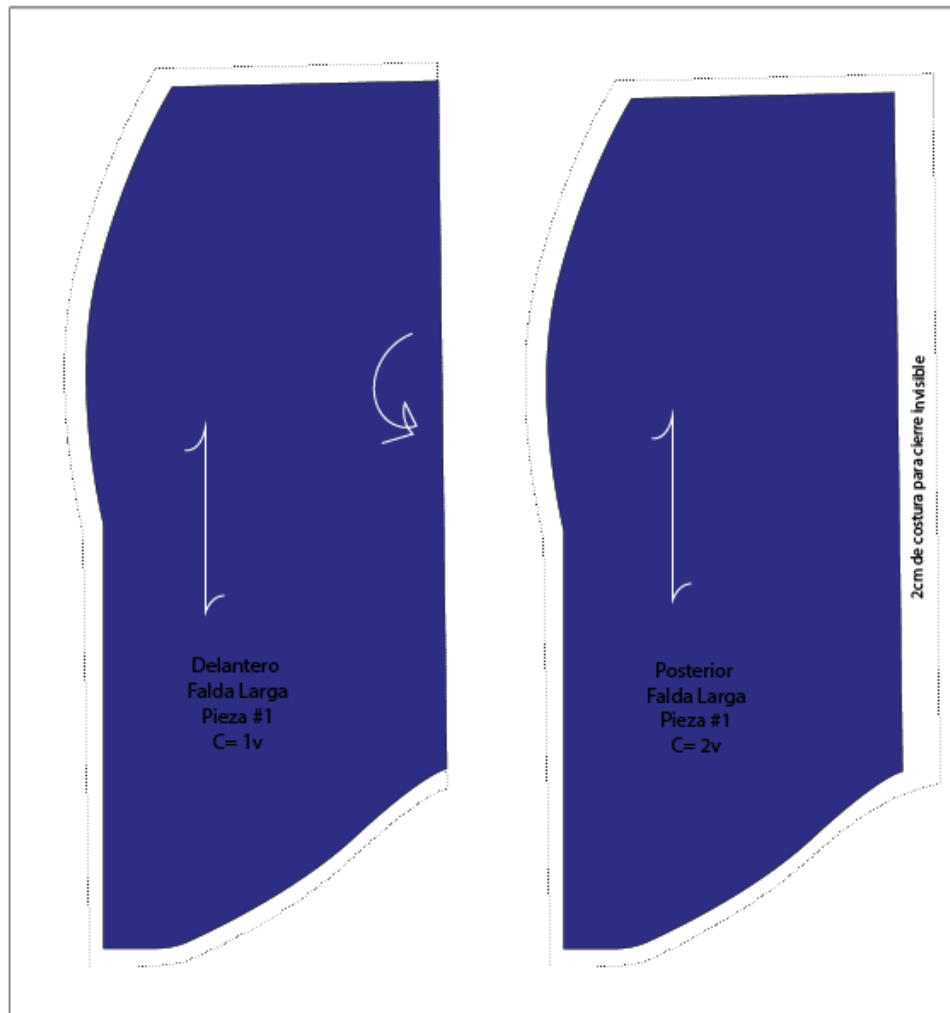


FICHA TÉCNICA DESPIECE			
UNIVERSO:	FORMAL WEAR	PRENDA:	FALDA LARGA
REFERENCIA:	T01	TEJIDO:	PLANO
MERCADO:	FEMENINO	TALLA:	M
NÚMERO DE PIEZAS:			



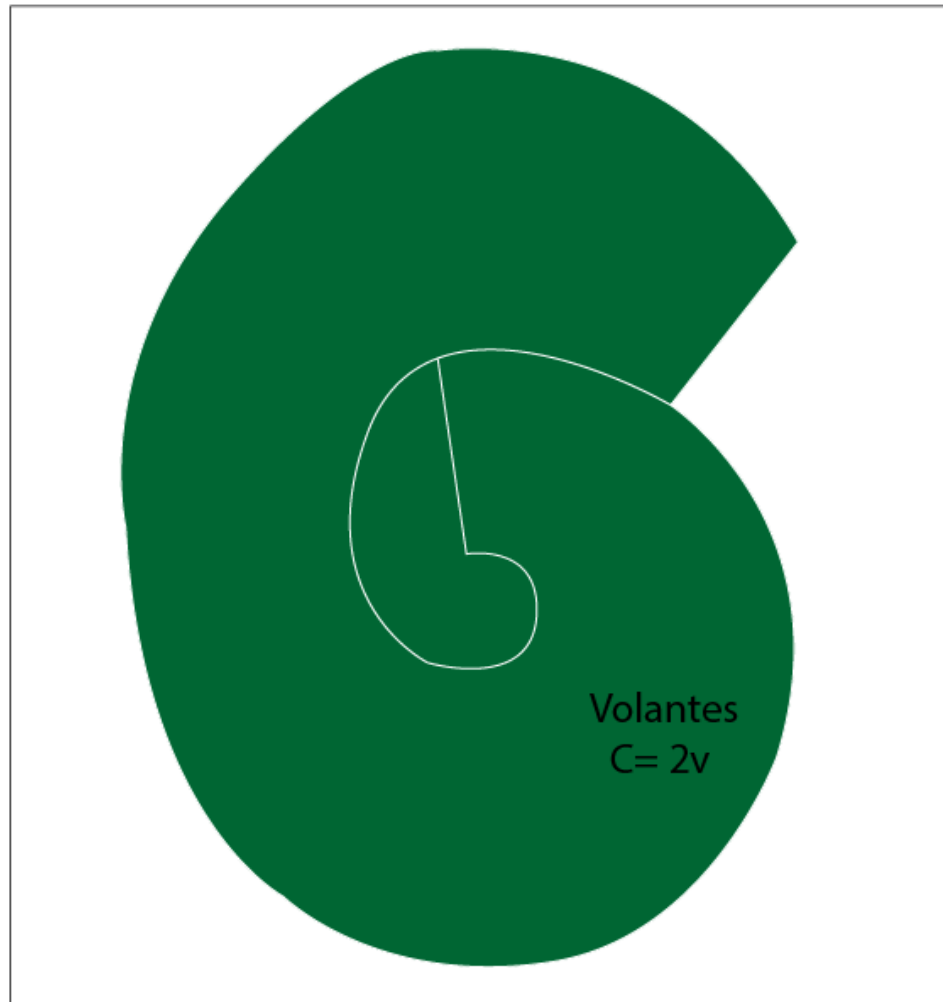
ELABORÓ: ANA VALENTINA CONDE CONDE APROBÓ: SI NO

FICHA TÉCNICA DESPIECE			
UNIVERSO:	FORMAL WEAR	PRENDA:	FALDA LARGA
REFERENCIA:	T01	TEJIDO:	PLANO
MERCADO:	FEMENINO	TALLA:	M
NÚMERO DE PIEZAS:			



ELABORÓ: ANA VALENTINA CONDE CONDE APROBÓ: SI NO

FICHA TÉCNICA DESPIECE			
UNIVERSO:	FORMAL WEAR	PRENDA:	VOLANTES
REFERENCIA:	T01	TEJIDO:	PLANO
MERCADO:	FEMENINO	TALLA:	M
NÚMERO DE PIEZAS:			




ELABORÓ: ANA VALENTINA CONDE CONDE APROBÓ : SI NO

Fuente propia

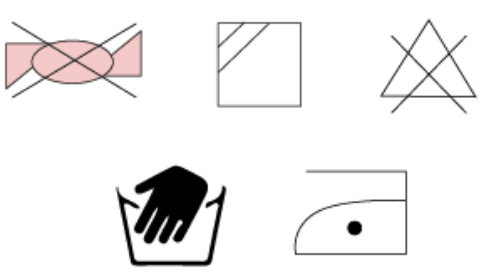
Figura 31. Ficha base textil.

FICHA TÉCNICA BASE TEXTIL O TEJIDO			
UNIVERSO:	FORMAL WEAR	PRENDA:	VESTIDO DE GALA
REFERENCIA:	T01		
MERCADO:	FEMENINO		

	TIPO DE TEJIDO:	Plano
	NOMBRE TÉCNICO:	Seda princesa
	NOMBRE COMERCIAL:	Seda princesa
	COMPOSICIÓN:	POL. 97% – SPANDEX 3%
	TEXTIL DE LÓNEA	TEXTIL DE TEMPORADA:
	PROVEEDOR:	Lalatec distribuidora
	USOS Y APLICACIONES:	Vestidos, blusas, enterizos, kimonos y camisas.
	DESCRIPCIÓN:	La Seda Princesa es una tela de seda de acabado brillante y textura extremadamente suave. Su caída fluida y elegancia natural hacen de esta seda una opción ideal para eventos especiales y ocasiones formales, aportando un toque de lujo y distinción.

	TIPO DE TEJIDO:	Plano
	NOMBRE TÉCNICO:	Organza
	NOMBRE COMERCIAL:	Organza
	COMPOSICIÓN:	100% Poliéster
	TEXTIL DE LÓNEA	TEXTIL DE TEMPORADA:
	PROVEEDOR:	Eurotex
	USOS Y APLICACIONES:	Diseñar vestidos vaporosos y sofisticados para ocasiones especiales. Diseñar accesorios de moda como bufandas o chalecos, con un toque etéreo y elegante. Elaborar trajes de danza con gran fluidez y movimiento.
	DESCRIPCIÓN:	La tela Organza es un textil brillante y transparente, ideal para crear efectos delicados y sofisticados. Es rígida pero liviana, lo que la convierte en una excelente opción para proyectos que requieren estructura sin perder ligereza.

ELABORÓ: ANA VALENTINA CONDE CONDE APROBÓ: SI NO

FICHA TÉCNICA INSTRUCCION DE LAVADO			
UNIVERSO:	FORMAL WEAR	PRENDA:	VESTIDO DE GALA
REFERENCIA:	T01	TEJIDO:	PLANO
MERCADO:	FEMENINO	TALLA:	M
NÚMERO DE PIEZAS:			
INSTRUCCION DE LAVADO			
<p>No retorcer</p> <p>Secar a la sombra</p> <p>No usar lejía o blanqueadores</p> <p>Lavar a mano</p> <p>Planchar a baja temperatura</p> <p>100% Poliéster</p>			
SIMBOLOGIA DE LAVADO			
			
ABORÓ: <u>ANA VALENTINA CONDE CONDE</u> APROBÓ: <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO _____			




FICHA TÉCNICA DE MARQUILLA Y ETIQUETA						
UNIVERSO:	FORMAL WEAR	PRENDA:	VESTIDO DE GALA			
REFERENCIA:	T01	TEJIDO:	PLANO			
MERCADO:	FEMENINO	TALLA:	M			
NÚMERO DE PIEZAS:						
MARQUILLA						
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%; text-align: center; vertical-align: middle;"> <p>FABRICADO POR: ANA VALENTINA CONDE CONDE</p> <p>HECHO EN COLOMBIA</p> </td> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> No retorcer <input type="checkbox"/> Secar a la sombra <input checked="" type="checkbox"/> No usar lejía o blanqueadores <input checked="" type="checkbox"/> Lavar a mano <input type="checkbox"/> Planchar a baja temperatura </td> </tr> </table>				<p>FABRICADO POR: ANA VALENTINA CONDE CONDE</p> <p>HECHO EN COLOMBIA</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> No retorcer <input type="checkbox"/> Secar a la sombra <input checked="" type="checkbox"/> No usar lejía o blanqueadores <input checked="" type="checkbox"/> Lavar a mano <input type="checkbox"/> Planchar a baja temperatura 	
<p>FABRICADO POR: ANA VALENTINA CONDE CONDE</p> <p>HECHO EN COLOMBIA</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> No retorcer <input type="checkbox"/> Secar a la sombra <input checked="" type="checkbox"/> No usar lejía o blanqueadores <input checked="" type="checkbox"/> Lavar a mano <input type="checkbox"/> Planchar a baja temperatura 					
ETIQUETA						
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 33%; text-align: center; vertical-align: middle;">  </td> <td style="width: 33%; text-align: center; vertical-align: middle;"> <p>TOP</p> <p>INSTRUCCIONES DE LAVADO</p> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> No retorcer <input type="checkbox"/> Secar a la sombra <input checked="" type="checkbox"/> No usar lejía o blanqueadores <input checked="" type="checkbox"/> Lavar a mano <input type="checkbox"/> Planchar a baja temperatura <p>FABRICADO POR: ANA VALENTINA CONDE CONDE</p> <p>HECHO EN COLOMBIA</p> </td> <td style="width: 33%; text-align: center; vertical-align: middle;"> <p>FALDA / ENTERIZO</p> <p>INSTRUCCIONES DE LAVADO</p> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> No retorcer <input type="checkbox"/> Secar a la sombra <input checked="" type="checkbox"/> No usar lejía o blanqueadores <input checked="" type="checkbox"/> Lavar a mano <input type="checkbox"/> Planchar a baja temperatura <p>FABRICADO POR: ANA VALENTINA CONDE CONDE</p> <p>HECHO EN COLOMBIA</p> </td> </tr> </table>					<p>TOP</p> <p>INSTRUCCIONES DE LAVADO</p> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> No retorcer <input type="checkbox"/> Secar a la sombra <input checked="" type="checkbox"/> No usar lejía o blanqueadores <input checked="" type="checkbox"/> Lavar a mano <input type="checkbox"/> Planchar a baja temperatura <p>FABRICADO POR: ANA VALENTINA CONDE CONDE</p> <p>HECHO EN COLOMBIA</p>	<p>FALDA / ENTERIZO</p> <p>INSTRUCCIONES DE LAVADO</p> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> No retorcer <input type="checkbox"/> Secar a la sombra <input checked="" type="checkbox"/> No usar lejía o blanqueadores <input checked="" type="checkbox"/> Lavar a mano <input type="checkbox"/> Planchar a baja temperatura <p>FABRICADO POR: ANA VALENTINA CONDE CONDE</p> <p>HECHO EN COLOMBIA</p>
	<p>TOP</p> <p>INSTRUCCIONES DE LAVADO</p> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> No retorcer <input type="checkbox"/> Secar a la sombra <input checked="" type="checkbox"/> No usar lejía o blanqueadores <input checked="" type="checkbox"/> Lavar a mano <input type="checkbox"/> Planchar a baja temperatura <p>FABRICADO POR: ANA VALENTINA CONDE CONDE</p> <p>HECHO EN COLOMBIA</p>	<p>FALDA / ENTERIZO</p> <p>INSTRUCCIONES DE LAVADO</p> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> No retorcer <input type="checkbox"/> Secar a la sombra <input checked="" type="checkbox"/> No usar lejía o blanqueadores <input checked="" type="checkbox"/> Lavar a mano <input type="checkbox"/> Planchar a baja temperatura <p>FABRICADO POR: ANA VALENTINA CONDE CONDE</p> <p>HECHO EN COLOMBIA</p>				
<p>ABORÓ: <u>ANA VALENTINA CONDE CONDE</u> APROBÓ: <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO</p>						



Figura 32. Ficha insumos.

FICHA TÉCNICA INSUMOS						
UNIVERSO:	FORMAL WEAR	PRENDA:	VESTIDO DE GALA			
REFERENCIA:	T01	TEJIDO:	PLANO			
MERCADO:	FEMENINO	TALLA:	M			
NÚMERO DE PIEZAS:						
	DESCRIPCION DEL INSUMO	PROVEEDOR	COLOR	UNIDAD DE MEDIDA	CONSUMO	CANTIDAD
1	Seda princesa	Lalatex	Azul	Metros	4mts.	4mts.
2	Organza	Eurotex	Azul	Metros	1.50	1.50
3	Organza	Lalatex	Blanco	Metros	1mts.	1mts.
4	Interlon	Lalatex	Blanco	Metros	1mts.	1mts.
5	Cierre invisible	La Gaviota	Azul	Unidad	1	1
6	Broches forrados	Punto dorado	Azul	Unidad	4	4
7	Muranos	Arlington	Azul/Blanco	Sarta	5	5
8	Mostacilla	Arlington	Azul	Gramos	180	200
9	Pedreria variada	Arlington	Azul/Blanco	Gramos	300	350
10	Lentejuelas	La Gaviota	Tomasol	Metros	2	2
11	Hilo Bestex 175	Surtiadornos	Azul	Unidad	1	1
12						
13						
14						
15						
16						
17						
18						
19						
20						
21						
22						
23						
24						
25						
26						
27						
28						
29						
30						

ELABORÓ: ANA VALENTINA CONDE CONDE APROBÓ: SI NO



Figura 33. Ficha ruta operacional

FICHA TÉCNICA RUTA OPERACIONAL						
UNIVERSO:	FORMAL WEAR	PRENDA:	VESTIDO DE GALA			
REFERENCIA:	T01	TEJIDO:	PLANO			
MERCADO:	FEMENINO	TALLA:	M			
NÚMERO DE PIEZAS:						
						
	OPERACI'N	OPERACI'N/ACCION	ALMACENAMIENTO	DEMORA	TRANSPORTE	INSPECCI'N
No.	SIMBOLO	PROCESO	MAQUINA	TIEMPO EN MINUTOS	PRODUCCION POR HORA	
1		Elaboracion de patrones		120	2	
2		Corte de textiles		60	1	
3		Entretelado	Plancha	40	0.66	
4		Elaboracion de aplicaciones manuales		300	5	
5		Confeccion de pliegues en el top	Plana	20	0.33	
6		Cierre de pinzas	Plana	30	0.5	
7		Cierre por todos los costados	Plana	120	2	
8		Montado de forros	Plana	120	2	
9		Pise de costuras	Plana	60	1	
10		Elaboracion de dobladillos	Plana	30	0.5	
11		Cierre de prendas	Plana	120	2	
12		Despeluzado de prendas		60	1	
13		Planchado final	Plancha	30	0.5	
14						
15						
16						
17						
18						
19						
20						
21						
22						
23						
24						
25						
26						
27						
28						
29						
30						
TOTAL TIEMPO DE CONFECCION				0		

ELABORÓ: _____ APROBÓ: SI NO _____

11.4. Fotos de prototipo.

Figura 34. Fotografía 1 prototipo



ELABORADO POR:
Docencia

REVISADO POR:
Sistema Integrado de Gestión

APROBADO POR: Líder proceso Sistema Integrado de Gestión
FECHA APROBACIÓN: Octubre de 2023

Figura 35. Fotografía 2 prototipo



Figura 36. Fotografía 3 prototipo



Figura 37. Fotografía 4 prototipo



ELABORADO POR:
Docencia

REVISADO POR:
Sistema Integrado de Gestión

APROBADO POR: Líder proceso Sistema Integrado de Gestión
FECHA APROBACIÓN: Octubre de 2023

Figura 38. Fotografía 5 prototipo



F-DC-125

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO,
MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO

VERSIÓN: 2.0

Ana Valentina Conde

Plan de negocio sobre vestido de gala multifuncional con aplicaciones manuales para el mercado femenino en la ciudad...

- Quick Submit
- Quick Submit
- Unidades Tecnológicas de Santander_DIE

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid::1:3182302677

Fecha de entrega

13 mar 2025, 4:23 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

22 mar 2025, 5:37 p.m. GMT-5

Nombre de archivo

F-DC-125_-ANA_VALENTINA_CONDE_PDF.pdf

Tamaño de archivo

4.7 MB

113 Páginas

20.583 Palabras

127.256 Caracteres



Página 2 of 118 - Integrity Overview

Identificador de la entrega trn:oid::1:3182302677

7% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Exclusions

- 3 Excluded Sources

Top Sources

- 3% Internet sources
- 4% Publications
- 0% Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

ELABORADO POR:
Docencia

REVISADO POR:
Sistema Integrado de Gestión

APROBADO POR: Líder proceso Sistema Integrado de Gestión
FECHA APROBACIÓN: Octubre de 2023