Título del trabajo de grado

Elaboración de un plan de negocio sobre un bolso modular para mujeres jóvenes en la ciudad de Bucaramanga de febrero a junio 2025.

Modalidad:
Emprendimiento

Angie Yurani Camacho Gonzalez
CC 1232890261

UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
Facultad de Ciencias Socioeconómicas y Empresariales
Programa Tecnología en Gestión de La moda
Bucaramanga, 28 de mayo de 2025

Título del trabajo de grado
Elaboración de un plan de negocio sobre un bolso modular para mujeres jóvenes en la ciudad de Bucaramanga de febrero a junio 2025.

Modalidad: emprendimiento

Angie Yurani Camacho Gonzalez
CC 1232890261

Trabajo de Grado para optar al título de
Tecnología en gestión de la moda

DIRECTOR
Ana Carolina Peralta Trillos

CO-DIRECTOR
Carolina Raigoza Díaz
Grupo de investigación – GIMOCA

UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
Facultad de Ciencias Socioeconómicas y Empresariales
Programa de Tecnología en Gestión de La moda
Bucaramanga, 28 de mayo de 2025

Nota de Aceptación

Este informe final de trabajo de grado, en modalidad **EMPRENDIMIENTO**, 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

Este proyecto está dedicado a mi familia por su apoyo y comprensión, quienes han sido pilares fundamentales en cada etapa de mi vida y de mi formación profesional, gracias por cada palabra de aliento cada abrazo y por creer en mi incluso cuando yo dudaba. A mi compañera fiel quien con su compañía y amor incondicional estuvo a mi lado en las largas jornadas de trasnocho en silencio, mientras yo escribía, diseñaba o simplemente trataba de no rendirme. Gracias por acompañarme en esas noches tan largas y solitarias donde estábamos solo las dos. esa mirada y esa forma de recordarme que tenía que hacer una pausa para consentirla e incluso lloraba para que la dejara subir a la mesa y dormir mientras yo seguía con mis trabajos eres y serás siempre mi mejor compañía gracias por esa ternura que te diferencia tus locuras e incluso tu desobediencia porque eso es lo que te he enseñado siempre y tu lealtad sin condiciones porque sin duda es algo que valoro mucho gracias por enseñarme que con pequeños gestos como querer que su momento de sueño fuera en la mesa al lado mío significaba todo o un movimiento de cola decía todo para mí.

AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mi más profundo agradecimiento a los docentes de las unidades tecnológicas de Santander, especialmente a la faculta de diseño de modas a los docentes que de una u otra manera hicieron ´posible la realización del este trabajo, y en primer lugar a mi familia ´por su apoyo incondicional por ser mi mayor fuerza gracias por su paciencia y por acompañarme en cada paso que daba, a mi tutora Ana Peralta que con su conocimiento hizo esto posibles, gracias por su valiosa orientación que fue fundamental para el desarrollo de este proyecto. Agradezco a las personas que aportaron en este proceso una palabra de aliento un consejo oportuno o un gesto de apoyo cada contribución ha sido de gran importancia para esta etapa de mi vida y quiero expresar mi más sincero agradecimiento a las unidades tecnológicas de Santander por ser el lugar donde no solo crecí profesionalmente sino también como persona.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO **10**

INTRODUCCIÓN **11**

1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN **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 13
1.4. ESTADO DEL ARTE **14**
1.4.1. MUJERES 14
1.4.2. MODULARES 15
1.4.3. BOLSOS 16
1.4.4. PLAN DE NEGOCIO 18

2 MARCO REFERENCIAL **20**

2.1. MARCO DE REFERENCIA **20**
2.1.1. FACTORES QUE INFLUYEN EN LA DECISIÓN DE COMPRA DEL MERCADO FEMENINO 20
2.1.2. ESTILOS Y TENDENCIAS ATRACTIVOS PARA EL MERCADO FEMENINO. 21
2.1.3. FRECUENCIA DE COMPRA EN PRODUCTOS DE MODA EN LAS MUJERES. 23
2.1.4. PLAN DE NEGOCIO. 24
2.1.5. TIPOS DE PLANES DE NEGOCIO 25
2.1.6. PLAN DE NEGOCIO MODELO CANVAS. 27
2.2. MARCO CONCEPTUAL **28**
2.2.1. PRENDAS MODULARES 28
2.2.2. ESTRUCTURA Y ARMADO DE BOLSOS. 30
2.2.3. TIPOLOGÍA DE BOLSOS 30
2.2.4. DISEÑO DE BOLSOS 31
2.3. MARCO LEGAL **32**
2.3.1. LEYES AMPARA LA PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR. 32
2.3.2. REQUISITOS PARA REGISTRAR UNA MARCA. 33
2.3.3. GESTIÓN DE DERECHOS DE AUTOR EN UN DISEÑO. 34
2.3.4. REGULACIONES SOBRE LA CREACIÓN DE PLANES DE NEGOCIO 34

3.DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN **36**

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN **36**

3.1.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN 36
3.1.2. MÉTODO DE ANÁLISIS 37
3.1.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS 38

4. ENTREVISTA ESTRUCTURADA 39

4.1 INVESTIGACIÓN DESDE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL 40

5.DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO 41

5.1 GENERACIÓN DE MODELOS DE NEGOCIO 41

6.RESULTADOS 42

6.1 CONCLUSIONES DE LAS ENTREVISTAS Y OBSERVACIONES. 42
6. APORTE DESDE LOS CURSOS PARALELOS 44
6.1.2. OBSERVATORIO DE TENDENCIAS 44
6.1.3. LÍNEA DE PRODUCTO 46

7.CONCLUSIONES 49

8. RECOMENDACIONES 50

9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 51

10. APÉNDICES 56

11. ANEXOS 59

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Mujeres 14
Figura 2. Adaptable 15
Figura 3.Handbang 16
Figura 4.Emprendimiento 18
Figura 5.Influencia 20
Figura 6.Moda 21
Figura 7.Emociones 23
Figura 8.Estrategia 24
Figura 9.Inversión 25
Figura 10.Viabilidad 27
Figura 11.confección 28
Figura 12.Accesorio 30
Figura 13.Creatividad 31
Figura 14.Normativa 32
Figura 15.Identidad 33
Figura 16.Autoría 34
Figura 17.Protección 34
Figura 18.Negocio 41

LISTA DE TABLAS

Tabla 1.Investigación 39
Tabla 2.Análisis de empresas 43
Tabla 3.Observaciones de entrevistas 43

RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto de grado tiene como objetivo diseñar un bolso modular para mujeres jóvenes que salen con frecuencia a eventos o reuniones sociales, diseñando un bolso que de adapte a las necesidades de nuestra usuaria, integrando criterios de durabilidad y calidad, esta propuesta aporta al diseño responsable y el consumo consciente de accesorios que puedan perdurar mucho más tiempo promoviendo la idea que un producto le puede ofrecer varios usos y extender su vida útil.

La metodología combino un enfoque cualitativo donde se realizó una investigación teórica de productos modulares, preferencias de mujeres jóvenes y sostenibilidad en la industria de la moda. donde se llevaron a cabo entrevistas y encuestas dirigidas a usuarios que podían aportar información de cierta forma en la investigación, donde se identificó preferencias y problemas frecuentes con los bolsos tradicionales del mercado con esta información se logró realizar el diseño de un bolso modular.

Como conclusión se evidencio que es posible integrar durabilidad, funcionalidad y estética en un solo producto teniendo en cuenta a los usuarios desde las etapas iniciales del proceso de diseño. El resultado no solo dispone de una necesidad práctica, sino que también propone una reflexión sobre la manera en que consumimos y desechamos objetos en la actualidad, se espera que este tipo de propuesta siga abriendo camino hacia un diseño mas consciente y responsable.

PALABRAS CLAVE.

Mujeres jóvenes

Bolsos modulares

Emprendimiento

INTRODUCCIÓN

El presente estudio se centra en el diseño y mejora de bolsos modulares para mujeres jóvenes que disfrutan salir a eventos sociales, y buscan accesorios funcionales, versátiles y con estilo. Estas usuarias suelen enfrentarse a la necesidad de contar con un bolso que se adapte a diferentes ocasiones de uso sin sacrificar estilo ni comodidad. Este proyecto se centra en el consumo responsable, promoviendo una moda adaptable que reduzca la compra de accesorios, brindándole al usuario una solución innovadora y personalizada.

Esta investigación se basó en el enfoque cualitativo y exploratorio, centrado en comprender las necesidades de mujeres jóvenes que asisten con frecuencia a eventos sociales y buscan un accesorio funcional que se pueda adapte a diferentes ocasiones. Se tuvieron en cuenta las fuentes primarias como encuestas y entrevistas aplicadas a un grupo de consumidoras con el fin de identificar las necesidades y preferencias. En las fuentes segundarias se tuvo en cuenta artículos académicos de moda, consumo responsable, comportamiento de compra de los consumidores y tesis de grado. A partir de la información recolectada se determinó las necesidades del consumidor y que buscaban en el diseño de un bolso modular.

La idea principal de este proyecto es desarrollar un bolso modular dirigido a las mujeres jóvenes que salen con frecuencia a eventos sociales y buscan accesorios prácticos que se puedan adaptar a cualquier ocasión, permitiendo transformarse a través de un sistema de piezas intercambiables y color que permite modificar la forma y apariencia, ofreciendo una opción duradera frente a los modelos tradicionales de consumo de accesorios.

1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La referencia de los bolsos de lujo que normalmente se comercializan no tienen un proceso de diseño innovador en los bolsos. Esto hace que los diseños se repitan permitiendo que los consumidores adquieran el mismo diseño tradicional sin tener diseños diferentes e innovadores en el mercado.

Actualmente, las marcas que comercializan bolsos de lujo en el mercado local no tienen un departamento de diseño exclusivo para generar propuestas innovadoras alrededor de los productos de marroquinería, esto puede influir en la decisión de compra de los consumidores teniendo opciones de marcas del Fast Fashion para poder suplir sus necesidades de consumo diario.

La falta de innovación de nuevos diseños en bolsos ha generado que el Fast Fashion sea el mercado más consumido por los clientes, la falta de diseños exclusivos el material de baja calidad y los conceptos de diseños repetidos hace que haya un proceso de deterioro más fácil y el consumidor deba comprar más productos.

Pregunta de investigación

¿Qué tipo de plan de negocio se debe desarrollar en un bolso modular para mujeres jóvenes en la ciudad de Bucaramanga de febrero a junio 2025?

1.2. JUSTIFICACIÓN

Se busca generar un plan de negocio sobre bolsos modulares para mujeres jóvenes con piezas intercambiables doble faz y que tenga piezas armables con el fin de generar innovación. Este tipo de propuesta beneficia a los consumidores ya que pueden tener diferentes opciones en un solo producto y de esta manera adaptarse a los diferentes entornos cotidianos y trabajar en coordinación a la calidad para que sea un producto prolongado en su insumo.

"En efecto la tendencia llamada "hágalo usted mismo" es un concepto de gran ayuda en la actualidad para los jóvenes ya que les gusta cambiar o personalizar las cosas". (Cordobés.2011).

El desarrollo de bolsos modulares beneficia a los consumidores ya que puede tener varias opciones de bolsos en un solo accesorio y esto a su vez ayuda a reducir el consumo masivo. Para las marcas esto representa una oportunidad para ofrecer un concepto de ADN fundamentado en un proceso de moda lenta y más sostenible.

Desde el programa de Tecnología en Gestión de la Moda UTS se busca que las modalidades del plan de negocio tengan ideas que sean innovadoras y llamativas para el mercado femenino y de esta manera brindar mayores alternativas en accesorios que estén enfocadas en un consumo consciente y responsable del proceso en la moda. (Casalla.2017).

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Implementar un plan de negocio sobre un bolso modular para mujeres jóvenes en la ciudad de Bucaramanga de agosto a diciembre 2024.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

-Identificar necesidades de consumo de accesorios en mujeres jóvenes.

-Estudiar los procesos y prototipos modulares en productos de moda.

-Analizar el proceso de armado y elaboración de bolsos.

-Determinar el tipo de plan de negocio sobre complementos y accesorios.

1.4. ESTADO DEL ARTE

1.4.1. Mujeres

Figura 1. Mujeres

Fuente: Instagram(https://acortar.link/mriN9N)

Las tendencias temporales se caracterizan por ser moda pasajera, que, durante algunas ocasiones, puede tener gran impacto. Algunas pueden permanecer en el tiempo y generar mayor consumo en las mujeres y en algunas tendencias que son pasajeras. Aunque otras pueden evolucionar hacia algo más permanente.

¨La Moda es una tendencia temporal en referencia a un comportamiento colectivo característico de un periodo, como cuando decimos por ejemplo “la moda de la posguerra ha influenciado la colección de YSL”, pero ligada a fenómenos de influencia, imitación, declinación y contaminación¨ (Chauvel. 2020).

Las compras actualmente en las mujeres generan un impacto emocional significativo ya que estas representan un alto porcentaje de consumo de moda. Esto lleva a promover una imagen de belleza y estilo idealizado para generar efectos emocionales y negativos para las mujeres que no encajan en estos estereotipos. Esto permite que muchas mujeres tengan la posibilidad de seguir tendencias a un bajo costo en el consumo de ropa y tengan una sensación de placer instantáneo.

Las ventas en ropa presentaron un aumento bastante significativo en comparación a otros años anteriores y actualmente las compras se consideran un factor terapéutico ya que genera percepción de cuidado, recompensa, entretenimiento, consuelo y conexión social, esto ayuda a superar emociones desfavorables. Lo que llevo a un comportamiento impulsivo en las mujeres por las compras (Rodriguez.2021).

Las redes sociales han transformado la manera en que las mujeres se ven influenciadas en comprar un producto por internet, permitiendo tener mayores accesos a las plataformas digitales. Generando gran impacto en las decisiones de compra de un producto de belleza o tecnología, donde busca tener reseñas y recomendaciones de personas que utilizaron este producto o servicio.

Las grandes empresas han reconocido como el mundo digital representa una alternativa efectiva para hacer un acercamiento con nuevos clientes. Por lo tanto, se vio pertinente realizar un estudio de mercado enfocado en como la publicidad digital llega a impactar en la vida de los jóvenes quienes son vistos como nativos del mundo digital, y se tomó en cuenta que este segmento tiene una alta presencia en redes sociales y emplean herramientas web con mayor destreza (Camones y Gago.2018).

1.4.2. Modulares

Figura 2. Adaptable

Fuente: Pinterest (https://acortar.link/fBCRL3)

La creación de productos modulares son una solución bastante ingeniosa para quienes buscan flexibilidad y personalización. Lo mejor de todo es que puedes adaptar un solo producto a diferentes situaciones o estilos, sin necesidad de tener que comprar varios. Esto no solo permite ahorra espacio, sino también dinero. Además, es una manera de ser más consciente con el medio ambiente porque puedes cambiar una parte en lugar de desechar todo el accesorio si algo se daña o pasa de moda.

En un estudio de casos realizado en Guatemala se realizó una investigación sobre productos modulares con una propuesta innovadora para este mercado, surgida en respuesta a la necesidad diaria de las mujeres de contar con un complemento versátil que se adapte a las distintas actividades que realizan, sin sacrificar estilo ni funcionalidad. Para garantizar su viabilidad técnica, evaluar su potencial en el mercado y asegurar su atractivo financiero para las consumidoras, se ha

desarrollado un estudio de factibilidad. Este análisis tiene como objetivo respaldar y validar la decisión de llevar a cabo el proyecto en Guatemala (Cortez.2020).

Los productos modulares, como prendas de vestir son tendencias innovadoras que permite adaptar sus prendas de acuerdo a sus necesidades permitiendo a los usuarios crear múltiples estilos a partir de un número limitado de prendas, invertir en estas prendas puede ser más rentable a largo plazo ya que se puede transformar una prenda para que se ajuste a diferentes ocasiones.

La propuesta actual busca evaluar la viabilidad de comercializar calzado modular para niños de entre 4 y 8 años en Lima Metropolitana. A través de la investigación, se identificará que los niños en este rango de edad crecen y se desarrollan rápidamente, lo que implica la necesidad de renovar el calzado una o dos veces al año. Estos cambios generan un gasto considerable para los padres, ya que deben adquirir nuevos zapatos con frecuencia para sus hijos (Carhuamaca.2020).

La implementación de prendas modulares puede permitir cambios para el estilo de vida de las personas con discapacidad y movilidad reducida permitiendo facilidad al momento de no poder valerse por sí sola estas tareas cotidianas que a menudo se pueden pasar por alto. También refleja una creciente conciencia sobre la inclusión y la accesibilidad en el diseño.

El objetivo principal de este trabajo es desarrollar un dispositivo de diseño universal que pueda ser utilizado por cualquier persona, independientemente de sus capacidades físicas. Al integrar tecnología y un enfoque inclusivo, se busca facilitar el acceso a la vestimenta, promoviendo así la autonomía y mejorando la calidad de vida de los usuarios en su vida cotidiana (Buitrago y Cadamil.2021).

1.4.3. Bolsos

Figura 3.Handbang

Fuente: Pinterest (https://acortar.link/3EQEQJ)

Los bolsos son un complemento impórtate en las mujeres, permitiendo llevar de manera organizada y accesible los objetos personales más importantes. Su

funcionalidad y diversidad los hacen adaptables a las necesidades y gustos de cada persona, ajustándose a diferentes ocasiones y estilos personales.

Los bolsos son un accesorio versátil que nos permite elegir el modelo ideal según nuestras necesidades. El bolso perfecto no es ni muy grande ni muy pequeño, tiene el espacio justo para todo lo necesario. Además, ofrece al consumidor la posibilidad de combinarlo con diferentes atuendos y elegir el adecuado para cada ocasión. Aunque decidir entre tantas opciones puede ser complicado, el mercado ofrece una amplia variedad, desde bolsos grandes para viajes hasta diseños pequeños y elegantes para fiestas (Masabalin.2019).

La personalización de productos nos ofrece una opción única para quienes buscamos expresar nuestro estilo y personalidad. Esto permite escoger desde el material del cuero, estampados, tela o hasta detalles más específicos como el color. Estas plataformas permiten crear un producto único que refleja la personalidad de cada usuario, brindándole una experiencia de satisfacción y fidelidad del cliente por qué siente que lo que está comprando es exactamente lo que el desea.

La idea de negocio consiste en crear una empresa que produzca y comercialice bolsos de cuero personalizados con detalles zodiacales, integrando herramientas TIC para mejorar los procesos de preventa. Se desarrollará una aplicación para Android, basada en un software de Google Labs, que permitirá a los usuarios diseñar su bolso ideal según parámetros predefinidos. Esto garantizará la satisfacción del cliente al recibir su producto y fomentará la expansión del comercio electrónico a nivel global (García. 2019).

La combinación de materiales es una combinación interesante tanto en el punto de vista de estética como funcionalidad esta mezcla de materiales con texturas es un contraste único donde podemos combinar lo artesanal con lo sofisticado con diseños que fusiona lo tradicional con lo moderno, esta nos permite tener piezas más duraderas.

Este trabajo tiene como propósito evaluar la viabilidad de la producción y comercialización de bolsos fabricados en cuero y caña flecha en la ciudad de Pereira. Para su desarrollo, se utilizaron herramientas de recolección de información de forma directa, como grupos focales y encuestas, complementadas con datos provenientes de fuentes secundarias, tales como libros, revistas, artículos científicos y noticias en sitios web. Estos recursos permitieron establecer las bases teóricas y el contexto en el que se enmarca el proyecto (García et al. 2019).

1.4.4. Plan de negocio

Figura 4.Emprendimiento

Fuente: Pinterest (https://acortar.link/l3qPIX)

El plan de negocio es una guía donde se permite convertir una idea en algo tangible. Es un paso necesario para saber si una idea es viable y como se puede llevar a cabo, lo bueno del plan de negocio es que permite pensar en todas las áreas claves del proyecto, desde quienes serán los clientes hasta cuánto dinero realmente necesita para la realización de este plan de negocio.

La creación de un plan de negocio que aborde un emprendimiento enfocado en indumentaria de montaña. El propósito es proporcionar a futuros emprendedores una guía sobre los fundamentos teóricos y prácticos que deben considerarse al momento de emprender un negocio, con el fin de reducir la incertidumbre y hacer que la decisión de iniciar una empresa sea más fundamentada que impulsiva. A través de los siguientes capítulos, se pretende explicar de manera clara y concisa los componentes de un plan de negocio y su potencial para el éxito (Portal.2017).

El plan de negocio permite tener una idea clara ya que se tiene todo por escrito esto ayuda a que los socios o inversionistas puedan entender que se quiere con esta idea de negocio esto permite que se reinventen o se pueda hacer ajuste en caso de necesitarlo.

Los hallazgos de la investigación del plan de negocio se centrada en la identificación y análisis de los estereotipos relacionados con la moda sin género en Bucaramanga. El objetivo es contribuir a la concienciación sobre este estilo de moda, así como desarrollar un modelo de negocio orientado a la indumentaria genderles para la ciudad. Además, se ha creado un prototipo de prenda que no solo ayuda a ilustrar

los estereotipos existentes, sino que también refleja las preferencias de los consumidores (Piamonte.2024).

La importancia del plan de negocio incluye todos los detalles de la realización de la idea donde podemos ver si es rentable o hay riesgos que debemos tener en cuenta, es una herramienta esencial para los emprendedores y los inversionistas porque ayuda a clarificar como se puede hacer rentable el negocio y al mismo tiempo a identificar los posibles riesgos.

El plan de negocio es la respuesta a la necesidad detectada, este proyecto propone el desarrollo de una aplicación móvil denominada Smart Fashion. A través de esta plataforma, los consumidores peruanos podrán explorar catálogos de prendas de vestir diseñadas y confeccionadas por diseñadores locales, y tendrán la opción de personalizar sus prendas según el modelo, la talla y el diseño que prefieran. Smart Fashion implementa un modelo de negocio de plataforma multilateral que conecta a dos grupos de clientes (Canahuire.2021).

2 MARCO REFERENCIAL

2.1. Marco de referencia

2.1.1. Factores que influyen en la decisión de compra del mercado femenino.

Figura 5.Influencia

Fuente: Pinterest (https://acortar.link/B9MzNK)

Las redes sociales juegan un papel fundamental en la decisión de compra en las mujeres a menudo confían en las recomendaciones de influencers, amigas o incluso en las opiniones de otras consumidoras. Ver cómo un producto es utilizado o recomendado por personas en las que confían puede generar un sentido de seguridad y aumentar la probabilidad de compra.

Para muchas mujeres, la decisión de compra está profundamente influenciada por las emociones. A menudo, no solo compran un producto por su funcionalidad, sino por cómo se sienten al respecto. Si un producto resuena con sus valores o la hace sentir empoderada, confiada o conectada emocionalmente, es mucho más probable que lo elijan, independientemente de su precio.

Identificar la relación que existe personal en la decisión de compra de prendas de vestir para mujeres jóvenes, teniendo en cuenta que parte de las estudiantes no se encuentras satisfechas con el producto que ofrecen las boutiques; por lo que se

puede admitir que no están teniendo en cuenta las causas personales que pueden limitar el mercado, lo que permitiría tener mayor cantidad en ganancias y crecimiento, realizando estrategias de mercado (Chipa y Chipa. 2022).

Las mujeres están priorizando productos que no solo sean de buena calidad, sino también éticos y sostenibles. Esto permite que tenga un crecimiento en la preferencia por marcas que se alinean con valores como la responsabilidad social y ambiental. Este factor está tomando más fuerza, ya que las consumidoras buscan sentirse bien no solo con la compra en sí, sino con el impacto que tiene en el mundo.

Este proyecto tiene como objetivo examinar y establecer el impacto que tienen las estrategias digitales en Instagram sobre la decisión de compra en los negocios de ropa para mujeres en Colombia. De manera específica, se comprendieron las tácticas de marketing digital empleadas en diversas empresas. Asimismo, se investigaron las estrategias digitales más empleadas por diez emprendimientos y, por último, se analizaron los factores que influyen en el comportamiento de compra de las personas consumidoras (Ramos y Gladur 2022).

2.1.2. Estilos *y tendencias atractivos para el mercado femenino.*

Figura 6.Moda

Fuente: Pinterest (https://acortar.link/k3Hclv)

Las mujeres están cada vez más atraídas por las tendencias que no solo son estéticamente agradables, sino que también son responsables con el medio ambiente. La moda sostenible se ha vuelto muy relevante; las mujeres buscan prendas que no solo sigan las tendencias, sino que también tengan un impacto positivo, como materiales reciclados, comercio justo o prácticas de producción ética.

Esta investigación tiene como objetivo examinar el papel de ciertas influencers de moda femenina en España en la promoción de marcas sostenibles con iniciativas

orientadas a la economía circular. Para ello, se lleva a cabo un análisis de contenido cualitativo y cuantitativo de 15 videos de tipo “haul” de las tres principales YouTube españolas en la categoría de moda. El criterio de análisis se basa en la promoción o colaboración con marcas de moda sostenibles o que apoyan un mensaje en favor del medio ambiente (Abdul et al 2020).

Las plataformas de moda enfocadas en la mujer tienen una identidad única, donde podemos encontrar cultura y tradición, pero también está muy influenciada por las tendencias globales. Una plataforma que mezcle estas influencias podría ser muy atractiva, ya que ofrecería a las mujeres opciones de ropa que no solo resalten su herencia cultural, sino que también las mantengan al día con las tendencias internacionales.

Las aplicaciones móviles en el dinámico contexto actual de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) es incuestionable. Estas herramientas desempeñan un papel crucial en el marketing de productos y en la consolidación de la presencia de las empresas en el mercado. Esta investigación se centró en conocer las percepciones de mujeres de entre 25 y 45 años, interesadas en la tecnología y la moda. A partir de sus necesidades, gustos y preferencias, se identificaron características clave para el diseño de una aplicación móvil de moda femenina dirigida al público latino (Ayala y Mejía 2016).

La representación de la mujer en la publicidad dentro del mundo de la moda ha evolucionado mucho. Hoy en día, la representación femenina es más diversa y realista. Las campañas están empezando a reflejar una gama más amplia de cuerpos, etnias y edades, lo que hace que más mujeres se sientan identificadas y representadas. Es esencial que la publicidad de moda no se limite a estereotipos tradicionales, sino que celebre la autenticidad de cada mujer. Las marcas que incorporan este tipo de representaciones están captando la atención de un público mucho más amplio y generando un sentido de conexión genuino.

El papel de la mujer en la publicidad dentro del mundo de la moda es un análisis que examina cómo se ha representado la imagen femenina en dos revistas influyentes en la industria. A lo largo del tiempo, la representación de la mujer en la publicidad ha sido objeto de debate y transformación. Si bien algunos estereotipos han desaparecido, han surgido otros nuevos, lo que ha llevado a la mujer a una evolución en una sociedad que se considera más abierta y tolerante (Turienzo.2020).

2.1.3. frecuencia de compra en productos de moda en las mujeres.

Figura 7.**Emociones**

Fuente: Pinterest (https://acortar.link/NSggrn)

Esta investigación ofrece un estudio sobre el comportamiento de compra de las mujeres donde se considera su situación laboral como una variable diferenciadora. Se resalta variaciones en el proceso de compra entre madres que trabajan y aquellas que son amas de casa, teniendo en cuenta componentes importantes del modelo de decisión del consumidor final (Álvarez et al 2017).

La frecuencia de compra de muchas mujeres está muy ligada a las colecciones de temporada. Las nuevas colecciones lanzadas por las marcas generan emoción y suelen hacer que las mujeres compren más seguido, especialmente al inicio de cada temporada. Esto también se debe a que las mujeres buscan estar a la moda y renovar su guardarropa para adaptarse a las tendencias que están en el momento.

El comercio electrónico ha evolucionado a nivel mundial, modificando el panorama comercial de las tiendas tradicionales. La competencia ya no se restringe a los servicios ofrecidos por las tiendas físicas, sino que ahora es esencial entrar en el ámbito digital. Los productos en línea, además, representan una de las categorías con mayor crecimiento a nivel global. Sin embargo, esta oportunidad no ha sido plenamente aprovechada debido a la limitada investigación sobre los factores que afectan la decisión de compra de las mujeres en las tiendas virtuales (Guerra. 2019).

Las compras online aumentaron significativamente en los últimos años, lo que también ha aumentado la frecuencia de compra. Es más fácil y cómodo comprar desde casa, y muchas veces hay más variedad y mejores precios en las tiendas virtuales. Además, las promociones de compra en línea y envío gratuito hacen que muchas personas decidan comprar más de lo que realmente planeaban. De alguna forma, la compra online también ha hecho que las mujeres compren moda con más frecuencia.

Se observó que la frecuencia de compra de ropa online se encuentra en aumento, pero aun así con posibilidad de explotar, pues liderando en las encuestas se encuentra frecuencias de compra trimestrales, cuando el uso de las plataformas digitales y redes sociales es muy frecuente en el grupo etario estuvieron analizando que son las mujeres de entre 18 a 33 años son las que compran con mayor frecuencia (Bardales y Valdivia 2023).

2.1.4. plan de negocio.

Figura 8.Estrategia

Fuente: Pinterest (https://acortar.link/eCoEt6)

Esta herramienta permite a las organizaciones seguir una ruta para alcanzar cada uno de sus objetivos y metas planteadas, incluyendo la rentabilidad esperada. Además, facilita la identificación y provisión de soluciones ante posibles obstáculos que puedan surgir durante la implementación y el desarrollo de sus actividades futuras (Gaytán. 2020).

Para realizar el plan de negocio muchas veces deben de tener algunos pasos en cuenta y no subestimar lo importante que es conocer el mercado antes de lanzar un negocio. Un plan de negocio sólido debe incluir un análisis exhaustivo de la competencia, los consumidores y las tendencias del mercado. Sin esta información, es difícil tomar decisiones informadas.
Las empresas buscan desarrollar actividades innovadoras, no solo con el propósito de obtener beneficios económicos, sino también de generar valor agregado, de manera que puedan ser sostenibles a largo plazo. Por ello, deben definir estrategias que permitan diferenciar a la organización de su competencia. El objetivo principal de esta investigación es diseñar la estructura de un nuevo plan de negocios para los emprendimientos (Coque. Et al.2020).

Una de las partes más importantes de un plan de negocio es el análisis financiero. Tener claro cómo se gestionará el flujo de caja, los gastos y los ingresos proyectados es fundamental. Si no hay un buen control sobre las finanzas, incluso el negocio más prometedor puede terminar en quiebra.

Este Plan de Negocios propone el modelo de negocio de CrossFit como una estrategia para competir en el distrito de Ate durante los años 2018 - 2022, a través de la empresa Ate CrossFit. El auge del fitness se encuentra en su punto más alto, lo que genera una oportunidad significativa para expandir el CrossFit en el mercado peruano, especialmente en uno de los distritos con mayor índice de obesidad y sobrepeso, donde actualmente no hay centros que ofrezcan este tipo de entrenamiento (Chávez y Palomino 2019).

2.1.5. Tipos de planes de negocio

Figura 9.Inversión

Fuente: Pinterest (https://acortar.link/8IzkuE)

El plan de negocio busca una inversión significativa o que necesitan un enfoque estructurado, el plan de negocio tradicional es clave y detallado, lo que ayuda a comprender todos los aspectos del negocio, desde las proyecciones financieras hasta las estrategias de marketing. Aunque toma tiempo, a largo plazo tiene beneficios, ya que ofrece una visión clara y permite tomar decisiones informadas.
.
Un plan de negocios es un documento redactado de forma clara y precisa, que detalla los aspectos necesarios para la implementación del negocio. Incluye desde los objetivos que se desean alcanzar hasta las acciones requeridas para lograrlos (Mendoza y Tello.2020).

plan de negocio para los emprendedores que tienen recursos limitados. Este plan es más ágil y permite que podamos adaptarnos rápidamente a cambios en el mercado. Se enfoca en lo esencial, como el modelo de negocio, los clientes y los canales, lo cual ayuda a las pequeñas empresas a ahorrar tiempo y dinero sin perder foco en lo más importante.

El análisis incluye una descripción del mercado, en la cual se examina la cadena de valor del negocio y se detallan los planes de operaciones, recursos humanos y marketing, diseñados para cumplir con los objetivos del plan de negocios. Estos planes abordan aspectos de la estructura organizacional y el funcionamiento de la empresa. Por último, se evalúa la viabilidad económica y financiera del proyecto (Aguirre.2018).

EL plan de negocio debe ser flexible y permitir ajustes rápidos. El mercado cambia constantemente, y lo que es una tendencia ahora puede no serlo dentro de unos meses. Tener un enfoque adaptable es clave para no quedarnos atrás.
El plan de negocios es un conjunto de herramientas y estrategias utilizadas para consolidar nuevas empresas, con el objetivo de alcanzar metas, identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, y evaluar la viabilidad del proyecto. Este proceso facilita una toma de decisiones informada, lo cual ayuda a aumentar la productividad y a determinar la participación esperada en el mercado, optimizando los recursos y promoviendo la satisfacción y fidelidad de los clientes (Arenas. 2017).

2.1.6. Plan de negocio modelo canvas.

Figura 10.Viabilidad

Fuente:(propia)

El modelo canvas permite tener una visión clara y practica utilizada para mejorar el modelo de negocio de manera sencilla donde se puede plasmar la idea más concreta para la realización de un plan de negocio, facilitando la forma de cómo va a funcionar el negocio.

El objetivo de esta investigación es proponer un plan de negocios basado en el modelo canvas para empresas de servicios de software en Cuenca, con el fin de que generen ingresos suficientes para competir en un mercado cada vez más desafiante. La investigación, de tipo mixta y metodología descriptiva, incluyó encuestas aplicadas a 138 empresas, lo que permitió identificar sus necesidades en cuanto a los servicios requeridos de las organizaciones estudiadas (Simbaña et al 2019).

El modelo Canvas organiza las ideas de negocio de manera visual y directa. En lugar de perderse en un documento lleno de texto, puedes ver los aspectos esenciales de un negocio en una sola hoja. Esto hace que sea más fácil detectar los puntos fuertes y débiles del proyecto y te da una visión rápida de su estructura del plan de negocio.

Esta investigación tiene como objetivo describir el modelo de negocio basado en la metodología Canvas y determinar su relevancia en la creación de planes de negocio o proyectos empresariales. Para lograr este propósito, se emplea una metodología descriptiva sustentada en revisiones bibliográficas relevantes. Este artículo presenta una serie de estudios que demuestran la importancia del modelo Canvas en la estructuración de proyectos empresariales (Chaguay et al 2019).

El modelo Canvas, resulta muy útil para sesiones en equipo, ya que todos pueden participar y proponer cambios en tiempo real. Es como un tablero dinámico donde

puedes agregar, modificar o eliminar elementos con facilidad, lo cual fomenta una mentalidad de prueba y error y mejora el plan de negocio de la empresa.

Se realizaron entrevistas tanto a consumidoras como a personas dedicadas a procesar y comercializar cuero (peleteros), lo que permitió obtener valiosa información sobre esta labor y las necesidades de las clientas. Se desarrolló un plan de negocios para bolsos de doble faz hechos de cuero vegetal, utilizando el modelo canvas. Este material, 100% natural y reutilizable, no termina su ciclo de vida en un vertedero. El diseño del bolso, inspirado en el arte cubista con rostros distorsionados y tonos neutros suaves, ofrece un producto único y respetuoso con el medio ambiente (Galeano.2023).

2.2. Marco conceptual

2.2.1. prendas modulares

Figura 11.confección

Este proyecto representa una propuesta sumamente valiosa y pertinente en el contexto actual del diseño de moda. La idea de crear una prenda madre modular, elaborada a partir de materiales sostenibles demuestra un enfoque innovador y comprometido con el medio ambiente. No se trata solo de una prenda funcional, sino de una pieza que cuenta una historia, que se adapta y evoluciona con quien la usa.

Este proyecto nace con la intención de reinventar una prenda base bajo un enfoque modular y sostenible, utilizando materiales innovadores como telas fabricadas a partir de botellas PET recicladas. La propuesta busca darle una nueva identidad a la marca Ojo de Sol, integrando sistemas de transformación y personalización que le permitan al usuario adaptar la prenda según su estilo, función o momento. Más que una pieza de ropa, se plantea una prenda versátil y evolutiva. Hoy, la apuesta es reconstruir la marca desde una mirada más consciente, flexible y alineada con las nuevas formas de consumo responsable. (Moreno 2023).

Considerando las necesidades reales que enfrentan los estudiantes en su día a día. Es evidente que muchas mochilas convencionales no responden a las exigencias actuales en términos de seguridad, comodidad o funcionalidad. Quien analiza esta propuesta puede notar que no se trata simplemente de mejorar un accesorio, sino de transformar una herramienta cotidiana en una solución integral.

A partir del análisis del uso cotidiano de mochilas por parte de los estudiantes de la Universidad del Azuay, se identificaron diversas falencias relacionadas con la seguridad, la ergonomía y la funcionalidad del producto. Frente a esta problemática, surgió la iniciativa de incorporar tecnologías wearables junto con un enfoque de diseño modular, con el objetivo de desarrollar una solución que responda de manera integral a las necesidades reales de los usuarios. Este proyecto, respaldado por procesos de investigación y observación directa, permitió optimizar la experiencia de uso, dando paso a una mochila más segura, cómoda y adaptable, que integra innovación tecnológica con diseño práctico y eficiente. (Cantos y Cevallos 2019).

La funcionalidad ha sido uno de los pilares más acertadamente abordados. La propuesta no solo considera aspectos estéticos, sino que se enfoca de manera clara en las necesidades reales del usuario, especialmente en contextos donde la movilidad y la comodidad son fundamentales. La integración de sistemas modulares y mecanismos de transformación demuestra una comprensión profunda del estilo de vida urbano actual. Para quien observa el resultado, es evidente que las prendas no solo cumplen con su propósito básico de vestir, sino que aportan soluciones prácticas y adaptables que marcan una diferencia significativa en la experiencia cotidiana del usuario.

Este proyecto tuvo como finalidad repensar la indumentaria casual destinada a jóvenes universitarios que utilizan medios de transporte alternativos, particularmente la bicicleta. A partir de una investigación centrada en las dinámicas de movilidad, se identificaron las principales exigencias en términos de comodidad, practicidad y adaptación al entorno urbano. (Galindo y Cabrera 2019)

2.2.2. Estructura y armado de bolsos.

2.2.3. Tipología de bolsos

Figura 12.Accesorio

Esta iniciativa destaca por su enfoque consciente y responsable frente al diseño y la producción. Para quien la analiza, resulta admirable la forma en que se logra combinar lo artesanal con un estilo visual sofisticado, sin perder de vista el compromiso ambiental. El uso de materiales reciclados, provenientes de desechos textiles y cuero sintético, refleja una preocupación genuina por reducir el impacto ambiental y fomentar una economía más circular. Además, el hecho de proyectar este tipo de producto hacia un mercado internacional demuestra una visión estratégica clara, que busca posicionar el trabajo artesanal como algo valioso y competitivo. En conjunto, es una propuesta que equilibra estética, funcionalidad y conciencia social de forma coherente y actual.

Mi Handmade Bag es un emprendimiento enfocado en la exportación de productos artesanales desde Bogotá, Colombia, hacia Frankfurt, Alemania. Su propuesta se basa en la creación de bolsos únicos inspirados en el estilo Art Deco, elaborados a partir de materiales reciclados como retazos de tela y cuero sintético, provenientes de excedentes de grandes industrias y empresas. Esta iniciativa busca no solo destacar el valor del diseño artesanal colombiano, sino también aportar a la sostenibilidad ambiental, alineándose con principios de responsabilidad social empresarial y promoviendo una producción consciente y respetuosa con el entorno. (Cortes y Nova 2020).

2.2.4. Diseño de bolsos

Figura 13.Creatividad

La sostenibilidad se ha convertido en un eje fundamental del diseño. Para quien lo analiza, resulta evidente que la reutilización de remanentes textiles no solo aporta valor ambiental, sino que también abre nuevas posibilidades creativas dentro del desarrollo de productos. La idea de transformar materiales que normalmente serían descartados en una colección de bolsos útiles y estéticamente atractivos refleja un compromiso real con la economía circular y el consumo responsable.

Este proyecto tiene como finalidad el diseño y elaboración de una línea de bolsos utilizando remanentes textiles, con el objetivo de dar una nueva vida a materiales que de otro modo serían desechados. La iniciativa busca impulsar prácticas responsables con el medio ambiente mediante la reutilización de excedentes textiles, promoviendo así una producción más consciente y sostenible. Como parte del proceso, se llevó a cabo una investigación teórica que permitió profundizar en conceptos vinculados al reciclaje textil, el ecodiseño y las estrategias sostenibles dentro del ámbito del diseño de productos. (Villalba 2019).

2.3. Marco legal

2.3.1. leyes ampara la protección al consumidor.

Figura 14.Normativa

Capítulo 2 Articulo 3 LEY 1480 DE 2011. La responsabilidad de garantizar la calidad de los productos recae, de manera solidaria, tanto en los productores como en los proveedores. Para que un consumidor pueda exigir responsabilidades por incumplimiento en las condiciones de calidad o idoneidad, solo será necesario demostrar que el producto tiene un defecto. Esto no excluye las excepciones de responsabilidad que se establecen en el artículo 16 de esta ley (Función Pública del. 2011).

La compra de productos es una actividad cotidiana donde adquirimos bienes para satisfacer nuestras necesidades, gustos o deseos, aunque puede ser un proceso simple esto puede implicar varios aspectos importantes a la hora de la compra donde se puede ver involucrado precio y calidad.

2.3.2. requisitos para registrar una marca.

Figura 15.Identidad

CAPÍTULO I PARÁGRAFO 1. Ley 2069.

Para el registro de marca hay que seguir unos pasos los cuales no se deben saltar esto permite un registro adecuado y que el proceso sea exitoso. Tener el nombre de la empresa y un logotipo, clasificación del producto, datos del titular de la marca, descripción del uso de la marca, comprobante de pago y la revisión de disponibilidad. (Función Pública. 2020).

El no registro de marca puede traernos varios problemas sobre todo si tenemos un negocio o un proyecto con visión de crecimiento. Debemos de tener en cuenta que podemos perder derechos legales si alguien más registra el nombre de la empresa primero esto nos lleva a perder nuestra identidad de marca donde podemos tener confusión con los clientes ya que pueden confundir el logo o el nombre de nuestra empresa.

2.3.3. gestión de derechos de autor en un diseño.

Figura 16.Autoría

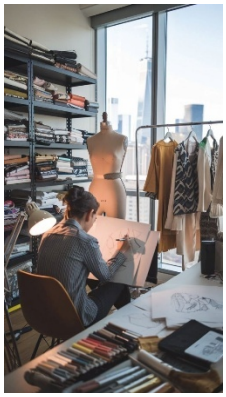
Fuente: Pinterest (

ARTÍCULO 1. PARÁGRAFO Ley 1915. En cualquier proceso relacionado con derechos de autor, y ante cualquier tribunal nacional, se presumirá, salvo prueba en contrario, que la persona cuyo nombre figure como autor en la divulgación de la obra es el titular de los derechos sobre ella. Estos derechos garantizan la protección del autor, reconociéndolo como el creador de la obra y resguardando su integridad al evitar que sea alterada sin su consentimiento. (Función Pública.2018).

Los derechos de autor son normas legales que protegen las creaciones originales de las personas, como libros, música, películas, obras de arte, software, fotografías y más. Estos derechos le dan al autor el control sobre el uso y distribución de su obra, permitiéndole beneficiarse de su trabajo y decidir quién puede reproducirlo, distribuirlo o modificarlo.

2.3.4. Regulaciones sobre la creación de planes de negocio

Figura 17.Protección



ARTÍCULO 1. OBJETIVO. Ley 2069. Esta ley tiene como objetivo la creación de un marco normativo que impulse el emprendimiento y fomente el crecimiento, la consolidación y la sostenibilidad de las empresas, con el objetivo de mejorar el bienestar social y promover la equidad. Esto permie que se adapte a las particularidades socioeconómicas de cada región, para asegurar un enfoque más cercano a las realidades locales (Función Pública.2020).

Un plan de negocio es una herramienta fundamental para cualquier emprendedor o empresa, ya que establece las bases para el éxito. Sirve para estructurar y visualizar cómo crecerá el negocio a lo largo del tiempo. No solo es clave para obtener financiamiento, sino también para tomar decisiones internas, ajustar la estrategia según los avances y mantener un enfoque claro en los objetivos.

3.DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo de investigación

El presente proyecto platea desarrollar una investigación de tipo descriptiva que según Sampieri. “Consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos; esto es, detallar cómo son y se manifiestan. Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis”. (Hernández Sampieri, 2014, p. 92).

Analiza y observa cómo funcionan las cosas en un momento determinado detallando las características de un acontecimiento, situación o personas, tal y como viven en la realidad. Es fundamental para los proyectos permitiéndonos una visión clara sobre la situación actual.

Este proyecto está basado en bolsos modulares y se apoya en esta investigación descriptiva porque su objetivo es observar y detallar las características y necesidades de los consumidores, brindándole funciones que debe cumplir un bolso modular y describiendo como debe ser ese bolso.

3.1.1. Enfoque de la investigación

El planteamiento en el cual se basa esta investigación es el enfoque cualitativo que según sampieri “El enfoque cualitativo también se guía por áreas o temas significativos de investigación. Sin embargo, en lugar de que la claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis preceda a la recolección y el análisis de los datos”. (Hernández Sampieri, 2014, p.7).

Es una forma de investigación donde se busca comprender las emociones y experiencias de las personas conociendo sus opiniones y vivencias. nos permite ir más allá de lo que se percibe a simple vista, accediendo a una compresión más profunda de lo que piensan siente y experimentan estos individuos.

Este proyecto cuenta con un enfoque cualitativo porque no solo queremos fabricar bolsos, sino entender a profundidad que buscan los usuarios en ellos, permitiéndonos descubrir esos pequeños detalles que hacen que un bolso no sea un objeto sino una pieza clave para su estilo de vida.

3.1.2. Método de análisis

se define como un conjunto de procedimientos sistemáticos que permite examinar, organizar interpretar los datos recolectado de una investigación. Estos métodos cambian según el enfoque:

Cuantitativo: se basa en la recolección de análisis numéricos incluyendo estadísticas

Cualitativo: se centra en entrevistas, observaciones y documentos, estas búsquedas se adaptan a la naturaleza de fenómenos estudiados.

Mixto: en este enfoque se mantienen los dos métodos cuantitativo y cualitativo donde se integran técnicas, estadísticas con interpretaciones contextuales.

La investigación se desarrolló a partir de la consulta de artículos académicos, tesis de grado y libros especializados en diseño y tendencias de moda. Estos documentos nos permitieron reunir información actualizada y confiable sobre la creación de productos modulares, el uso de materiales como el cuero en accesorios de moda, y las nuevas necesidades de los consumidores.

Los artículos académicos nos aportaron estudios recientes y análisis de expertos sobre innovación en diseño y funcionalidad de bolsos. Las tesis universitarias fueron

una fuente importante para entender casos prácticos y proyectos aplicados en contextos reales.

Este proyecto ha implementado dos métodos de análisis para la investigación, encuesta y entrevistas directas con dos grupos claves, consumidores y profesionales de la industria de manufactura. El objetivo de esta entrevista fue obtener datos específicos que aportara a un análisis más profundo de las preferencias del consumidor y métodos que implementar en el proceso de diseño de bolsos modulares.

3.1.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas son los procedimientos que se utilizan para obtener información: encuestas, entrevistas, grupo focal. Mientras los instrumentos son los medios que se usan para aplicar las técnicas: cuestionarios, grabadoras, cámaras y guía de entrevistas.

Para este documento se trabajó la observación participante y no participante

Según Hernández Sampieri, el concepto de observación participante hace referencia a que investigador se integra activamente en el entorno o grupo que estudia interactuando directamente con los sujetos para comprender su comportamiento y experiencia desde adentro y la observación no participante, se mantiene una distancia observando sin intervenir ni interactuar con los sujetos lo que le permite registrar comportamientos de manera más objetiva. (2014. p.417)

3.1.4. Investigación de mercado

La investigación se realizó en tiendas que tienen puntos físicos y operan a través de redes sociales se evidenció que, si bien existe una oferta variada de bolsos con altos estándares de calidad en cuanto a materiales y acabados, la presencia de propuestas modulares es muy limitada o casi inexistente. Esto revela una

oportunidad poco explorada en el mercado. El diseño de bolsos modulares que integra funcionalidad, personalización y estética. La falta de este tipo de productos sugiere que aún hay espacio para la innovación y la diferenciación dentro del sector, especialmente si se considera el interés creciente de los consumidores por artículos versátiles y adaptables a distintos contextos. Esta conclusión apunta a la viabilidad de desarrollar una propuesta de valor única que responda a una necesidad no atendida en el entorno de la moda.

Tabla 1.Investigación

Observación	**Tipo de observación**
Vélez	Se realizo la observación por página web y YouTube.
Mario Hernández	Se realizo la observación en Instagram y pagina web.
Carolina Herrera	Se realizo la observación por página web, YouTube y Instagram.

Fuente: creación propia

4. Entrevista estructurada

La entrevista estructurada es la recolección de información, en la cual el entrevistado sigue un guion establecido de preguntas abiertas o cerradas, presentadas de manera uniforme a todos los participantes con el objetivo de tener información que permita la comparación de las respuestas en la investigación, esta técnica permite recolectar datos específicos.

4.1 Investigación desde la experiencia profesional

En este documento se tuvo en cuenta la experticia de tres personas entorno a los temas pertinentes de la investigación que, con su tiempo y disposición, contribuyeron al proceso de indagación. enriqueciendo el desarrollo del trabajo y permitiendo abordar el tema con mayor claridad.

Natalia Salazar

Para el desarrollo de este proyecto de grado se tuvo en cuenta a Natalia Salazar debido a su amplia experiencia. cuenta con 24 años de experiencia en el ámbito de marroquinería lo que le otorga un gran conocimiento sobre procesos de confección materiales y funcionalidad del producto, esta experiencia fue fundamental para comprender los aspectos estructurales para la fabricación del producto.

Carolina Laiton

Carolina Laiton es una reconocida empresaria y fundadora de la marca carolina laiton lether, con 24 años de experiencia en calzado y marroquinería enfocado en colecciones femeninas. se tuvo en cuenta en este proyecto porque tiene un en foque comercial lo que permite entender como conectar con las necesidades gustos y hábitos del consumo de su público objetivo

Juliana Moreno

En el ámbito empresarial de la moda se tuvo en cuenta la experticia de juliana fundadora de la marca samalu como referente clave para este proyecto, debido a su destacada trayectoria y experiencia en el desarrollo, posicionamiento y comercialización de productos de moda.

5.DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO

5.1 Generación de modelos de negocio

Todo modelo de negocio requiere recursos clave. Esto recursos permiten a una empresa crear y ofrecer una propuesta de valor, llegar a los mercados, mantener relaciones con los segmentos de clientes y obtener ingresos. (Osterwalder, 2009, p.34).

El modelo canvas representa un modelo de negocio de nueve bloques en los que se puede identificar herramientas visuales y estratégica, creada por Alexander Osterwalder donde se permite diseñar, analizar y mejorar un modelo de negocio de una manera clara. El modelo canvas es usado por diseñadore y empresas permitiendo una visualización de un modelo de negocio en una hoja.

Figura 18.Negocio

Fuente:(propia)

6.RESULTADOS

6.1 Conclusiones de las entrevistas y observaciones.

En cuanto al proceso de diseño, se resaltó la importancia de conocer a fondo el material, sus comportamientos y sus posibilidades técnicas. Diseñar en cuero requiere precisión, atención al detalle y un equilibrio entre estética, funcionalidad y resistencia. También se hizo énfasis en que el diseño debe partir de una necesidad real del usuario, no solo de una idea estética.

En lo relacionado con la construcción de un público objetivo, se concluyó que conocer bien al cliente ideal es clave para conectar de manera efectiva. Comprender sus intereses, hábitos de consumo y valores permite crear productos que realmente respondan a sus expectativas. Las redes sociales se destacaron como herramientas fundamentales no solo para mostrar el producto, sino también para generar comunidad, confianza y fidelización.

Finalmente, en el tema del emprendimiento, las entrevistadas coincidieron en que iniciar un proyecto propio implica asumir múltiples roles, adaptarse constantemente y aprender del ensayo y error. Subrayaron la importancia de la constancia, la diferenciación y la autenticidad, especialmente en un mercado competitivo como el de los accesorios. La pasión por lo que se hace, combinada con estrategia y claridad de propósito, se presentó como uno de los motores principales para sostener y hacer crecer un emprendimiento.

Tabla 2.Análisis de empresas

Observación	Conclusión
VÉLEZ	Los bolsos de Vélez son elaborados en cuero y materiales de alta calidad, asegurando durabilidad y acabados impecables. Si bien estos bolsos están pensados para ofrecer compartimientos múltiples para su organización esta marca no cuentan con bolsos modulares.
Mario Hernández	Esta marca ofrece líneas de bolsos diseñados para ser versátiles y funcionales implementando materiales de alta calidad y artesanía, aunque esta marca no contempla bolsos modulares de manera específica sus bolsos son funcionales para adaptarse a diferentes ocasiones.
Carolina Herrera	Los bolsos de CH son bolsos fabricados en alta calidad, si bien estos no son bolsos modulares en su interior presenta compartimientos para organizar, aunque no se cumple con todo lo propuesto en este proyecto.

Fuente: creación propia

Tabla 3.Observaciones de entrevistas

Entrevistado	Conclusión
Natalia Salazar	Al momento de fabricar un bolso, la funcionalidad siempre debe ir primero. No se trata solo de que se vea bien, sino de que realmente sirva. Usar materiales que tengan concordancia con todo lo que se usa en el proceso si son naturales o sintéticos como los acrílicos puede ser una buena opción por su resistencia, aunque también

	implica ciertos retos, ya que son más difíciles de trabajar y requieren mayor cuidado en el diseño y el armado.
Carolina Laiton	Hay aspectos fundamentales para construir una conexión autentica con los clientes, se destacó la importancia de conocer a fondo los gustos para brindar una buena asesoría ya que esto le permite diseñar desde una identidad clara. Esto permitió identificar que a los usuarios les llama la atención la calidad y no la cantidad a lo hora de adquirir un accesorio
Juliana Moreno	Emprender es un camino que implica toma de desiciones constancia y sobre todo disciplina, es importante buscar muy buenos proveedores confiables que pueda garantizar la calidad del producto.

Fuente: creación propia

6.2 APORTE DESDE LOS CURSOS PARALELOS

Durante el desarrollo de este proyecto se han cursado materias que han contribuido significativamente al desarrollo del presente documento. La asignatura de observatorio de tendencia y línea de productos. Estas materias han brindado herramientas fundamentales para comprender el comportamiento del consumidor, identificar oportunidades en el mercado y crear una propuesta de
Diseño innovadora y competitiva.

6.2.1 Observatorio de Tendencias

En el reporte de tendencias para 2026, la WGSN pone en valor lo funcional, lo familiar y lo duradero, transformándolos en objetos con significado estético, emocional y cultural. Esta visión promueve el diseño como una herramienta para

elevar lo ordinario, enfocándose en materiales atemporales y propuestas que perduren en el tiempo.

Esta perspectiva se refleja en el presente proyecto de grado, que se alinea con la macrotendencia Extraordinario, al reimaginar un accesorio tradicional y convertirlo en una pieza versátil, modular y transformable. La propuesta celebra la mejora de lo que ya existe, combinando cuero y sistemas modulares para durar y una estética que armoniza lo clásico con lo contemporáneo.

FUGURA 19.Macrotendencia

6.2.3. Líneas de Producto

Propuesta de diseño e ilustración

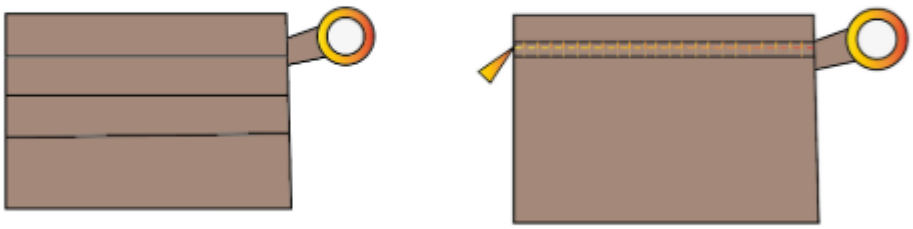
Figura 20. Diseño final

FICHA TECNICA DE DISEÑO

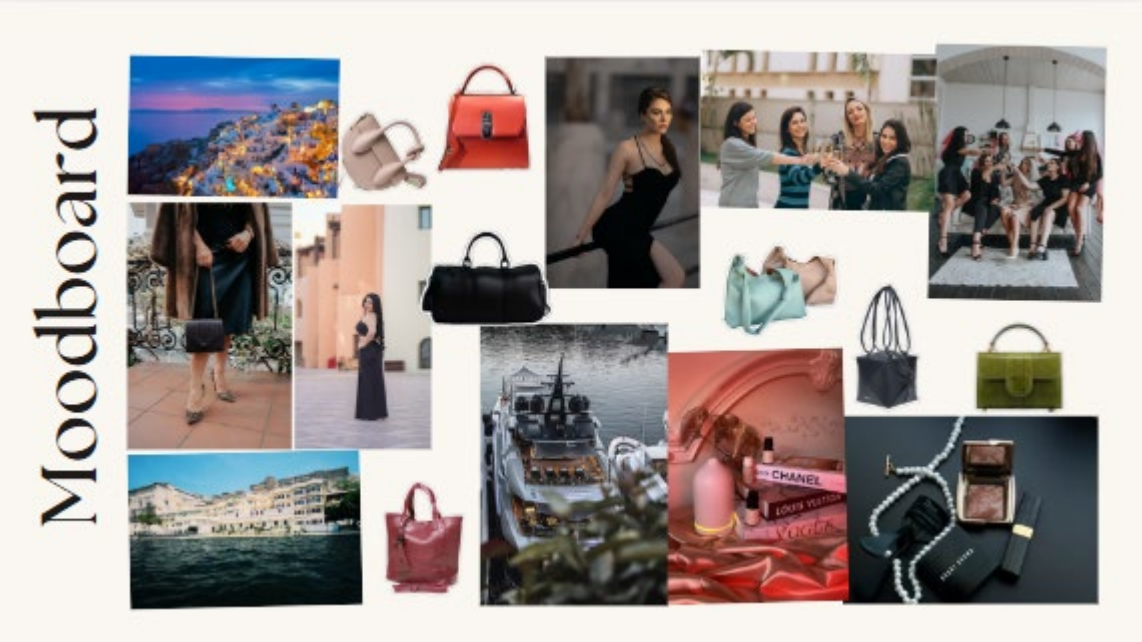
MARCA: THEIA	DISEÑADORA: ANGIE GONZALEZ
TEMPORADA:OTOÑO INVIERNO	MACRITENDENCIA:EXTRAORDINARIO-CLASICO DURADERO
NOMBRE DE LA COLECCION: DUALIDAD	FECHA:27/05/25

FICHA TECNICA DE DISEÑO

MARCA: THEIA	DISEÑADORA: ANGIE GONZALEZ
TEMPORADA:OTOÑO INVIERNO	MACRITENDENCIA:EXTRAORDINARIO-CLASICO DURADERO
NOMBRE DE LA COLECCION: DUALIDAD	FECHA:27/05/25



FUGURA 2. Consumidor



Fuente: creación propia

7.CONCLUSIONES

El análisis realizado identificó que las mujeres jóvenes valoran los accesorios que combinan funcionalidad estética y calidad, evidenciando una preferencia por accesorios que puedan adaptase a diferentes ocasiones por medio de un producto personalizable.

El estudio de productos modulares en la moda evidenció que este enfoque ofrece ventajas funcionales y comerciales ya que permite extender la vida útil del producto, adaptarse a distintas necesidades a nivel técnico se identificaron retos asociados al sistema de ensamble y la selección de materiales la cual exige una planificación rigurosa en el proceso de diseño

El análisis del proceso de armado y confección del bolso permitió comprender la complejidad técnica que implica la producción de un accesorio funcional de calidad. Desde la selección de materiales hasta el sistema de ensamble, cada etapa requiere atención para la realización del producto con el fin de lograr una coherencia entre el diseño y la funcionalidad del producto.

A partir de la revisión de diferentes modelos de negocio aplicados al sector de la moda de accesorios, se identificó que las marcas que integran diseño con identidad, durabilidad y canales digitales son los que representan mayores oportunidades de crecimiento. Un enfoque centrado en el cliente y con valores claros permite diferenciarse de un mercado competitivo, identificando que el plan de negocio ideal debe considerar no solo la rentabilidad, sino el valor agregado que se ofrece al consumidor

8. RECOMENDACIONES

Se recomienda que el desarrollo del documento se lleve a cabo en su totalidad, o al menos se aborden sus fundamentos teóricos y metodológicos, dentro del marco de la asignatura de Metodología de la Investigación. Esto permitirá que los estudiantes comprendan de forma integral las bases del trabajo académico y avancen significativamente en la redacción del proyecto durante el periodo de vacaciones, con el fin de iniciar el siguiente semestre con un desarrollo sólido y bien encaminado.

Asimismo, se sugiere contar con el acompañamiento de un docente que actúe como guía durante el proceso de diseño y construcción del producto propuesto. Este acompañamiento es clave para garantizar que el desarrollo práctico del proyecto responda a los objetivos planteados, cumpla con los criterios académicos esperados y permita a los estudiantes recibir retroalimentación oportuna durante las distintas fases del proceso creativo y técnico.

Finalmente, se recomienda integrar una clase regular dentro del pensum académico destinada exclusivamente al avance, revisión y entrega del documento final. Esta asignatura permitiría dar seguimiento continuo al trabajo desarrollado, resolver dudas metodológicas o conceptuales, y asegurar que los estudiantes cuenten con el tiempo y el espacio necesarios para consolidar sus propuestas de forma rigurosa. La inclusión de esta clase dentro del plan de estudios fortalecería la articulación entre el trabajo práctico y el trabajo escrito, y contribuiría a elevar la calidad general de los proyectos de grado.

9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abdul. B. C. Rodríguez. L. M. R. & Carrión. E. L. G. (2020). Comportamiento del mercado digital respecto a la moda sostenible: Estudio de caso de influencers españolas. Recuperado de: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8890345

Aguirre T. C. (2018). Plan de negocios para emprendimiento en el área de análisis de datos y Business Intelligence. Recuperado de: https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/168103

Álvarez. M. D. Pilay. M. M. Parrales. D. S. Pilay. D. A. (2017). Comportamiento de compra entre madres que trabajan y no trabajan en los estratos medio típico y bajo. Recuperado de: https://www.itsup.edu.ec/myjournal/index.php/sinapsis/article/view/104

Arenas A. Y. (2016). La importancia de realizar un plan de negocio para la creación de una empresa. Recuperado de:https://repository.unimilitar.edu.co/items/ea566963-cac4-43c2-b16e-0d5ec630bbe6

Ayala. C. C. Mejía. J. J. (2016). *Desarrollo de una app de moda enfocada a la mujer latina*. Recuperado de: https://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/2545

Bardales C. P. Valdivia O. P. Relación entre el Social Media Marketing, la Marca el Compromiso de compra en mujeres jóvenes en Lima Metropolitana. Recuperado de: https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/671291

Baque V. L. Viteri. I. D. Álvarez. G.L. Izquierdo. M. A. (2020). Plan de negocio para emprendimientos de los actores y organizaciones de economía popular y solidaria. Recuperado de: http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202020000400120&script=sci_arttext&tlng=pt

Buitrago. H. M. Candamil. G. G. (2021). Desarrollo de un armario de ropa con arquitectura modular para facilitar el acceso a personas con parálisis cerebral. Recuperado de:https://red.uao.edu.co/entities/publication/48b6b2c1-9b77-43b4-a9c5-4092503575c6

Bustamante. D. R. Ramírez. N. J. (2021). Factores que influyen en la decisión de compra del consumidor en la industria textil colombiana. https://repositorio.ucp.edu.co/entities/publication/bc013456-5641-42cb-b7ef-a9d89c904e42

Cámara de comercio de Bogotá (2010)https://bibliotecadigital.ccb.org.co/server/api/core/bitstreams/41975367-f88a-46c8-bd79-5f2a1661b570/content

Camones. J. A. Gago. T. A. (2018). Factores que interfieren en la decisión de compra de ropa por internet en mujeres Millennials de Lima Metropolitana. Recuperado de: https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/624072

Canahuire. P. C. Quispe Valenzuela. J. C. Loli. C. J. (2021). Plan de negocios para la implementación del aplicativo Smart Fashion que conecta a diseñadores de modas con consumidores de prendas de vestir. Recuperado de: https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/19781

Cantos. S. A. Cevallos. A. V. (2019). Diseño de mochilas modulares con tecnología wearable. Caso: Universidad del Azuay. Recuperado de: https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/9245

Carhuamaca. C.H. Elías. A. A. Medina. H. J. Morales. E. C. (2020). Calzado modular para niños de 4 a 8 años en Lima Metropolitana. Recuperado de: https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/3557

Casallas. C. González T. S. Y. Solorzano N. M. Cárdenas M. Y. (2017). Estudio de factibilidad para la producción y comercialización de morral carp. Recuperado de: https://repositorio.cun.edu.co/handle/cun/6584

Chauvel, L. E. (2020). Moda y Tendencia (s) en el momento neorromántico. Recuperado de: https://www.redalyc.org/journal/6060/606064548004/606064548004.pdf

Chaguay, L. L., Flores, J. C., Bayas, T. F., & Zapata, R. O. (2019). El modelo de negocio: metodología canvas como innovación estratégica para el diseño de proyectos empresariales. Recuperado de: https://revistas.utb.edu.ec/index.php/sr/article/view/786

Chávez. S. G. Palomino. M. A. (2019). Plan de negocio para combatir la obesidad en el distrito de Ate mediante un modelo de negocio “Crossfit”. Recuperado de:

https://repositorio.usil.edu.pe/entities/publication/34499d43-3876-4d89-999f-2ad4f5231220

Chipa. T. E. Chipa. T C. (2022). Los factores personales y su relación con la decisión de compra de prendas de vestir del género femenino de la facultad de administración de la UNAMBA sede-Abancay–2018. Recuperado de: https://repositorio.unamba.edu.pe/handle/UNAMBA/1100

Choque. T. B. Villalobos. M. A. Herrera. A. R. (2020). Desarrollo de un software web para la gestión de planes de negocios. Recuperado de: https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-07642020000400045&script=sci_arttext&tlng=pt

Cordobés. M. I. (2011). Diseño de bolsos basado en el concepto “Hágalo usted mismo”. Recuperado de https://repositorio.ucp.edu.co/entities/publication/311c320b-2c0c-46d6-af52-e78138d466eb

Cortez. A. S. (2020). Estudio de factibilidad para la fabricación y comercialización del bolso modular V1 en ciudad de Guatemala. Recuperado de: https://repository.eafit.edu.co/items/7323fc82-2e70-4465-9a19-fdfdbd4d21ae

Cortes. S. N. nova. G. A. (2020). Plan de negocios para la exportación de bolsos artesanales, inspirados en el ART DECO, fabricados con material reciclado. Recuperado de: https://repositorio.ecci.edu.co/handle/001/1089

Función pública del 2011. Protección al consumidor. Recuperado de: https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=44306

Función pública. (2020). Registro de marca. Recuperado de: https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=160966#:~:text=DECRETA%3A,bienestar%20social%20y%20generar%20equidad.

FUNCION PUBLICA (2018). Derechos de autor. Recuperado de: https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=87419

Galeano. R. Y. (2023). Desarrollo de un plan de negocio sobre bolsos versátiles a base de cuero vegetal de piña para mujeres en la ciudad de Bucaramanga de febrero a junio del 2023. Recuperado de:http://repositorio.uts.edu.co:8080/xmlui/handle/123456789/12687

Galindo. M. R Cabrera. A. M. (2019). Rediseño de indumentaria casual con criterios de diseño modular para universitarios que usan la bicicleta como medio de transporte. Caso: Universidad del Azuay: Recuperado de: https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/9174

García. L. A. (2019). La técnica de personalización y la experiencia de compre de los consumidores: el caso MAE. Recuperado de: https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/27260

García. M. Á. Mesa. J. C. Torres. S. Estudio de factibilidad para la producción y comercialización de bolsos de cuero y caña flecha en la ciudad de Pereira. Recuperado de: https://repositorio.ucp.edu.co/entities/publication/6525ad33-a24d-479d-9c90-3d897fd6b6c9

Gaytán. C. J. (2020). El plan de negocios y la rentabilidad. Recuperado de: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2594-01632020000200143&script=sci_arttext

Guerra G. S. Factores del comportamiento del consumidor que influyen en la decisión de compra de productos comestibles en un supermercado en línea, en la mujer moderna entre 26 y 35 años de niveles socioeconómicos B y C, en el año 2018. Recuperado de: https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/656043

Masabalín. S, M. (2019). *Diseño de bolsos con técnicas de tejidos en fibra de cabuya*. Recuperado de: https://repositorio.uta.edu.ec:8443/handle/123456789/29148

Mendoza. F. Tello. B. A. (2019). Plan de negocios en pocos pasos. Recuperado de: https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/7167/1/IV_UC_LI_Plan_de_negocios_en_pocos_pasos_2019.pdf

Moreno. A. C. (2023). Desarrollo de prenda madre por medio de materiales ecoamigables y sistemas modulares para la reactivación de emprendimiento Paradise Beach. Recuperado de: https://repositorio.ucp.edu.co/entities/publication/92ba4568-f3c5-4d5e-860d-79642bf14a01

PIAMONTE. S. M. (2024). Elaboración de un plan de negocio de moda Genderless en jóvenes de 18 a 30 años en la ciudad de Bucaramanga. Recuperado de: http://repositorio.uts.edu.co:8080/xmlui/handle/123456789/16258

Ramos. R. L. Gandur. C. M. (2022). Determinar la influencia de las estrategias digitales en Instagram en la decisión de compra a los emprendimientos de ropa femenina en Colombia. Recuperado de: https://repository.cesa.edu.co/handle/10726/4827

Rodríguez. C. C. Mcquillan. K. Segarra. S. J. (2021). La comunicación de la sostenibilidad como herramienta de ventas y de cambio social: fast Fashion vs slow Fashion. Recuperado de: https://www.seeci.net/revista/index.php/seeci/article/view/667

Partal. S. (2017). *plan de negocio de la microempresa*. Recuperado de: https://biblioteca.uazuay.edu.ec/buscar/item/80394

Simbaña. E. G. Álvarez. J. C. Zurita. C. I. Mena. G. I. (2019). El modelo Canvas como fundamento del plan de negocios para empresas de servicios de software de la ciudad de Cuenca. Recuperado de: https://www.ojs.cienciamatriarevista.org.ve/index.php/cm/article/view/319

Turienzo. C. I. (2023). Las revistas femeninas: Vogue y Harper´ s Bazaar como referente en la moda de la mujer nacida entre los 70-90. Recuperado de: https://uvadoc.uva.es/handle/10324/61736

Villalba. B. E. (2019). Elaboración de bolsos con el uso de remanentes textiles. Recuperado de: https://repositorio.uta.edu.ec/items/5c2578fd-a6aa-4ece-8fd0-ca31ae90d391

10. APÉNDICES

A. FORMATO DE ENTREVISTA

UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIO ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
PROFESIONAL EN DISEÑO DE MODAS

TÍTULO DEL PROYECTO

Estudiante/s:

FORMATO DE ENTREVISTA ESTRUCTURADA
Fecha:
Nombre del entrevistado:
Profesión:

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: Respuesta:
Pregunta 2: Respuesta:
Pregunta 3: Respuesta:
Pregunta 4: Respuesta:
Pregunta 5: Respuesta:

B. FORMATO DE CONSENTIMIENTO INFORMATO

TÍTULO DEL PROYECTO

Descripción

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.

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 Satander.

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 riegos y beneficios del estudio.
Nombre del investigador o persona designada:
Nombre del entrevistador_____
Firma _____ Fecha _____

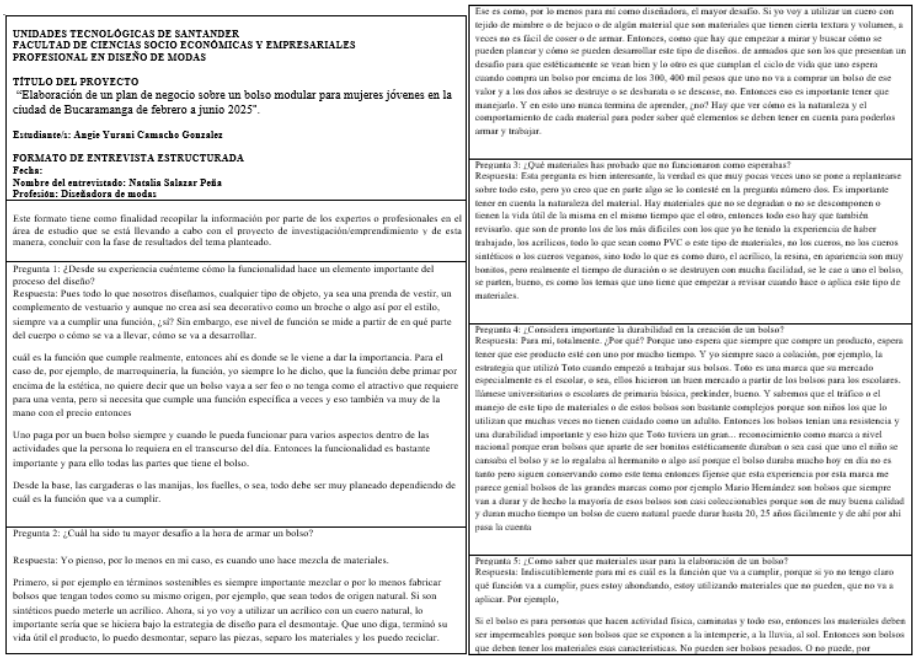
C. FORMATO DE FICHA DE DISEÑO

IMAGEN

11. ANEXOS

A. FORMATO DE ENTREVISTA A NATALIA SALAZAR

IMAGEN DEL FORMATO DILIGENCIADO



UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIO ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
PROFESIONAL EN DISEÑO DE MODAS

TÍTULO DEL PROYECTO
"Elaboración de un plan de negocio sobre un bolso modular para mujeres jóvenes en la ciudad de Bucaramanga de febrero a junio 2025".

Estudiante/s: Angie Yurani Camacho Gonzalez

FORMATO DE ENTREVISTA ESTRUCTURADA
Fecha:
Nombre del entrevistado: Natalia Salazar Peña
Profesión: Diseñadora 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: ¿Desde su experiencia cuénteme cómo la funcionalidad hace un elemento importante del proceso del diseño?
Respuesta: Pues todo lo que nosotros diseñamos, cualquier tipo de objeto, ya sea una prenda de vestir, un complemento de vestuario y aunque no crea así sea decorativo como un broche o algo así por el estilo, siempre va a cumplir una función, ¿sí? Sin embargo, ese nivel de función se mide a partir de en qué parte del cuerpo o cómo se va a llevar, cómo se va a desarrollar.

cuál es la función que cumple realmente, entonces ahí es donde se le viene a dar la importancia. Para el caso de, por ejemplo, de marroquinería, la función, yo siempre lo he dicho, que la función debe primar por encima de la estética, no quiere decir que un bolso vaya a ser feo o no tenga como el atractivo que requiere para una venta, pero sí necesita que cumple una función específica a veces y eso también va muy de la mano con el precio entonces

Uno paga por un buen bolso siempre y cuando le pueda funcionar para varios aspectos dentro de las actividades que la persona lo requiera en el transcurso del día. Entonces la funcionalidad es bastante importante y para ello todas las partes que tiene el bolso.

Desde la base, las cargaderas o las manijas, los fuelles, o sea, todo debe ser muy planeado dependiendo de cuál es la función que va a cumplir.

Pregunta 2: ¿Cuál ha sido tu mayor desafío a la hora de armar un bolso?

Respuesta: Yo pienso, por lo menos en mi caso, es cuando uno hace mezcla de materiales.

Primero, si por ejemplo en términos sostenibles es siempre importante mezclar o por lo menos fabricar bolsos que tengan todos como su mismo origen, por ejemplo, que sean todos de origen natural. Si son sintéticos puedo meterle un acrílico. Ahora, si yo voy a utilizar un acrílico con un cuero natural, lo importante sería que se hiciera bajo la estrategia de diseño para el desmontaje. Que uno diga, terminó su vida útil el producto, lo puedo desmontar, separo las piezas, separo los materiales y los puedo reciclar.

Ese es como, por lo menos para mí como diseñadora, el mayor desafío. Si yo voy a utilizar un cuero con tejido de mimbre o de bejuco o de algún material que son materiales que tienen cierta textura y volumen, a veces no es fácil de coser o de armar. Entonces, como que hay que empezar a mirar y buscar cómo se pueden planear y cómo se pueden desarrollar este tipo de diseños. de armados que son los que presentan un desafío para que estéticamente se vean bien y lo otro es que cumplan el ciclo de vida que uno espera cuando compra un bolso por encima de los 300, 400 mil pesos que uno no va a comprar un bolso de ese valor y a los dos años se destruye o se desbarata o se descose, no. Entonces eso es importante tener que manejarlo. Y en esto uno nunca termina de aprender, ¿no? Hay que ver cómo es la naturaleza y el comportamiento de cada material para poder saber qué elementos se deben tener en cuenta para poderlos armar y trabajar.

Pregunta 3: ¿Qué materiales has probado que no funcionaron como esperabas?
Respuesta: Esta pregunta es bien interesante, la verdad es que muy pocas veces uno se pone a replantearse sobre todo esto, pero yo creo que en parte algo se lo contesté en la pregunta número dos. Es importante tener en cuenta la naturaleza del material. Hay materiales que no se degradan o no se descomponen o tienen la vida útil de la misma en el mismo tiempo que el otro, entonces todo eso hay que también revisarlo. que son de pronto los de los más difíciles con los que yo he tenido la experiencia de haber trabajado, los acrílicos, todo lo que sean como PVC o este tipo de materiales, no los cueros, no los cueros sintéticos o los cueros veganos, sino todo lo que es como duro, el acrílico, la resina, en apariencia son muy bonitos, pero realmente el tiempo de duración o se destruyen con mucha facilidad, se le cae a uno el bolso, se parten, bueno, es como los temas que uno tiene que empezar a revisar cuando hace o aplica este tipo de materiales.

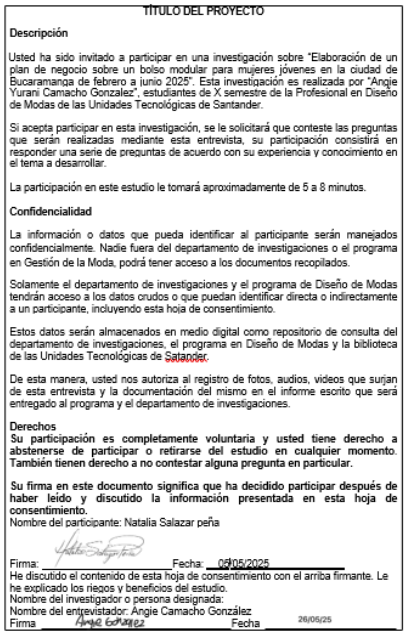
Pregunta 4: ¿Considera importante la durabilidad en la creación de un bolso?
Respuesta: Para mí, totalmente. ¿Por qué? Porque uno espera que siempre que compre un producto, espera tener que ese producto esté con uno por mucho tiempo. Y yo siempre saco a colación, por ejemplo, la estrategia que utilizó Toto cuando empezó a trabajar sus bolsos. Toto es una marca que su mercado especialmente es el escolar, o sea, ellos hicieron un buen mercado a partir de los bolsos para los escolares. llámese universitarios o escolares de primaria básica, prekínder, bueno. Y sabemos que el tráfico o el manejo de este tipo de materiales o de estos bolsos son bastante complejos porque son niños los que lo utilizan que muchas veces no tienen cuidado como un adulto. Entonces los bolsos tenían una resistencia y una durabilidad importante y eso hizo que Toto tuviera un gran... reconocimiento como marca a nivel nacional porque eran bolsos que aparte de ser bonitos estéticamente duraban o sea casi que uno el niño se cansaba el bolso y se lo regalaba al hermanito o algo así porque el bolso duraba mucho hoy en día no es tanto pero siguen conservando como este tema entonces fíjense que esta experiencia por esta marca me parece genial bolsos de las grandes marcas como por ejemplo Mario Hernández son bolsos que siempre van a durar y de hecho la mayoría de esos bolsos son casi coleccionables porque son de muy buena calidad y duran mucho tiempo un bolso de cuero natural puede durar hasta 20, 25 años fácilmente y de ahí por ahí pasa la cuenta

Pregunta 5: ¿Como saber que materiales usar para la elaboración de un bolso?
Respuesta: Indiscutiblemente para mí es cuál es la función que va a cumplir, porque si yo no tengo claro qué función va a cumplir, pues estoy ahondando, estoy utilizando materiales que no pueden, que no va a aplicar. Por ejemplo,

Si el bolso es para personas que hacen actividad física, caminatas y todo eso, entonces los materiales deben ser impermeables porque son bolsos que se exponen a la intemperie, a la lluvia, al sol. Entonces son bolsos que deben tener los materiales esas características. No pueden ser bolsos pesados. O no puede, por ejemplo, cuando hice unos bolsos pesados, entonces los cerrajes que uno utilice no pueden de ninguna manera ser metálicos porque si se exponen al agua o a la intemperie, pues van a oxidar. Por muy buenos que sean, ellos van a tener, van a empezar a dañarse. Entonces, cuando se oxidan, dañan, manchan el material, etc. Entonces, todo es como una cadena.

Y si es un bolso para oficina, entonces ya uno sí puede utilizar de pronto un cuero natural porque se ve que son bolsos que son más estéticos para que combinen, que tengan buena capacidad. Entonces, eso es lo más importante. ¿Qué tipo de función o para qué lo estoy diseñando?

B. FORMATO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO DE NATALIA SALAZAR



TÍTULO DEL PROYECTO

Descripción

Usted ha sido invitado a participar en una investigación sobre "Elaboración de un plan de negocio sobre un bolso modular para mujeres jóvenes en la ciudad de Bucaramanga de febrero a junio 2025". Esta investigación es realizada por "Angie Yurani Camacho Gonzalez", estudiantes de X semestre de la Profesional en Diseño 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: Natalia Salazar peña

Firma: _____ Fecha: 05/05/2025

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: Angie Camacho González
Firma _____ Fecha 26/05/25

B. FORMATO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO DE CAROLINA LAITON

TÍTULO DEL PROYECTO

Descripción

Usted ha sido invitado a participar en una investigación sobre "Elaboración de un plan de negocio sobre un bolso modular para mujeres jóvenes en la ciudad de Bucaramanga de febrero a junio 2025". Esta investigación es realizada por "Angie Yurani Camacho Gonzalez", estudiantes de X semestre de la Profesional en Diseño 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: Carolina Laiton

Firma _____ Fecha 09-05-25 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: Angie Camacho Gonzalez
Firma _____ Fecha 26/05/25

C. FORMATO DE ENTREVISTA A CAROLINA LAITON IMAGEN DEL FORMATO DILIGENCIADO

UNIDADES TECNOLOGICAS DE SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIO ECONOMICAS Y EMPRESARIALES
PROFESIONAL EN DISEÑO DE MODAS

TITULO DEL PROYECTO
"Elaboración de un plan de negocio sobre un bolso modular para mujeres jóvenes en la ciudad de Bucaramanga de febrero a junio 2025".

Estudiante/s: Angie Yurani Camacho Gonzalez

FORMATO DE ENTREVISTA ESTRUCTURADA
Fecha:
Nombre del entrevistado: Carolina Laiton
Profesión: Diseñadora de modas

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

Pregunta 1: ¿Como definirias al público femenino joven al que apuntas?

Respuesta: Bueno, realmente el público de Carolina Laitonjes un público que no es del todo joven. Es un público que oscila más o menos alrededor de los 25 años en adelante. ¿Por qué razón? Porque Primero, nosotros no somos de pronta moda, sino es un producto que se sostiene en el tiempo, es un producto atemporal, es un producto elaborado en cuero, entonces es un producto de pronto de una calidad un poco más alta, en el que la mujer puede utilizar ese producto para varios estilos, varios tipos y varias ocasiones de uso.

Pregunta 2: ¿Que elementos crees que hacen que una marca conecte con ellas?
Respuesta: Sin duda yo pienso que hoy en día todas las marcas tienen que apostarle a una conexión real, una conexión en la que en nuestro caso pues es sencilla porque nuestra marca es una marca personal,

entonces casi todas se identifican pues conmigo particularmente,

Y yo trato de entregarles de cierto modo mi realidad, ¿sí? Como mantenerla cerca de mi, cerca de lo que yo soy, cerca de lo que represento como mujer, como mama, como empresaria. Y creo que las marcas tienen que apostarle a mantener su público con el

Pregunta 3: ¿Como elegir con cuales influencindores trabajar?
Respuesta: Bueno, realmente este tema de las influencindoras es un tema muy complicado. Es un tema en el que la gente ya está saturada, que le estan vendiendo cosas. Entonces confio más en una recomendación genuina, en una recomendación real. Yo como de cierta manera como en mi papel de influenciadora sin culpa que me he convertido, Trato de ser muy, muy, muy selectiva en estos casos. No solamente para mi marca, sino para recibir cosas de otras marcas. Nunca recibo algo que no sea realmente o algo que vaya a utilizar algo que realmente me identifique, identifique mi estilo de vida, mi forma de vestir y demás.

Y en el momento de elegir, pues peor, porque creo que es super importante mirar no el numero de seguidores, sino la comunidad de esa persona, si realmente mi producto encaja dentro de esa comunidad o no.

Pregunta 4: ¿Como aprendiste a identificar lo que realmente quiere tu publico?
Respuesta: Bueno, identificar lo que la gente quiere. Yo pienso que hoy en día la gente está optando más por calidad que por cantidad. Y siempre he tratado de aterrizar las tendencias a que perduran en el tiempo, como te había dicho ahorita. ¿Por qué? Porque siento que la gente quiere la moda, pero a la vez quiere un producto diferente.

que se pueda mantener en el espacio del tiempo, o sea que tú lo puedas usar ahorita y lo puedas usar dentro de dos años. Más cuando vendes calidad, como es mi caso, que es un producto, digamos una cartera o un zapato nuestro, es más que la gente se canse de ponérselo a que se dañe. Entonces cuando uno vende un producto de calidad es super importante que este producto sea perdurable en el tiempo y que se mantenga.

Pregunta 5: ¿Que cambios has notado en las preferencias de tu publico en el ultimo año?
Respuesta: Bueno, siento que la gente cada vez más es consciente de la importancia de comprarse buenas prendas, de vestir buenos accesorios y buenos zapatos y buenas carteras, a tener 100 que se te vayan a devoronar en el closet. Yo creo que hoy en día la gente es un poco más consciente de lo que realmente necesita y para lo que realmente le sirve. Y creo que en la ropa las mujeres también estamos en este momento optando por opciones de mejor calidad, que sean más fáciles de combinar, que tengan más relación como con la base de armario y siento que ahora la gente busca más que todos estos artículos que quieren adquirir hagan parte como de su estilo personal.

UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIO ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
PROFESIONAL EN DISEÑO DE MODAS

TÍTULO DEL PROYECTO
"Elaboración de un plan de negocio sobre un bolso modular para mujeres jóvenes en la ciudad de Bucaramanga de febrero a junio 2025".

Estudiante/s: Angie Yurani Camacho Gonzalez

FORMATO DE ENTREVISTA ESTRUCTURADA
Fecha:11-05-25
Nombre del entrevistado: Juliana Moreno
Profesión: comunicación

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 consejos daría a una persona que está desarrollando su propio modelo de negocio?
Respuesta: Bueno, que las cosas nunca van a ser fáciles, que tiene que tener mucha disciplina, constancia y que no espere resultados de un día para otro, porque eso es un proceso en el cual pues más adelante, a futuro pueden ver frutos, pero los frutos no se van a ver de una vez. Entonces uno de mis consejos es constancia, disciplina y que tengan un buen producto. Que sepan venderse en el mercado con algo innovador porque siempre se vende lo mismo y no hay algo diferente en el mercado.

Pregunta 2: ¿Cómo elegir proveedores o aliados?

Respuesta: al comienzo de emprender va a ser un poco difícil poder encontrar quién pueda ser tu proveedor o un aliado porque van a haber cantidades, precios, pro calidad en el producto, pero en el transcurso de eso van a saber con quién trabajar y con quién no. Entonces es algo fundamental que salgan, busquen, caminen, busquen la forma de tener variedad de proveedores para poder saber quién te ofrece un buen precio, un buen producto, calidad. Eso es como lo más importante.

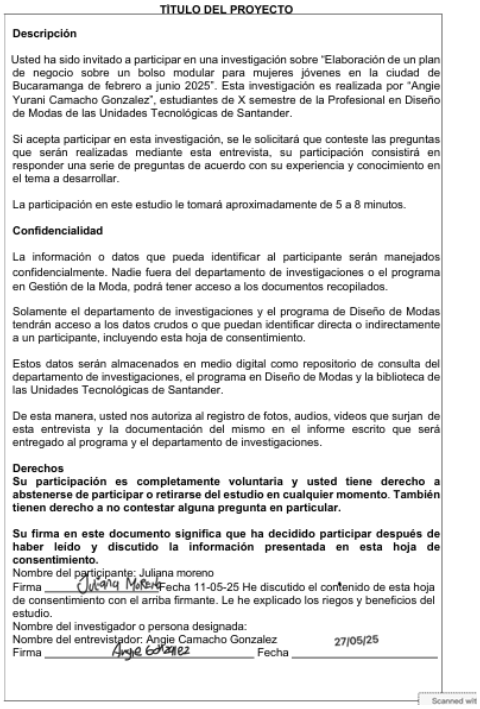
Pregunta 3: ¿Qué actividades diarias consideras fundamentales para el éxito de un negocio?
Respuesta: la disciplina. La disciplina y la constancia porque sabemos que emprender no es fácil, que van a tener días donde se puede vender, días en los que no, pero la constancia es lo más importante en cualquier negocio, independientemente de lo que sea, es como la base de todo. Ser muy constante, tener un buen equipo y un buen producto.

Pregunta 4: ¿Qué papel juegan las redes sociales en un modelo de negocio?
Respuesta: en este momento es algo súper fundamental porque todo se mueve por este medio. Es fundamental para nosotros porque es uno de los medios por los cuales vendemos cantidad para otras ciudades. Somos mayoristas, entonces es muy importante que la persona que quiera estar en estos momentos en un negocio como estos o en cualquier otro negocio sepa vender por redes sociales.

Pregunta 5: ¿cuál puede ser un cliente ideal y cómo identificarlo?

Respuesta: para nuestra empresa todos nuestros clientes son importantes no te puedo definir a un cliente ideal si tenemos clientes que compran con mucha poca frecuencia que otras, pero para la empresa es super importante que todas se sientan super especiales en el momento de estar en nuestra tienda.

E. FORMATO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO DE JULIANA MORENO



TITULO DEL PROYECTO

Descripción

Usted ha sido invitado a participar en una investigación sobre "Elaboración de un plan de negocio sobre un bolso modular para mujeres jóvenes en la ciudad de Bucaramanga de febrero a junio 2025". Esta investigación es realizada por "Angie Yurani Camacho Gonzalez", estudiantes de X semestre de la Profesional en Diseño 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: Juliana moreno
Firma _____ Fecha 11-05-25 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: Angie Camacho Gonzalez 27/05/25
Firma _____ Fecha _____

10% Overall Similarity

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

Filtered from the Report

- Bibliography
- Small Matches (less than 8 words)

Exclusions

- 38 Excluded Sources
- 10 Excluded Matches

Top Sources

10% Internet sources
0% 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.

turnitin Página 2 of 71 - Integrity Overview Identificador de la entrega trn:oid:::1:3262893544